



# FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

“PROYECTO DE INVERSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROCESADORA DE PAPAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS-LIMA”

Tesis para optar el título profesional de:

**CONTADORA PÚBLICA**

**Autora:**

Luisa Karinna Del Castillo Pardo

**Asesor:**

Mg. Roberto Yafac Da Cruz Gouvea

Lima – Perú

2017

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados,  
**APRUEBAN** el informe de Investigación aplicada desarrollado por el Bachiller  
LUIZA KARINNA DEL CASTILLO PARDO denominada:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
PROCESADORA DE PAPAS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS-LIMA”**

---

Mg. ROBERTO YAFAC DA CRUZ GOUVEA  
**ASESOR**

---

Lic. CESAR SMITH CORRALES  
**JURADO  
PRESIDENTE**

---

Ing. CESAR AUGUSTO OSHIRO GUSUKAMA  
**JURADO**

---

Ing. OSCAR SANTAMARIA CASTILLO  
**JURADO**

## DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, quienes me impulsaron para concluir mis estudios profesionales en Contabilidad y Finanzas, de los cuales me siento agradecida en haber realizado este estudio de inversión, apoyo y ejemplo para la sociedad.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Universidad y a mi profesor asesor Roberto Yafac Da Cruz que mostraron denodados propósitos para culminar este proyecto de inversión.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO .....	14
1.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES .....	14
1.1.1. Entorno Mundial .....	15
1.1.2. Entorno Nacional.....	19
1.1.3. La Realidad Política del Perú.....	24
1.1.4. La Realidad Económica de Lima .....	28
CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES.....	30
2.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	30
2.2. DEMANDA POTENCIAL.....	31
2.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	31
2.3.1. Segmentación geográfica .....	32
2.3.2. Segmentación demográfica .....	34
2.3.3. Segmentación socio económico .....	34
2.3.4. Segmentación Psicográfica .....	36
2.4. TENDENCIAS ESPERADAS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO .....	36
2.5. TENDENCIAS DEL MERCADO.....	36
2.6. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA.....	37
2.6.1. Ventajas Comparativas .....	37
2.6.2. Ventajas Competitivas .....	37
2.7. ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	38
2.7.1. Análisis de Oportunidades .....	38
2.7.2. Análisis de Amenazas.....	38
2.7.3. Análisis de Fortalezas .....	39
2.7.4. Análisis de Debilidades .....	39
2.8. COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA .....	42
2.9. MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO.....	42
2.10. PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA .....	42
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO .....	43
3.1. LOS CLIENTES .....	43

3.1.1.	Cientes potenciales .....	43
3.1.2.	Consumidor final .....	44
3.2.	EL MERCADO POTENCIAL .....	44
3.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO .....	44
3.4.	LA DEMANDA ESPERADA.....	44
3.5.	HÁBITOS DE CONSUMO .....	46
3.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS .....	46
3.6.1.	Nuestros Competidores .....	46
3.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS .....	47
3.7.1.	Productos que estimas vender en el primer año .....	47
CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING: .....		48
4.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO.....	48
4.1.1.	Estrategia de producto .....	48
4.1.2.	Estrategia de precios .....	48
4.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad .....	48
4.1.4.	Estrategia de distribución.....	49
4.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	49
4.3.	PRODUCTO .....	49
4.3.1.	Marca .....	50
4.3.2.	Eslogan .....	50
4.3.3.	Presentación .....	50
4.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO .....	51
4.5.	POLÍTICA DE PRECIOS.....	51
4.6.	INICIO DE VENTAS DEL PRODUCTO .....	51
4.7.	TÁCTICAS DE VENTAS .....	51
4.8.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	51
4.8.1.	Corto plazo.....	52
4.8.2.	Mediano plazo.....	52
4.9.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS .....	52
4.9.1.	Estrategias de crecimiento vertical .....	52
4.9.2.	Estrategias de crecimiento horizontal.....	52
CAPÍTULO 5. SISTEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCION.....		53
5.1.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	53

5.1.1.	Mayorista.....	53
5.1.2.	Minorista.....	53
5.2.	ESTRATEGIA DE VENTAS.....	54
5.2.1.	Canales de ventas .....	54
5.2.2.	Sistemas de Entrega.....	54
<b>CAPÍTULO 6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN .....</b>		<b>55</b>
6.1.	INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA .....	55
6.2.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	55
6.2.1.	Ubicación de centro de operaciones .....	55
6.3.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN.....	56
6.3.1.	Equipamiento .....	56
6.3.2.	Maquinarias.....	58
6.4.	DIAGRAMA DE OPERACIONES DE PROCESO .....	58
<b>CAPÍTULO 7. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....</b>		<b>60</b>
7.1.	INVERSIÓN EN TERRENOS:.....	60
7.1.1.	Inversión en Construcción del local .....	60
7.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.....	60
7.1.3.	Inversión en Vehículos.....	60
7.1.4.	Inversión Maquinaria y equipo .....	61
7.1.5.	Inversión de herramientas .....	62
7.1.6.	Inversión activos – software.....	63
7.2.	CAPITAL DE TRABAJO.....	63
7.2.1.	Presupuestos de ingresos y egresos.....	65
7.2.2.	Presupuesto de ingresos de venta .....	66
7.2.3.	Presupuesto de costos .....	67
7.2.4.	Mano de obra directa .....	68
7.3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	68
7.4.	COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES .....	69
7.5.	COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPOS.....	69
7.6.	COSTOS FIJOS –SERVICIOS VARIOS .....	70
7.7.	COSTOS FIJOS –COMBUSTIBLE .....	70
7.8.	COSTOS FIJOS- MANTENIMIENTO .....	70
7.9.	COSTOS FIJOS – SEGUROS VEHICULARES .....	70
7.10.	DEPRECIACIÓN ANUAL .....	71

CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO.....	72
8.1. INGRESOS GENERADO DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO. ....	72
8.1.1. Ingresos diarios.....	72
8.1.2. Ingresos semanales.....	72
8.1.3. Ingresos mensuales.....	73
8.1.4. Ingresos anuales.....	73
8.1.5. Ingresos durante todo el periodo .....	74
8.2. EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO. ....	75
8.2.1. Costos de Producción.....	75
8.2.2. Costos Variables .....	78
8.2.3. Costos Laborales .....	79
8.2.4. Costos Indirectos .....	80
8.2.5. Costos Directos.....	81
8.2.6. Impuesto a la Renta.....	82
8.2.7. Impuesto General a las Ventas.....	82
8.3. FINANCIAMIENTO .....	83
8.3.1. Flujo de Caja Económico .....	83
8.3.2. Flujo de Caja Financiero .....	84
8.4. VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	85
8.5. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	85
8.6. MARGEN BRUTO Y OPERATIVO.....	86
8.7. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	87
8.8. FINANCIAMIENTO .....	87
8.9. COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	88
CAPÍTULO 9. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....	89
9.1. CONCLUSIONES .....	89
9.2. RECOMENDACIONES.....	90



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Lima Metropolitana: Personas por Zonas Geográficas según NSE 2016 .....	30
Tabla N° 2.	Mercado Potencial de pollerías .....	32
Tabla N° 3.	Tipo de Establecimiento .....	35
Tabla N° 4.	Matriz FODA .....	40
Tabla N° 5.	Proyecciones de bolsas producidas de Enero a Junio 2018 .....	45
Tabla N° 6.	Proyecciones de bolsas de papas procesadas de 20 kilos - 2018 .....	47
Tabla N° 7.	Equipamiento de Oficina .....	56
Tabla N° 8.	Herramientas .....	57
Tabla N° 9.	Muebles y Enseres .....	57
Tabla N° 10.	Accesorios de limpieza .....	57
Tabla N° 11.	Maquinaria .....	58
Tabla N° 12.	Inversión en Muebles y Enseres.....	60
Tabla N° 13.	Inversión en Maquinaria .....	61
Tabla N° 14.	Inversión en Equipos de Computo y Telefonía.....	61
Tabla N° 15.	Equipos de Seguridad y Limpieza .....	61
Tabla N° 16.	Herramientas .....	62
Tabla N° 17.	Material de empaque .....	62
Tabla N° 18.	Insumos .....	62
Tabla N° 19.	Software.....	63
Tabla N° 20.	Capital de Trabajo .....	63
Tabla N° 21.	Inversión del proyecto.....	64
Tabla N° 22.	Presupuesto de Ingresos y Egresos.....	65
Tabla N° 23.	Presupuesto de Ventas .....	66
Tabla N° 24.	Resumen de Costos .....	67
Tabla N° 25.	Planilla de la MOD .....	68
Tabla N° 26.	Costos de Producción.....	68
Tabla N° 27.	Obligaciones laborales .....	69
Tabla N° 28.	Materiales y Equipos .....	69
Tabla N° 29.	Servicios varios.....	70
Tabla N° 30.	Mantenimiento .....	70
Tabla N° 31.	Depreciación de Equipos de Computo .....	71
Tabla N° 32.	Depreciación de Muebles y Enseres .....	71
Tabla N° 33.	Depreciación de Maquinarias .....	71
Tabla N° 34.	Ingresos semanales.....	72

Tabla N° 35.	Ingresos mensuales.....	73
Tabla N° 36.	Ingresos anuales 2018 .....	73
Tabla N° 37.	Ingresos en diez años.....	74
Tabla N° 38.	Materia prima .....	75
Tabla N° 39.	Mano de obra directa .....	75
Tabla N° 40.	Costos indirectos de Fabricación.....	76
Tabla N° 41.	Costos Fijos del proyecto .....	77
Tabla N° 42.	Costos Variables del proyecto .....	78
Tabla N° 43.	Costos laborales del proyecto .....	79
Tabla N° 44.	Costos indirectos .....	80
Tabla N° 45.	Costos Directos.....	81
Tabla N° 46.	Impuesto a la Renta en los diez años .....	82
Tabla N° 47.	Impuesto General a las ventas .....	82
Tabla N° 48.	Flujo de Caja Económico.....	83
Tabla N° 49.	Flujo de Caja Financiero .....	84
Tabla N° 50.	Valor Actual Neto.....	85
Tabla N° 51.	Tasa Interna de Retorno.....	85
Tabla N° 52.	Margen bruto.....	86
Tabla N° 53.	Margen operativo .....	86
Tabla N° 54.	Financiamiento.....	87

## INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. El mundo de la papa .....	15
Figura N° 2. Principales productores de papa, 2007.....	16
Figura N° 3. Mapa de producción por regiones.....	16
Figura N° 4. Mapa de consumo por producción.....	17
Figura N° 5. Principales consumidores de papa, 2005 .....	18
Figura N° 6. Producción mundial en millones de toneladas de la papa.....	18
Figura N° 7. Agropecuario Mensual (2016).....	20
Figura N° 8. Subsector Agrícola: Diciembre 2016.....	21
Figura N° 9. Variedades de papa liberas en el Perú en los últimos 30 años con el soporte del CIP.....	22
Figura N° 10. Evolución mensual de la actividad de Restaurantes 2013-2016.....	23
Figura N° 11. Ranking Latino América y el Caribe IGC 2016-2017 .....	25
Figura N° 12. Países más cercanos a Perú en el Ranking.....	26
Figura N° 13. Distritos con mayor población de Lima.....	27
Figura N° 14. Ubicación Geográfica de las Pollerías (2016) .....	33
Figura N° 15. Distritos con mayor población 2013-2015 .....	34
Figura N° 16. CINCO FUERZAS DE PORTER .....	41
Figura N° 17. Pollerías cerca de la Municipalidad de los Olivos .....	43
Figura N° 18. LIMA NORTE: Restaurantes 2014 (número de empresas).....	45
Figura N° 19. Logo de la Empresa.....	50
Figura N° 20. Tipos de canales de distribución .....	53
Figura N° 21. Mapa de dirección del local .....	55
Figura N° 22. Diagrama de Operaciones por Proceso .....	59

## RESUMEN

El auge de la gastronomía en el Perú ha generado que el consumo de alimentos se haya incrementado y el consumo de la papa, no ha sido la excepción. Este tubérculo es un complemento muy utilizado en muchos platos, especialmente en uno muy emblemático como es el Pollo a la Brasa. Este proyecto presenta este producto procesado, listo para freír para las pollerías del distrito de Los Olivos, donde inicialmente enfocaremos nuestra producción, pasando posteriormente a la atención de otros distritos aledaños como el caso de San Martín de Porres e Independencia. Si bien es cierto el sector agropecuario tuvo un descenso el 2016 de -1,41%, la producción de papa tuvo un crecimiento de 4,77%, convirtiéndose en el principal producto alimenticio consumido en nuestro país.

Nuestro segmento de mercado son las pollerías pequeñas y grandes del distrito de Los Olivos que al 2016 llegan a 274; centrando nuestra distribución a aquellas que se encuentran en las principales avenidas del distrito, como Carlos Yzaguirre, Antúnez de Mayolo y Las Palmeras.

El consumo de papa procesada se realizará en bolsas de 20 kilos, donde se provee la mayor cantidad para los fines de semana donde hay mayor consumo, proyectándose un promedio de 20 bolsas mensuales. Actualmente en el sector no existen empresas procesadoras de papa inscritas o con licencia de funcionamiento en el distrito de Los Olivos. Nuestro eslogan LISTAS PARA FREIR, marcará nuestra pauta de posicionamiento en el mercado.

El producto se presentará en bolsas transparente de polietileno de 38 x 28 x 4 cm, para lo cual realizaremos promociones como estrategia de crecimiento horizontal y la distribución será directamente a nuestros clientes, considerando las rutas o avenidas principales y tiempo de entrega. Estratégicamente estaremos ubicados en una calle aledaña a la av. Antúnez de Mayolo, equipando nuestro centro de producción con equipos y herramientas de acero inoxidable. Contaremos con un sistema de ventas 80% al contado y 20% al crédito.

La inversión total asciende a S/.87,728 soles, el cual se financiara con aporte de los socios con un monto de S/.28,500 soles y el saldo de S/.59,500 soles será financiado.

El proyecto de inversión es viable ya que presenta un VAN con S/. 251,877.21 soles y una TIR de 63.25%.

## ABSTRACT

The rise of gastronomy in Peru has caused food consumption has increased and potato consumption has not been the exception. This tuber is a very widely used in many dishes, especially in a very emblematic such as the Grilled Chicken. This project presents this processed product, ready for frying by the poultry of the district of Los Olivos, where initially we will focus our production, passing later to the attention of other neighboring districts as the case of San Martín de Porres and Independence. Although it is true that the agricultural sector had a decline in 2016 of -1.41%, potato production had a growth of 4.77%, becoming the main food product consumed in our country.

Our market segment is the small and large poultry of the district of Los Olivos that to 2016 reach 274; Centering our distribution to those that are in the main avenues of the district, like Carlos Yzaguirre, Antúnez de Mayolo and Las Palmeras.

The consumption of processed potatoes will be made in bags of 20 kilos, which provides the largest amount for weekends where there is greater consumption, projecting an average of 20 bags per month. There are currently no potato processing companies registered or operating in the Los Olivos district. Our slogan LISTAS PARA FREIR, will mark our positioning pattern in the market.

The product will be presented in clear polyethylene bags of 38 x 28 x 4 cm, for which we will carry out promotions as a strategy of horizontal growth and distribution will be directly to our customers, considering the main routes or avenues and delivery time. Strategically we will be located in a street next to the av. Antúnez de Mayolo, equipping our production center with stainless steel equipment and tools. We will have a system of sales 80% in cash and 20% in credit.

The total investment amounts to S / .87,728 soles, which will be financed by the contribution of partners with an amount of S / .28,500 soles and the balance of S / .59,500 soles will be financed.

The investment project is viable since it has a financial VNA with S/. 251,877.21 soles and a TIR of 63.25%.

## **CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Entorno y condiciones generales**

El nombre científico de la papa es *Solanum tuberosum*, es un tubérculo que pertenece a la familia de las solanáceas y tiene origen en los Andes de Sudamérica hace más de 8000 años. Esta planta pertenece a la familia de las solanáceas y fue llevada a Europa por los conquistadores españoles a mediados del siglo XVI expandiéndose así por todo el mundo.

Este tubérculo tiene un valor nutricional alto en almidón, potasio y vitamina C, lo que aporta muchos nutrientes a nuestro organismo. Este valor nutritivo dependerá mucho de la forma de su consumo, por ejemplo las papas fritas presentan un valor calórico superior al de las papas cocinadas.

La papa es un alimento esencial, ya que es muy consumida por la población. A nivel mundial, es el tercer cultivo alimenticio más importante siendo un promedio de 1.4 mil millones de personas en el mundo que consumen este alimento y su producción total es superior a los 300 millones de toneladas métricas.

El cultivo de la papa es esencialmente en clima templado, una excelente producción ocurre cuando la temperatura diaria se mantiene en un promedio de 18°C a 20°C.

China es el país que consume más papa en el mundo y se estima que en los próximos veinte años, el 50 por ciento de aumento en la producción de alimentos que necesitaría para satisfacer su demanda alimenticia se generaría de la papa.

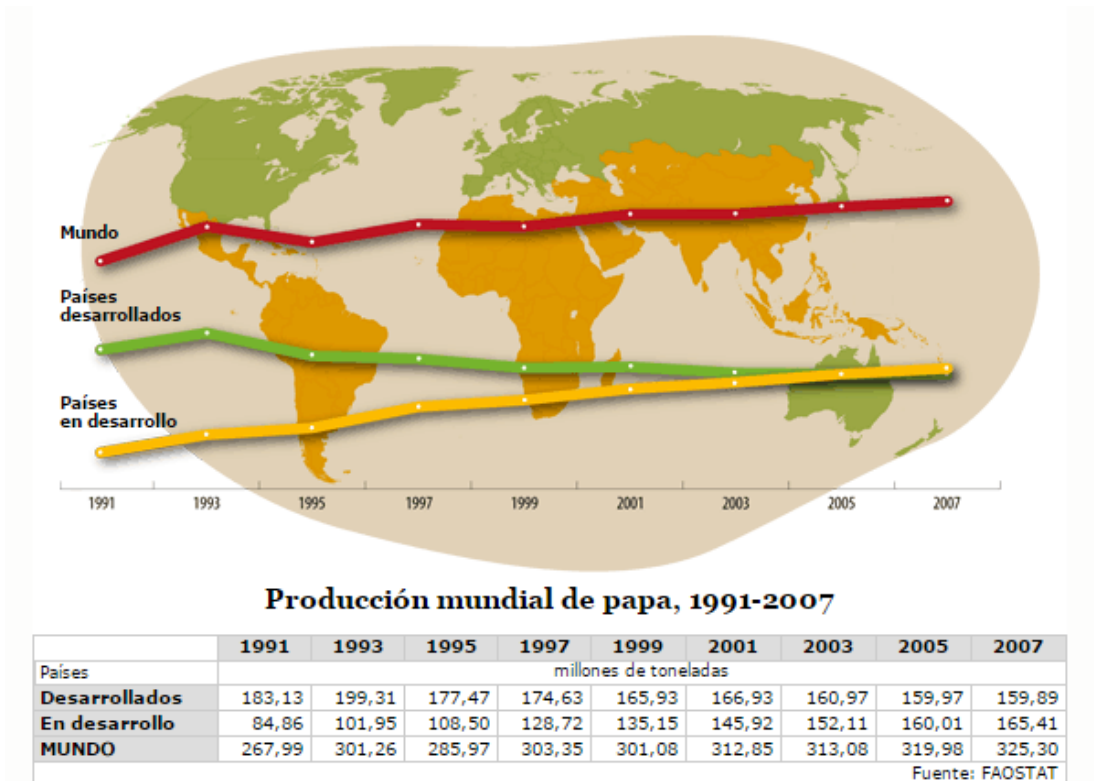
Cabe señalar que según estudios realizados, la pulpa de la papa contiene antioxidantes como los carotenoides y antocianinos, ambos tienen un rol preventivo en enfermedades como el cáncer y enfermedades relacionadas al envejecimiento.

### 1.1.1. Entorno Mundial

El año 2008 fue declarado el “Año Internacional de la Papa” y busco concientización de la población sobre su importancia fundamental como alimento básico, así como la función que tiene en la agricultura, la economía y la seguridad alimentaria mundial.

El sector mundial de la papa atraviesa grandes cambios. Hasta inicios del decenio de 1990, casi la totalidad de las papas se producían y consumían en Europa, América del Norte y en los países de la antigua Unión Soviética. Desde entonces se ha producido un espectacular aumento de la producción y la demanda de papa en Asia, África y América

Figura N° 1. El mundo de la papa







**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAOSTAT**

Latina, donde la producción aumento de menos de 30 millones de toneladas a principios del decenio de 1960 a más de 165 millones en 2007. En 2005, por primera vez, la producción de la papa del mundo en desarrollo excedida el del mundo desarrollado. China

se ha convertido en el primer productor mundial de papa, y poco menos de una tercera parte de todas las papas hoy se cosecha en China y la India.

Figura N° 2. Principales productores de papa, 2007

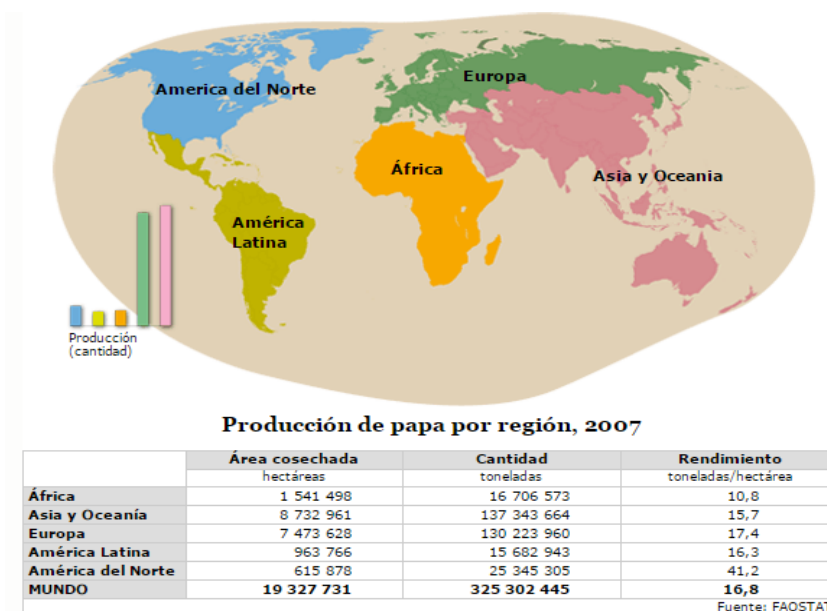
	Cantidad (t)
1.  China	72 040 000
2.  Fed. de Rusia	36 784 200
3.  India	26 280 000
4.  Estados Unidos	20 373 267
5.  Ucrania	19 102 300
6.  Polonia	11 791 072
7.  Alemania	11 643 769
8.  Belarús	8 743 976
9.  Países Bajos	7 200 000
10.  Francia	6 271 000

Fuente: FAOSTAT

**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAOSTAT**

La papa tiene una gran importancia, es el tercer cultivo alimenticio más importante del mundo siendo esencial su consumo en el mundo. Se estima que existen más de 5000 variedades de las cuales 3000 podemos encontrar en nuestro país.

Figura N° 3. Mapa de producción por regiones



**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAOSTAT**



Asia y Europa son las principales regiones productoras de papa del mundo y en 2007 suministraron el 80% de la producción mundial. Si bien en África y América Latina las cosechas fueron de un volumen mucho menor, la producción fue extraordinaria. América del Norte fue el primer productor indisputable del continente, con más de 40 toneladas por hectárea.

Figura N° 4. Mapa de consumo por producción



#### Consumo de papa por región, 2005

	Población	Consumo	
		Alimentos (t)	kg/persona
África	904 388 000	12 571 000	13,9
Asia y Oceanía	3 934 644 000	94 038 000	23,9
Europa	739 203 000	64 902 000	87,8
América Latina	562 270 000	11 639 000	20,7
América del Norte	330 400 000	19 824 000	60,0
<b>MUNDO</b>	<b>6 484 792 000</b>	<b>202 974 000</b>	<b>31,3</b>

Fuente: FAOSTAT

**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAOSTAT**

Asia consume casi la mitad del suministro mundial de papa, pero su enorme población significa que el consumo por persona fue de apenas 24 kilogramos en 2005. Los mayores consumidores de papa son los europeos. El consumo más bajo es en África y América Latina, pero está en aumento.

Figura N° 5. Principales consumidores de papa, 2005

		Cantidad (t)			kg/persona
1.	China	47 594 193	1.	Belarús	181
2.	Fed. de Rusia	18 828 000	2.	Kirguistán	143
3.	India	17 380 730	3.	Ucrania	136
4.	Estados Unidos	17 105 000	4.	Fed. de Rusia	131
5.	Ucrania	6 380 850	5.	Polonia	131
6.	Reino Unido	6 169 000	6.	Rwanda	125
7.	Alemania	5 572 000	7.	Lituania	116
8.	Polonia	5 000 000	8.	Letonia	114
9.	Bangladesh	4 041 463	9.	Kazajstán	103
10.	Irán (Rep. Islámica)	3 991 142	10.	Reino Unido	102

Source: FAOSTAT

**Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación -FAOSTAT**

La papa es un cultivo básico y nutritivo; y a la vez menos susceptible a las variaciones de los mercados internacionales. No participa en el comercio mundial y sus precios se determinan a través de la oferta y la demanda generalmente. La FAO realizó un estudio en más de 70 países más vulnerables del mundo, el cual indicó que la inflación de los precios de la papa es bastante inferior respecto a la de los cereales (arroz, trigo y maíz).

Conforme a los datos de FAO correspondientes al año 2014 (último año en que se registra información).La producción mundial de papa fresca fue en 385 millones de toneladas.

Figura N° 6. Producción mundial en millones de toneladas de la papa



**Fuente: Organización de las Naciones para la alimentación y la Agricultura-FAO**

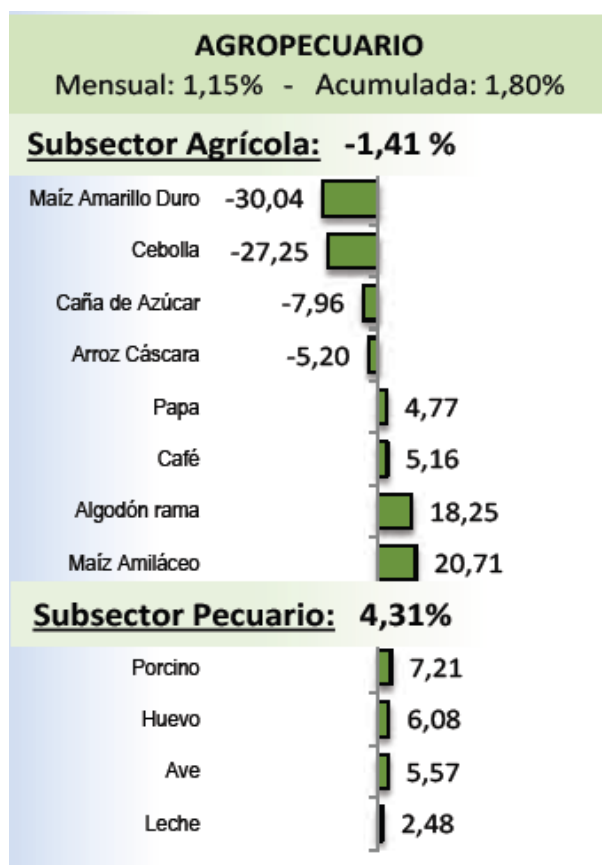
## 1.1.2. Entorno Nacional

### Sector Agropecuario

En diciembre de 2016, el sector **agropecuario** mostró un crecimiento de 1,15%, explicado por el crecimiento de la actividad pecuaria en 4,31% y atenuado parcialmente por la contracción del subsector agrícola en -1,41%. El subsector pecuario (4,31%), aumentó por los mayores volúmenes de producción en ave (5,57%), huevos (6,08%), porcino (7,21%) y leche fresca (2,48%).

De otro lado, el subsector agrícola (-1,41%) decreció por menores volúmenes de producción de maíz amarillo duro (-30,04%), cebolla (-27,25%), arroz cáscara (-5,20%), caña de azúcar (-7,96%) y trigo (-69,82%), por bajos niveles de área cosechada. No obstante se registraron avance en la producción de productos como camote (30,98%), alcachofa (26,36%), mango (6,93%), **papa (4,77%)**, páprika (51,04%), tomate (60,06%) y pimiento morrón (218,52%).

Figura N° 7. Agropecuario Mensual (2016)



**Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego**

En la actualidad, la papa representa el 25% del PBI agropecuario nacional y es uno de los principales productos alimenticios consumidos en nuestro país y en el mundo. Asimismo, colabora con el fortalecimiento de la seguridad alimentaria de toda la humanidad.

El Perú es el país que tiene mayor diversidad de papas en el mundo, contamos con 8 especies nativas domesticadas y 2,301 de las más de 4,000 variedades que existen en Latinoamérica. Asimismo, el Perú posee 91 de las 200 especies que crecen en forma silvestre en casi todo nuestro continente (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2014).

La producción de papa (2016), mostró una caída de -3.99%. Puno, su principal centro productor, tuvo decrecimiento acumulado de -4,3% por las condiciones térmicas

adversas como deficiencia de lluvias que afectaron la floración en el cultivo. Asimismo, el bajo nivel hídrico desfavoreció al cultivo a lo largo del periodo. También mostraron caídas en su producción, los centros productores de Huánuco (-20,04%), La Libertad (-3,38%) y Junín (-10,71%).

Figura N° 8. Subsector Agrícola: Diciembre 2016

**Subsector Agrícola: Diciembre 2016**  
(Año base 2007)

Producto	Ponderación	Variación porcentual 2016/2015	
		Diciembre	Enero-Diciembre
Maíz Amarillo Duro	3,22	-30,04	-14,49
Cebolla	1,48	-27,25	-7,25
Arroz Cáscara	8,68	-5,20	0,29
Caña de Azúcar	2,11	-7,96	-4,11
Espárrago	3,78	-4,13	1,82
Limón	0,51	-31,79	0,88
Trigo	0,65	-69,82	-11,43
Plátano	2,71	3,54	0,80
Mango	0,70	6,93	7,78
Papa	6,67	4,77	-3,99
Páprika	1,07	51,04	45,40
Tomate	0,53	60,06	-1,54

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego.

Según principales zonas geográficas, se observó comportamiento negativo en el Norte (-27,65%), Centro (-5,34%), Sur (-4,95%) y Oriente (-0,99%). En la zona norte las siembras disminuyeron -27,65%, por las menores área sembradas en Amazonas (-19,02%), Cajamarca (-23,12%), la Libertad (-43,04%), Lambayeque (-39,50%) y Piura (-14,20%). En la zona Centro las siembras se redujeron en 18,9 mil hectáreas, resultando menores áreas sembradas de maíz amiláceo, maíz amarillo duro, arroz cáscara, trigo y **papa**. Similar resultado se observó en el Sur, donde la reducción fue de 28,0 mil hectáreas, por la caída de siembras de trigo, maíz amarillo duro y arroz. Asimismo, en la zona Oriente hubo menores siembras en 1,5 mil hectáreas, principalmente en Loreto y Ucayali.

#### Variedades de papa más comunes en el Perú:

Existen muchas variedades (más de 3000), las más conocidas en nuestro mercado son la papa canchán, papa tomasa, papa perricholi, papa amarilla, papa huairo, papa capiro, papa única, papa huamantanga, entre otras.

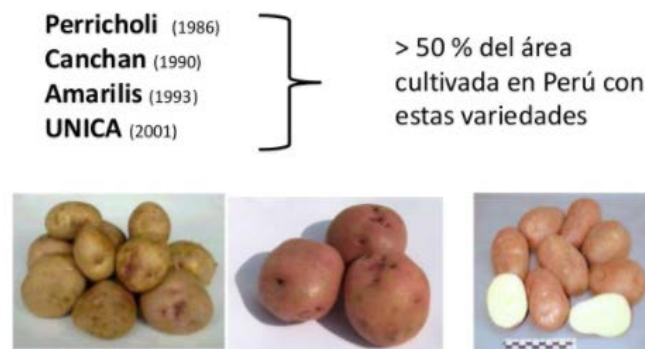
## EL PAPEL DEL CIP EN LAS PAPAS Y EL MEJORAMIENTO GENETICO

El Centro Internacional de la papa (CIP) es uno de los mayores centros en el mundo que se dedica a la investigación científica de la papa, entre otros tubérculos como la yuca y el camote. Su objetivo es mediante el estudio de la papa, ayudar a alcanzar el estado de seguridad alimentaria, bienestar e igualdad entre las personas.

El mejoramiento genético del cultivo de la papa en nuestro país se inicia en los años cuarenta, siendo el primer mejorador Carlos Ochoa, quien de variedades nativas obtuvo las primeras variedades comerciales mejoradas a las que llamo Chata Negra y Casablanca. Sin embargo, en el CIP se oriento a obtener variedades de alto rendimiento y de buena calidad. El programa Nacional de papa del INIA ha liberado nuevas variedades de papa, para ello emplearon los clones avanzados generados por el CIP, unas con resistencia a la rancha como Perricholi, Amarilis, Serranitas; otras como maría bonita que son buenas para la industria de hojuelas y con buena aceptación al mercado como la Canchan.

El CIP mantiene la más grande colección de papas del mundo, incluyendo más de 7,000 accesiones de variedades nativas, silvestres y mejoradas. Asimismo, el CIP cuenta con un banco de germoplasma que garantiza que estas papas estén conservadas y disponibles para los mejoradores, agricultores e investigadores de todo el mundo.

Figura N° 9. Variedades de papa liberadas en el Perú en los últimos 30 años con el Soporte del CIP



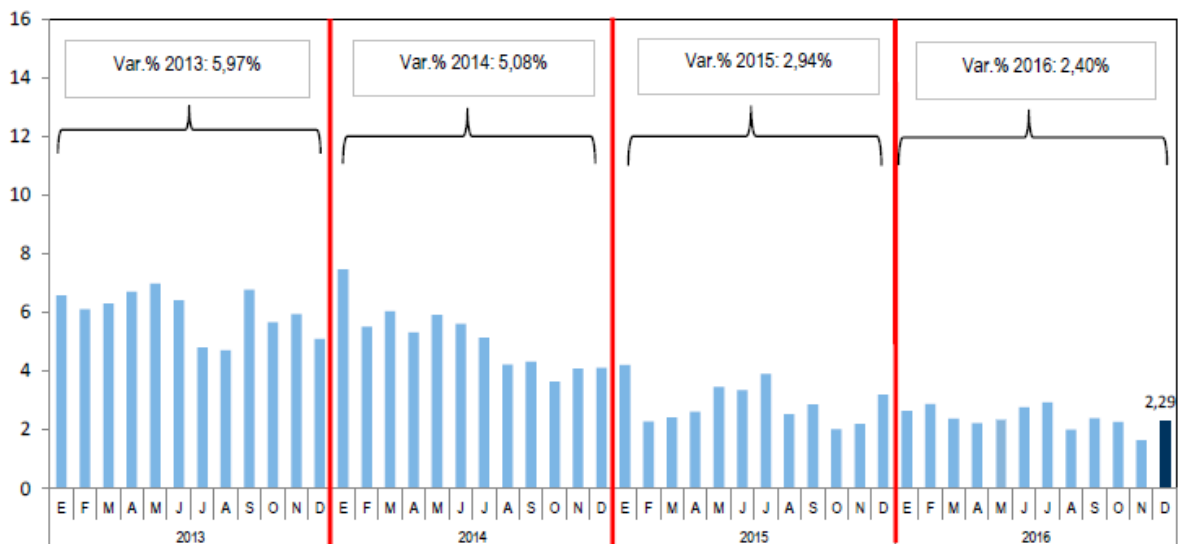
**Fuente: Centro Internacional de la Papa-CIP**

**Sector Alojamiento y Restaurantes**

En el año 2016, el sector **alojamiento y restaurantes** registró un incremento de 2,57% sustentado en el avance de la actividad de restaurantes en 2,40% y de alojamiento en 3,68%.

El grupo de restaurantes se incrementó en 2,35%, impulsado por los establecimientos de comidas rápidas, pollerías, restaurantes, restaurantes turísticos, chifas y carnes y parrillas. La evolución positiva se enmarcó en diversas actividades celebradas durante el año como la IX Feria Gastronómica Internacional de Lima – Mistura, Día de la Pachamanca, Día del Dulce Peruano, Día Nacional del Chicharrón, Día Nacional del Ceviche, Día Nacional del Pisco, Día del Pollo a la Brasa; Día del Anticucho, Día del Rocoto relleno y Día de la Salchipapa, además de las fiestas costumbristas propias de cada región.

Figura N° 10. Evolución mensual de la actividad de Restaurantes 2013-2016



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

### **1.1.3. La Realidad Política del Perú**

Un entorno perteneciente a la economía y negocios demuestra que el Perú desde 1963 a 1990, empieza a ser un país emergente, llevado por las condiciones del mercado globalizado, de tal manera que es un momento propicio para la expansión de la economía nacional, siendo pues que las economías liberales extendidas por las naciones de primer nivel extienden sus economías a los países en vías de desarrollo.

Ya se observan productos brutos internos de orden muy positivo, del orden de los 200 mil millones de dólares (reporte de Ministerio de Economía y Finanzas del Perú), los cuales a través de los años se han abocado a las exportaciones de productos no tradicionales y a las políticas de expansión turística y al aspecto gastronómico (la feria Mistura que se realiza todos los años), y que los gobiernos han apoyado permanentemente.

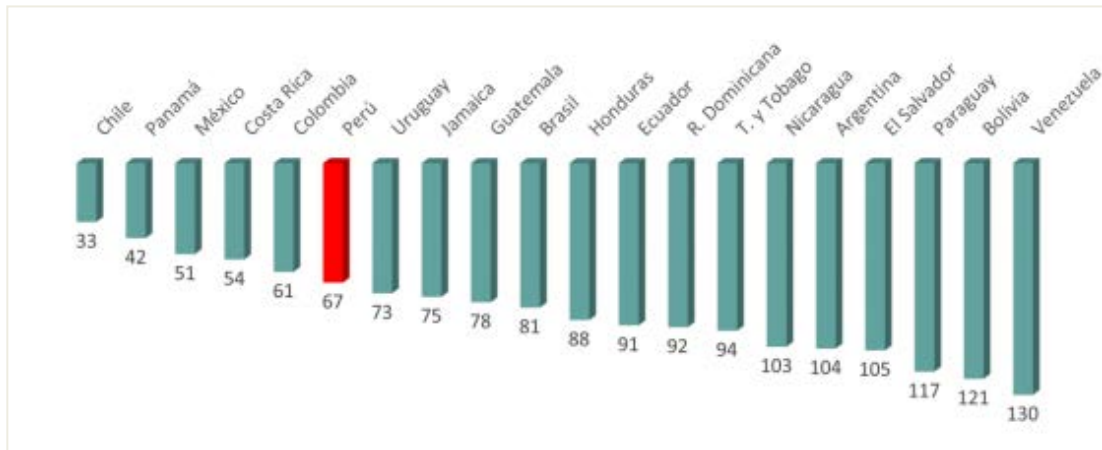
Los proyectos nacionales del Gobierno peruano son claramente observables por la creciente producción de variedades de papas ocasionadas también, por los estudios de investigaciones del Ministerio de Agricultura y Riego que de forma coordinada trabajan con la Universidad Agraria La Molina (Centro de Investigación de la Papa); la realidad política del Perú se plasma con la presencia de organismos internacionales como la FAO por lo que es un producto alimenticio de alto consumo de nivel mundial.

Según el Centro de Desarrollo Industrial, en su nota de prensa (2016) "el Foro Económico Mundial (World Economic Forum - WEF) publicó el Informe de Competitividad 2016-2017 en el cual se evaluó los factores que promueven la productividad de 138 países, nuestro país logró ubicarse en el puesto 67 subiendo dos posiciones respecto al informe anterior.

A nivel de Sudamérica, nos encontramos en el puesto 3 (detrás de Chile y Colombia respectivamente) y entre los países de Latinoamérica y el Caribe nos ubicamos en el puesto 6".



Figura N° 11. Ranking Latino América y el Caribe IGC 2016-2017



**Fuente: Foro Económico Mundial -WEF**  
**Elaboración: CDI-SNI**

Respecto al informe del año anterior, el Perú se ha mantenido delante de todas las economías que se encontraban en posición inferior a Perú, a excepción de Botswana que en el informe 2016-2017 ocupa la posición 64”. Nota de prensa WEF 27 de setiembre del 2016.

Figura N° 12. Países más cercanos a Perú en el Ranking



**Fuente: WEF**  
**Elaboración: CDI-SNI**

Según el Centro de Desarrollo Industrial, en su nota de prensa (2016) “ de los 12 pilares de la Competitividad nuestro país mejoró en los 6 siguientes: Instituciones (116 a 106), Salud y Educación Básica (100 a 98), Educación Superior y Capacitación (82 a 80), Eficiencia del Mercado laboral (64 a 61) Sofisticación de mercados financieros (30 a 26) y Sofisticación empresarial (81 a 78).

El análisis parte de un cuestionamiento a las teorías que sugieren que las causas del subdesarrollo en el Perú son de tipo externo (dependency theory). Los autores señalan que más bien se trata de causas internas, asociadas al manejo de la economía y a la influencia de factores políticos en este. El libro analiza las políticas económicas del periodo 1963-1990 y muestra la tendencia a la oscilación pendular entre políticas económicas de corte ortodoxo (liberal) y aquellas de corte populista (keynesianas, de intervención del estado). Muestra como los gobiernos de corte populista no han sabido manejar las crisis económicas a tiempo, en parte por presiones políticas como la oposición Apra-Uno durante el primer gobierno de Belaunde. Los ajustes en dichos gobiernos han llegado tarde, cuando la crisis ya estaba instalada y era inmanejable, lo que requería de cambios en el gobierno (como en el caso Velazco-Morales o García-Fujimori). Los autores asocian esto en parte a la debilidad de la representatividad política, que se refleja en la fragmentación de partidos que no logran plantear propuestas adecuadas para reunir el apoyo de amplios sectores de la población. Los gobiernos que llegan al poder tienen que manejar presiones políticas que llegan desde diversos flancos, lo que les deja muy poco margen para la acción sostenida y sin el apoyo necesario para iniciar ajustes económicos a tiempo. La debilidad de la representación política es asociada a la fragmentación social que es, en gran medida, producto de la sostenida incapacidad para establecer políticas redistributivas adecuadas. Esta fragmentación, por otro lado, ha evitado que haya desbordes populares masivos en las épocas de crisis, pues la desarticulación entre los grupos sociales impide la formulación de demandas y el ejercicio de una presión más sólida ante los líderes políticos. El libro incluye indicadores económicos como PBI per cápita, evolución del ingreso real, etc.". El Péndulo Peruano: políticas económicas, gobernabilidad y subdesarrollo, 1963-1990.

#### 1.1.4. La Realidad Económica de Lima

Lima la capital de nuestro país, es el lugar que tiene mayor movimiento y actividad comercial, siendo el centro financiero del país, además de ocupar el 35% de su producción industrial.

Entre los principales rubros económicos que destacan podemos mencionar a la industria manufacturera, el comercio en general y el turismo. En cifras, Lima viene a ser el 57% de la industria nacional, el 46% de la población económicamente activa (PEA) y el 53% del Producto Bruto Interno (PBI).

Según el portal RPP Noticias (2017), La Población Económicamente Activa de Lima Metropolitana supera los cinco millones de personas, mientras que el 54.2% de la PEA ocupada tiene de 25 a 44 años. La provincia de Lima tendría 9 millones 111 mil habitantes según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), difundidas con motivo del 482° Aniversario de la Fundación de Lima. Los más poblados. Asimismo el ente estadístico señaló que San Juan de Lurigancho es el distrito más poblado de Lima con 1 millón 128 mil), seguido por San Martín de Porres (723 mil), Ate (655 mil), Comas (534 mil), Villa El Salvador (478 mil), Villa María del Triunfo (462 mil), San Juan de Miraflores (413 mil), Los Olivos (382 mil), Puente Piedra (369 mil) y Santiago de Surco (355 mil). Estos diez distritos concentran más del 50.0% de la población de la provincia de Lima. Mientras que los menos poblados son: Santa María del Mar (1 mil 675), Punta Hermosa (7 mil 895), San Bartolo (7 mil 989), Punta Negra (8 mil 271) y Pucusana (17 mil 786) .

Según las estadísticas de IPSO 2016, Lima cuenta con 10,051, 912 habitantes. El distrito con mayor población es San Juan de Lurigancho, teniendo más de un millón de habitantes, asimismo Santa María es el distrito con menor población de 1525 habitantes. El más de 50% de la población limeña se encuentra en Lima Norte y Este.

La ciudad de Lima es la sede de muchos negocios importantes, incluye bancos como el Banco de Crédito, Interbank, el Banco de la Nación, el Banco Continental, Banco Interamericano de Finanzas, el Banco Scotiabank entre otros. Asimismo, están las compañías aseguradoras como Rimac Seguros, Mapfre, Pacífico y La Positiva.

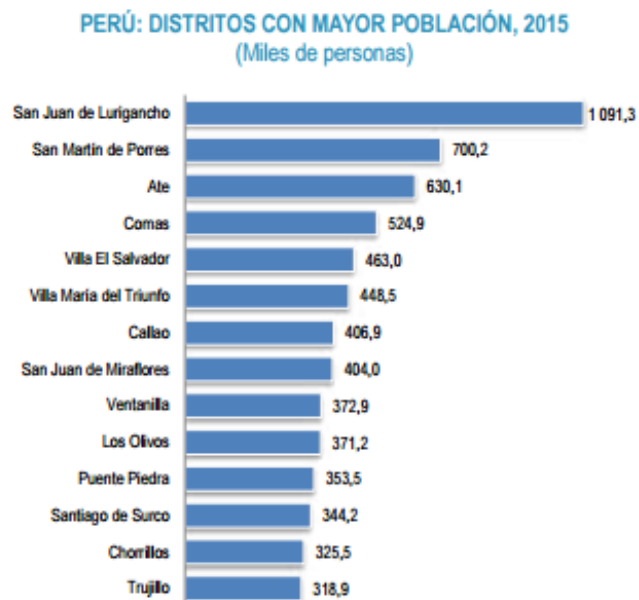
Lima cuenta también con una bolsa de valores que facilita la negociación de valores inscritos.

Los Olivos es un distrito que promueve actividades económicas en la industria, comercio y servicios. Su economía proviene de la mediana y gran empresa, así como en las micro y pequeñas empresas. Ofrece oportunidades de hacer empresa, inversión dando de

esta manera trabajo a sus pobladores, con ello busca reducir los conflictos sociales y de pobreza que existen en este distrito.

Existe una concentración empresarial en el distrito de Los Olivos, para el caso de este proyecto de inversión, resulta una realidad indicar la presencia del rubro negocios denominadas pollerías, que son uno de los principales mercados consumidores de papas listas para freír y que son abastecidos por micro y pequeños empresarios que comercializan la papa procesada para consumo del pollo a la brasa, así también la salchipapa, el salchipollo, pollo broster, etc.

Figura N° 13. Distritos con mayor población de Lima



**Fuente: Instituto Nacional de Informática-INEI**

## CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES

### 2.1. Enfoque de la idea de negocio

Un proyecto de inversión involucra realizar un estudio llevado a sectores poblacionales, donde invertir significa ganar un dinero fruto de un trabajo que se proyecte a futuro. Los negocios existen por una idea que tiene validez en un estudio científico de mercado y los mercados son genuinos a los consumidores que compran una necesidad y consumen ciertos tipos de productos que los fabricantes ofertan a los mercados.

Nuestro negocio espera llegar a las pollerías consumidores de papa procesada perteneciente al distrito de los Olivos y aledaños, siendo nuestros principales clientes las pollerías.

Tabla N° 1. Lima Metropolitana: Personas por Zonas Geográficas según NSE 2016

ZONAS	PERSONAS		ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA APEIM (% HORIZONTAL)				
	Miles	% sobre Lima Metrop.	A	B	C	D	E
Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,388.1	13.8	2.2	13.0	41.7	33.6	9.5
Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,308.5	13.0	1.9	22.8	52.2	18.6	4.5
Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,196.3	11.9	0.5	13.7	46.6	26.4	12.8
San Juan de Lurigancho.	1,105.8	11.0	1.1	9.6	43.4	36.6	9.3
Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,010.1	10.0	0.0	9.8	45.5	35.5	9.2
Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	864.2	8.6	4.5	20.9	40.4	25.3	8.9
Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	780.2	7.8	29.4	45.1	17.6	5.6	2.3
Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	696.8	6.9	2.0	21.8	45.4	25.7	5.1
Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	396.5	3.9	22.5	46.7	23.9	5.4	1.5
Resto de Lima	284.3	2.8	0.0	10.1	48.5	26.3	15.1
Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,024.4	10.2	1.6	17.3	42.8	25.9	12.4
<b>TOTAL LIMA METROPOLITANA</b>	<b>10,055.2</b>	<b>100.0</b>	<b>4.7</b>	<b>19.7</b>	<b>42.0</b>	<b>25.5</b>	<b>8.1</b>

**Fuente: Compañía Peruana de estudios de mercado y opinión pública - CPI**

La idea de un negocio también radica en una propuesta que deberá ser verificada mediante estudios que arrojen valores o ratios que faculten el aspecto ganancial; los

negocios nacen como producto de ideas por un aspecto llamado inversión, consultado a un mercado potencial que arroja las necesidades de consumo y generan o plasman las ideas que se proyectaron desde el inicio hasta la concepción del negocio (empresa).

Muchas ideas de negocio se basan en algunos tipos similares o rubros (benchmarking), que en base a un estudio de mercado se plasman las ideas iniciales donde se observan algunos ratios de consumos basados en encuestas referentes a gustos o sabores, empaques, manipuleo etc.

## **2.2. Demanda Potencial**

La Asociación Peruana de Avicultura informa que el negocio del pollo a la brasa ha crecido a un ritmo de 8% en la última década, llegando a 6 kg el consumo per cápita de pollo a la brasa en el Perú. Además, estiman que existen aproximadamente 2,200 pollerías ubicadas en la ciudad de Lima.

Nuestros servicios en la producción de papas procesadas se ofrecerán a negocios que se encuentran en el distrito de Los Olivos, los cuales consumen constantemente papas para freír, en su plato bandera, que es el pollo a la brasa. Para determinar la demanda potencial hemos utilizado la metodología del Geomarketing, donde atenderemos a todas las pollerías que se encuentran alrededor de la Municipalidad de Los Olivos, especialmente en las avenidas Carlos Izaguirre, Antúnez de Mayolo y Av. Las Palmeras. Cabe indicar que, según información de la Municipalidad de los Olivos, al año 2016, tienen registradas 274 del giro de pollerías.

## **2.3. El Segmento de nuestro Mercado Objetivo**

El segmento del mercado, del proyecto de procesadora de papas, son todas las pollerías del distrito de Los Olivos que deseen, papas listas para freír, en sus comidas rápidas en base a pollo y gustan de una alimentación agradable, barata y rápida. Las pollerías que adquieran productos deben contar con las condiciones económicas adecuadas. Por ende, el mercado objetivo del proyecto estará limitado hacia aquellas que tengan solvencia económica.

### 2.3.1. Segmentación geográfica

Para el presente estudio se ha decidido concentrarse en el distrito de Los Olivos que corresponde a Lima Norte, ya que existe una gran demanda de pollerías.

En la Tabla N° 2 podemos observar la concentración de pollerías que atenderemos, mediante esta metodología, las cuales la hemos segmentado según las principales avenidas del distrito.

Tabla N° 2. Mercado Potencial de pollerías

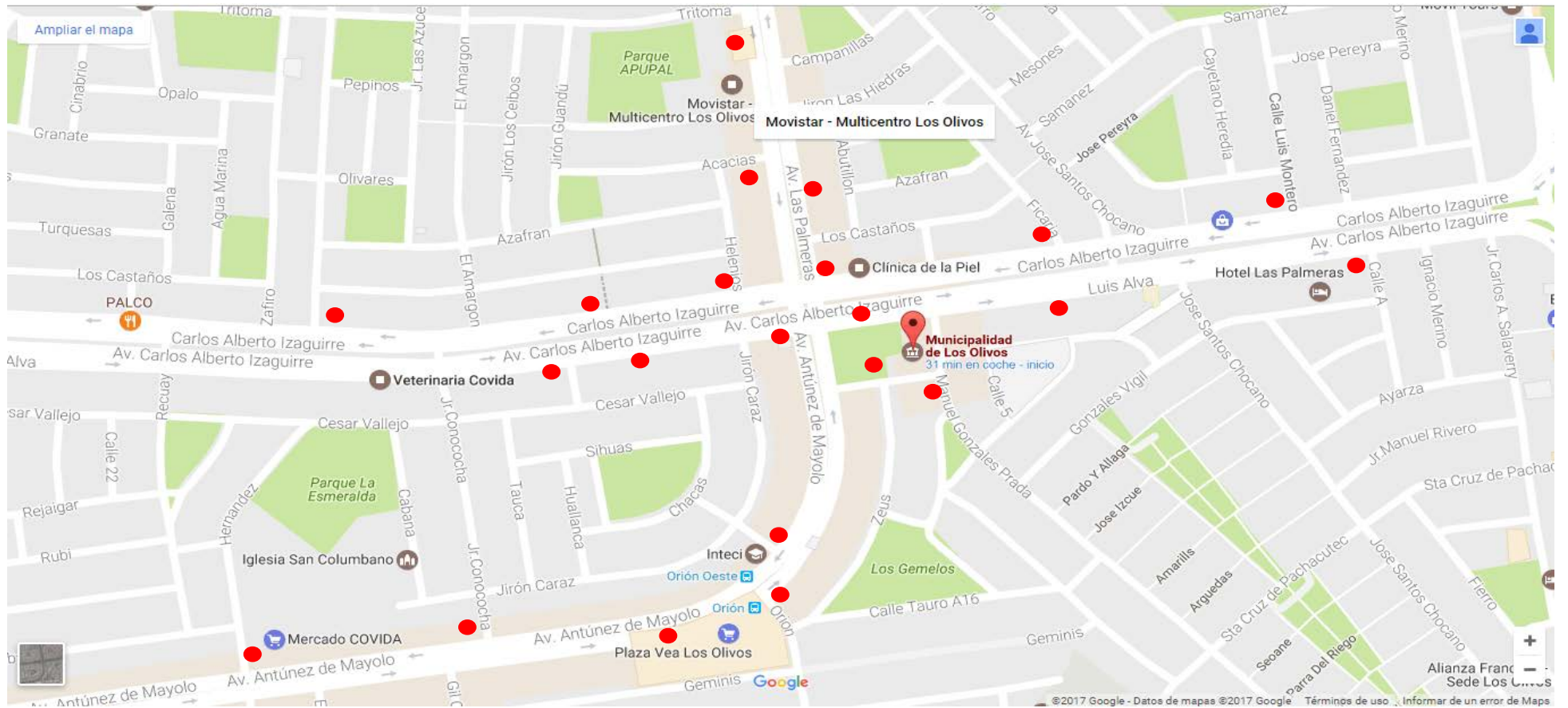
ZONA	No.
AV ANTUNEZ DE MAYOLO	20
AV CARLOS IZAGUIRRE	17
AV LAS PALMERAS	29
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Para la selección de estas pollerías; hemos aplicado la metodología de geomarketing, las cuales serán atendidas por estar en las principales avenidas del distrito. En la Figura N° 14 podemos observar la representación de la ubicación de las pollerías que forman parte de nuestro mercado potencial.



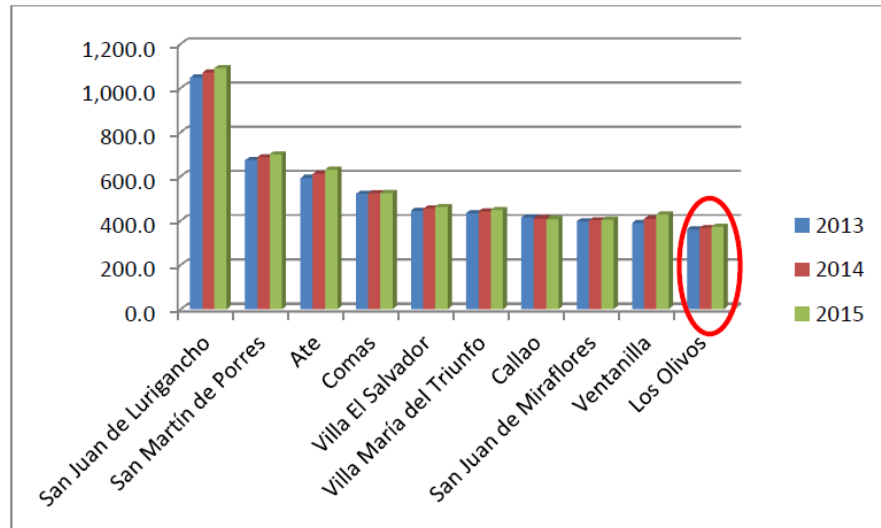
Figura N° 14. Ubicación Geográfica de las Pollerías (2016)



### 2.3.2. Segmentación demográfica

Nuestro proyecto de inversión está dirigido a un perfil de empresas que gustan del pollo a la brasa y que frecuentan regularmente a las pollerías y como segunda opción restaurantes.

Figura N° 15. Distritos con mayor población 2013-2015



**Fuente: INEI, Estimaciones y Proyecciones de población 2013-2015**

### 2.3.3. Segmentación socio económico

Como se carece de información económica de las pollerías, para determinar el nivel al cual vamos a atender, estamos considerando el estudio de prefactibilidad para la implementación de una cadena de comida rápida en base a pollo en Lima Norte de Lorena Cepeda Aliaga y Calos Javier Stapleton (2006) de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Para analizar e inferir el movimiento comercial de las pollerías se realizó una evaluación de los locales en tres tipos de acuerdo a su tamaño como se muestra en la Tabla N° 3 Tipos de Establecimientos.

Tabla N° 3. Tipo de Establecimiento

Tipo	Símbolo	No. Mesas
PEQUEÑO	P	1 a 18
MEDIANO	M	19 a 36
GRANDE	G	37 a más

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.3.3.1. Tamaño de establecimientos

#### Establecimientos Grandes (G)

Se encuentran entre 200 – 500 m<sup>2</sup>, son cadenas de restaurantes, poseen hasta 3 niveles con un fino acabado tanto interior como exterior. A este tipo de establecimientos asiste, por lo general: la familia completa.

- Presentan como mínimo 37 mesas cada una con capacidad para 4 personas. Por lo general se ubican avenidas, esquinas o centros comerciales.
- Poseen estacionamiento y seguridad.
- El personal se encuentra distribuido de la siguiente manera: 6 personas de atención, 4 personas en producción y una persona por turno a cargo del local.
- Aceptan tarjetas de crédito.

#### Establecimientos Medianos (M)

Cuentan con un área promedio de 210m<sup>2</sup>, los locales más grandes en esta categoría presentan un área máxima de 250m<sup>2</sup>, pudiendo ser hasta de 2 niveles.

- Presentan entre 19 – 36 mesas cada una con capacidad para 4 personas.
- Poseen estacionamiento limitado a su fachada, pero no necesariamente seguridad.
- El personal se encuentra distribuido de la siguiente manera: 3 para el servicio de atención, 3 personas en producción y una persona a cargo del local.

- En su mayoría aceptan tarjetas de crédito.
- Los locales que se encuentran al interior de los centros comerciales (los denominados: patios de comidas) se considerarán de este tipo por el área con la que cuentan.

### **Establecimientos Pequeños (P)**

No cuentan con una infraestructura adecuada, disponen de servicios higiénicos pequeños y sus dimensiones promedio son de 70m<sup>2</sup>

- Presentan a los más 18 mesas cada una con capacidad para 4 personas. 50
- Poseen a lo más tres estacionamientos.
- El personal se encuentra distribuido de la siguiente manera: 2 para el servicio de atención, 2 personas en producción y una persona del tipo administrativo que también realiza labores de producción.
- El 50% de los locales aceptan tarjetas de crédito.

### **2.3.4. Segmentación Psicográfica**

Para este proyecto nos enfocamos en pollerías que tengan como insumo la papa. Asimismo, que sus clientes busquen ofrecer un producto de calidad y con una buena presentación. Así también se publicita la ética de los negocios cuando existe un buen servicio de atención al cliente.

## **2.4. Tendencias esperadas de la demanda del producto**

El peruano es consumidor del pollo a la brasa, por ser el plato bandera y uno de los preferidos por las familias peruanas como tal se espera que exista un crecimiento de la demanda de nuestro producto

## **2.5. Tendencias del Mercado**

Se espera que las pollerías sigan creciendo para que nuestro producto pueda seguir vigente en el mercado. Un estudio realizado en el año 2016 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que cada familia limeña consume aproximadamente un promedio de 19 pollos a la brasa al año. Asimismo, se tiene conocimiento por parte de la Municipalidad de los Olivos que en este distrito hay un total de 274 pollerías.

Con el caso de corrupción sobre la carne brasileña adulterada, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) prohibió el ingreso de envíos de carnes por parte de

empresas brasileñas a nuestro país. Por ello se supone que el consumo del pollo a la brasa tendrá un mayor incremento frente a otros platos como carnes a la parrilla.

## 2.6. Diferencias de nuestro producto frente a la competencia

Nuestro producto se diferenciará por su presentación y calidad:

- Empaque y logotipo: se usará bolsas plásticas transparentes de alta densidad, las cuales tendrán impresas el logo de la empresa para proteger, conservar y transportar nuestro producto.
- Higiene: inocuidad del producto.
- Facilidad y rapidez en la entrega de pedido ya sea por vía telefónica o whatsapp.

### 2.6.1. Ventajas Comparativas

Para el proceso de las papas cortadas se usará bisulfito de sodio, esto permitirá que nuestro producto permanezca fresco y en buenas condiciones aproximadamente durante dos días.

Nuestras papas pasarán por un control de calidad riguroso que permitirá que el producto este en buenas condiciones, además tendrán un sabor característico que nos diferenciará del resto.

### 2.6.2. Ventajas Competitivas

Frente a otros negocios del mismo rubro que el nuestro, nuestras ventajas serán las siguientes:

- La presentación de nuestro producto será en bastones y tendrá dos tipos de corte uno de 12 mm que permitirá degustar el verdadero sabor de la papa y el otro corte será más fino de 10 mm, ideal para platos alternativos que ofrezcan en su menú las pollerías.
- La papa que ofreceremos será de excelente calidad y buen rendimiento, asimismo su buen sabor y crocantes al ser fritas para su consumo.
- Trabajaremos con las mejores variedades de papas para freír, entre ellas canchan, única, capiro y papa perricholi.
- Puntualidad en la entrega del producto ya que llegaran a la entrega del local o domicilio.
- La forma de pago será al contado y en casos especiales otorgaremos un crédito previo estudio de la responsabilidad y trayectoria del cliente.
- Precios accesibles para nuestros clientes.

- Personal capacitado en el procesamiento de papa.
- Atención personalizada.

## 2.7. Análisis FODA de nuestro negocio

El análisis FODA permitirá analizar los factores internos y externos para establecer estrategias adecuadas, que nos ayudará a tener un mejor enfoque, ser más competitivos y tomar las mejores decisiones.

### 2.7.1. Análisis de Oportunidades

La existencia de pollerías en el distrito de los Olivos es favorable para la venta de nuestro producto, encontrando las siguientes oportunidades:

- Crecimiento de pollerías en zona de Lima Norte, especialmente distrito de Los Olivos.
- Pollerías con alto movimiento y consumo de papa.
- Contamos con materia prima de calidad, ya que el Perú es uno de los productores de papa más grande en el mundo.
- Establecimiento de comida rápida, restaurantes.
- Variedad de papas para ser ofrecidas, incluidas muchas del tipo nativa.
- Papa fresca y procesada consumida por personas de todos los niveles socioeconómicos.
- Capacitación constante por parte del gobierno a los pequeños productores de papa.

### 2.7.2. Análisis de Amenazas

- Competencia desleal que ofrece productos con bajos niveles de procesamiento.
- Clima: granizadas, heladas, sequías, inundaciones, Fenómeno El Niño e incidencia de plagas y enfermedades.
- Alza o variación del precio de la papa en el mercado.
- Venta de productos sustitutos como el camote u otro tipo de papa, mayormente importada.
- Empresas informales que ofrecen productos de baja calidad a bajo precio.

### **2.7.3. Análisis de Fortalezas**

Nuestro local se encontrara ubicado en una zona estratégica en los Olivos, esto permitirá la facilidad y rapidez en la entrega de nuestro producto, el cual se caracterizara por su excelente calidad.

- Contacto permanente con proveedores de papa.
- Insumos de calidad provenientes de la sierra del país, con altos niveles de cultivo.
- Personal 100% capacitado en el procesamiento de papa para el consumo.
- Atención personalizada, especialmente los fines de semana.
- Productos permanece frescos y en buenas condiciones, por dos días.

### **2.7.4. Análisis de Debilidades**

Una de las debilidades internas más importantes que podemos encontrar es que nuestra marca es nueva en el mercado así como la falta de experiencia en el rubro, por ello tendremos que desarrollar e implementar planes para alcanzar nuestros objetivos.

- Falta de experiencia en la distribución de papa.
- Poco conocimiento de las bondades y beneficios de nuestro producto.
- Tenemos bajo nivel en el uso de tecnología, contando con equipos un poco obsoletos.
- Falta capacitación en el manejo técnico de siembra y cosecha.
- Ser nuevos en el mercado, nuestra marca aun no es muy conocida.
- Local Alquilado, lo que impide mayor inversión en la capacidad de producción.

Tabla N° 4. Matriz FODA

<b>FODA CRUZADO</b>		ítem	FORTALEZAS	ítem	DEBILIDADES	
		F1	Contacto permanente con proveedores de papa.	D1	Falta de experiencia en la distribución de papa fresca.	
		F2	Ubicación estratégica para la distribución inmediata a nuestros clientes.	D2	Poco conocimiento de las bondades y beneficios de nuestro producto.	
		F3	Insumos de calidad provenientes de la sierra del país, con altos niveles de cultivo.	D3	Tenemos bajo nivel en el uso de tecnología, contando con equipos un poco obsoletos.	
		F4	Personal 100% capacitado en el procesamiento de papa para el consumo.	D4	Falta de capacitación en el manejo técnico de siembra y cosecha.	
		F5	Atención personalizada, especialmente los fines de semana.	D5	Ser nuevos en el mercado, nuestra marca aún no es conocida	
		F6	Productos permanecen frescos y en buenas condiciones por 6 días.	D6	Local alquilado, lo que impide mayor inversión en la capacidad de producción.	
		F7	Variedad de papas nativas.			
			ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
ítem	OPORTUNIDADES					
O1	Crecimiento de pollerías en zona Lima Norte, especialmente Distrito de los Olivos.		F2O2	Alianzas estratégicas con importantes cadenas de pollerías.	D4O1	Plan de capacitación para mayor penetración en el mercado.
O2	Pollerías con alto movimiento y consumo de papa.					
O3	Contamos con materia prima de calidad, ya que el Perú es uno de los productores de papa mas grandes en el mundo.		F1O3O4	Mejorar la gestión de productos con proceso primario: presentación envase, preparación, etc.	D3O4	Implementar canales de distribución con tecnología, aprovechando el crecimiento del sector comercial.
O4	Establecimientos de comida rápida, restaurantes etc.					
O5	Variedad de papsa para ser ofrecidas, incluidas muchas del tipo nativa.		F1F2F3F5O1O2O7	Participación en ferias por lo menos dos veces al año.	D3D5O4O5	Participación en capacitación en el manejo de nuevos equipos de procesamiento de papa.
O6	Papa fresca y procesada consumida por personas de todos los niveles socioeconómicos.					
O7	Capacitación constante por parte del Gobierno a los pequeños productores de papa.					
			ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
ítem	AMENAZAS					
A1	Competencia desleal que ofrece productos con bajos niveles de procesamiento.		F4A1	Plan de diversificación de nuestros productos para competir con las empresas ya conocidas en el mercado.	D4A1	Plan de capacitación para todo el personal para mayor conocimiento del negocio.
A2	Clima: granizadas, sequías, heladas, inundaciones, Fenómeno el NIÑO e incidencias de plagas y enfermedades.		F3A5A7	Participación de campañas de marketing de cualidades nutritivas y culinarias de la papa.	D5A1A3A5A7	Posicionar la marca como una alternativa nueva para un servicio de calidad y contrarrestar a la competencia en precio.
A3	Competencia de productos congelados.					
A4	Alza o variación del precio de la papa en el mercado.					
A5	Venta de productos sustitutos como el camote u otro tipo de papa mayormente importada.		F2A2	Contrato de exclusividad con productores de papa mantener la proveeduría en caso de fenomenos naturales.	D6D7A1A3	Buscar financiamiento para local propio y así poder establecer mayor capacidad de producción para generar mayor valor agregado frente a nuestra competencia.
A6	Empresas informales que ofrecen productos de baja calidad a bajo precio.					

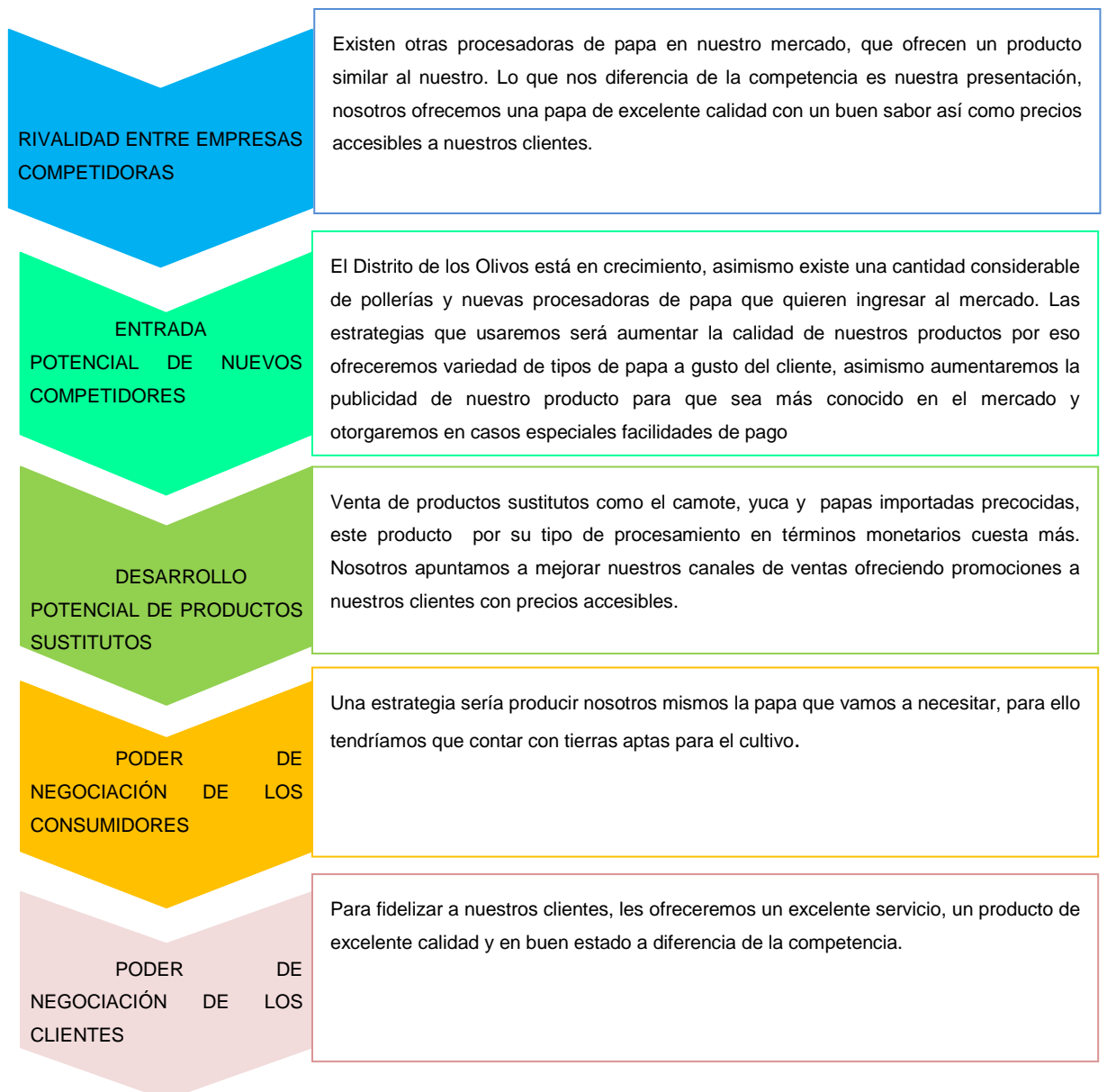
Fuente: Elaboración propia



**LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

Para analizar el sector de Procesadoras de papa, se ha utilizado el modelo de Michael Porter (1982), el cual nos dice que mediante la existencia de cinco fuerzas se determina las oportunidades de inversión y rentabilidad.

Figura N° 16. CINCO FUERZAS DE PORTER



**Fuente: Elaboración propia**

## **2.8. Comparación frente a la competencia**

Innovaremos en otras variedades de papa, para que el cliente tenga alternativas de escoger cual es de su preferencia.

Fomentaremos las buenas prácticas de manufactura para asegurar la inocuidad y calidad de nuestro producto.

La entrega del pedido llegará a tiempo.

## **2.9. Mejoras en el tiempo incluidas en el negocio**

Incrementar el tamaño de planta (según el mercado objetivo y la demanda potencial).

Adquirir una máquina que pueda hacer el procesado de la papa de forma automática (lavado, secado).

## **2.10. Planes para el crecimiento de la empresa**

La expansión de la empresa a partir del quinto año, se puede ver otros mercados como Independencia y San Martín de Porres.

A futuro, se piensa incursionar en la papa precocida.

## CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO

### 3.1. Los clientes

Nuestro producto está dirigido a las pollerías y restaurantes del distrito de los Olivos, cuya economía es predominantemente económica activa, siendo nuestro objetivo trabajar para ellos. Para ello hemos determinado estos clientes según el tamaño del establecimiento y que se dediquen primeramente al sector pollería.

#### 3.1.1. Clientes potenciales

Nuestros clientes potenciales son las pollerías que venden el delicioso pollo a la brasa, ya que es un producto básico para acompañar a este plato favorito entre las familias peruanas.

Nos enfocaremos en las pollerías con mayor afluencia de público, por lo general son las que están cerca de la Municipalidad o en las avenidas de influencia principales del distrito, como son: Avenida Antúnez de Mayolo, Avenida Carlos Izaguirre y Av. Las Palmeras; siendo alguna de ellas:

Figura N° 17. Pollerías cerca de la Municipalidad de los Olivos



**Fuente: Elaboración propia**

### **3.1.2. Consumidor final**

Los consumidores finales del producto que ofrecemos serán las familias, jóvenes y adultos que disfrutaran de nuestras papas procesadas que son un alimento saludable con alto contenido de carbohidrato y fuente de vitaminas. Se estima que más de 65 millones de pollo a la brasa se consumen en el Perú; en Lima según el INEI se consumen 19 pollos por familia de 4 miembros. De acuerdo a la población de la zona 2 de Lima Metropolitana, comprendida por los distritos de Los Olivos, San Martín de Porres e Independencia, estimamos que en esta zona se consumirían más de 6,2 millones de pollos aproximadamente, de los niveles A, B, C y D. (Ver anexo No.3)

### **3.2. El Mercado Potencial**

Lima Norte está formada por ocho distritos y son Puente Piedra, Independencia, Comas, Carabaylo, Ancón, San Martín de Porres y los Olivos, este último será nuestro mercado potencial ya que queremos ofrecer nuestro producto a las pollerías que se encuentran ubicadas en dicho distrito, el cual tiene una población de 361 921 habitantes.

Como habíamos mencionado anteriormente, en los Olivos existen 274 pollerías lo cual lo convierte en un mercado potencial para la venta de nuestro producto.

### **3.3. La Oferta en el Mercado**

Ofreceremos al mercado un producto y servicio de calidad, apuntando a satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes. La presentación será en bolsas de plástico de 20 kilos con precios accesibles.

### **3.4. La Demanda Esperada**

La mayor demanda de papas se centraliza en las pollerías. Según el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) las pollerías y restaurantes anualmente utilizan hasta 300 mil toneladas de papa, las más pequeñas utilizan un promedio de 50 kilos al día, las medianas entre 100 a 150 kilos al día y las más grandes exceden los 300 kilos por día.

El consumo de papa es mayor los fines de semana, debido a que las familias salen a comer fuera de casa. De acuerdo a esta información, hemos realizado una proyección de cuantas bolsas de papa procesadas necesitaríamos producir para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en medio año:

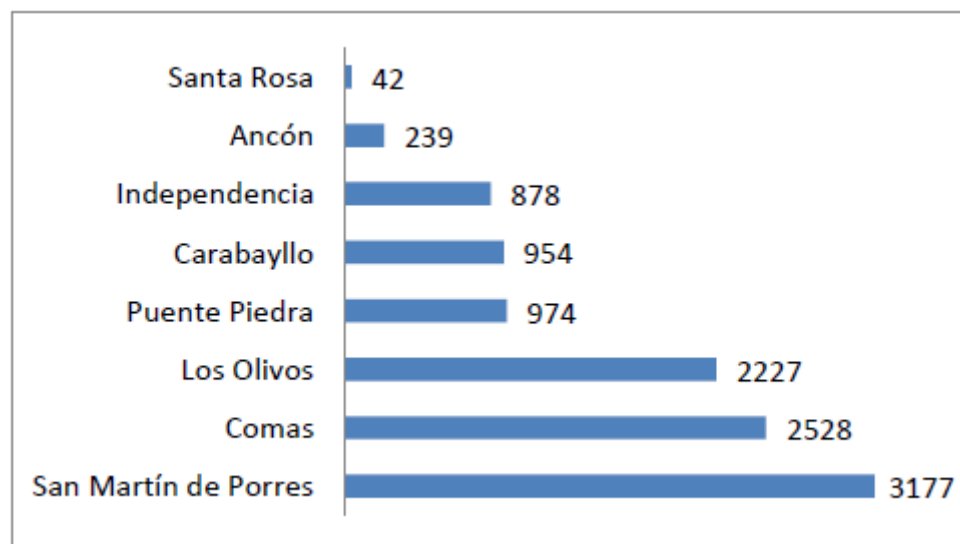
Tabla N° 5. Proyecciones de bolsas producidas de Enero a Junio 2018

DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
	31 días	28 días	31 días	30 días	31 días	30 días
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	24,660.00	23,040.00	25,980.00	24,780.00	25,460.00	25,440.00
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	1,233.00	1,152.00	1,299.00	1,239.00	1,273.00	1,272.00
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	55.00	55.00	55.00	39.00	39.00	39.00
VALOR DE VENTA	67,815.00	63,360.00	71,445.00	48,321.00	49,647.00	49,608.00
IGV	12,206.70	11,404.80	12,860.10	8,697.78	8,936.46	8,929.44
<b>TOTAL</b>	<b>80,021.70</b>	<b>74,764.80</b>	<b>84,305.10</b>	<b>57,018.78</b>	<b>58,583.46</b>	<b>58,537.44</b>

**Fuente: Elaboración propia**

Teniendo en cuenta que las medianas empresas venden en promedio de 100 a 150 kilos de papa, estimaremos que cada pollería en un día consumirá 15 bolsas de papa de 20 kilos. Asimismo, sabemos que los fines de semana hay más afluencia de público por ello habrá más ventas.

Figura N° 18. LIMA NORTE: Restaurantes 2014 (número de empresas)



**Fuente: Registro Nacional de Municipalidades 2014, INEI**

### **3.5. Hábitos de consumo**

La comida peruana es una de las mejores en el mundo, posee una gran variedad de platos típicos entre los principales se encuentra el rico pollo a la brasa, plato bandera que gusta mucho al peruano y es un hábito comerlo acompañado de papas fritas.

El peruano es de buen comer, según estudios del INEI el 33,2% de su sueldo es destinado a comer fuera de casa.

Un estudio realizado por la Universidad Le Cordón Bleu arrojó que el 56% de comensales tienen preferencia por comer en las pollerías, el 24% prefieren acudir a las cevicherías y el 20% a los chifas.

### **3.6. La competencia y sus ventajas**

La competencia nos ayudará a evaluar nuestra posición en el mercado, motivándonos a ser mejores y más eficaces. Sus ventajas son las siguientes:

- Presencia en el mercado.
- Experiencia.
- Clientes fidelizados.
- Infraestructura.
- Marketing
- Precios competitivos.

#### **3.6.1. Nuestros Competidores**

Son las empresas procesadoras de papa que al igual que nosotros ofrecen el mismo producto para satisfacer las necesidades del cliente.

##### **3.6.1.1. Competidores directos**

Son aquellas empresas que venden la papa procesada a nuestros mismos clientes, es decir venden su producto en nuestro mercado.

Se consultó en la Municipalidad de los Olivos la cantidad de Procesadoras de papa con licencia Municipal, a fin de tener conocimiento sobre la competencia en el mercado. El Municipio nos informó que a la fecha no existen Procesadoras inscritas, lo cual nos hace ver que existen Procesadoras de papas ilegales.

### 3.6.1.2. Competidores indirectos

Son aquellas empresas que venden un producto similar al nuestro que pueda satisfacer las mismas necesidades de nuestros clientes, es decir ofrecen un producto sustituto. Nuestros competidores directos son las empresas que importan papa semicocida y las venden en nuestro mercado. Este producto viene de países como Holanda y Bélgica.

### 3.7. Estimación de la participación en el mercado y de las ventas

Estimamos una participación en el mercado del 30% con crecimiento en ventas del 5% anualmente.

#### 3.7.1. Productos que estimas vender en el primer año

Se estima vender en el primer año lo siguiente:

Tabla N° 6. Proyecciones de bolsas de papas procesadas de 20 kilos - 2018

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
31 días	28 días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días
24,660.00	23,040.00	25,980.00	24,780.00	25,460.00	25,440.00	25,720.00	25,320.00	25,440.00	24,660.00	24,780.00	27,580.00
1,233.00	1,152.00	1,299.00	1,239.00	1,273.00	1,272.00	1,286.00	1,266.00	1,272.00	1,233.00	1,239.00	1,379.00
55.00	55.00	55.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
67,815.00	63,360.00	71,445.00	48,321.00	49,647.00	49,608.00	50,154.00	49,374.00	49,608.00	48,087.00	48,321.00	53,781.00
12,206.70	11,404.80	12,860.10	8,697.78	8,936.46	8,929.44	9,027.72	8,887.32	8,929.44	8,655.66	8,697.78	9,680.58
80,021.70	74,764.80	84,305.10	57,018.78	58,583.46	58,537.44	59,181.72	58,261.32	58,537.44	56,742.66	57,018.78	63,461.58

Fuente: *Elaboración propia*

## **CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING:**

### **4.1. Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento**

El marketing es una herramienta que ayuda al empresario a acercarse a sus clientes, con el fin de vender más. Asimismo, para que una empresa tenga éxito, se necesita implementar y planificar muchas estrategias.

En ese sentido, nuestra empresa buscara ingresar al mercado ofreciendo un producto de excelente calidad y al mejor precio, con ofertas promocionales a nuestros clientes así como con una adecuada distribución. Con estas estrategias buscaremos

#### **4.1.1. Estrategia de producto**

Para diseñar una adecuada estrategia primero debemos tener en claro a quién va dirigido el producto que vamos a ofrecer y como se beneficiaran nuestros clientes.

- Marca registrada: lo que nos distinguirá de otros productos similares ofrecidos en el mercado.
- Calidad del producto: la forma del procesado nos diferenciara de la competencia.
- Presentación del producto: de primera calidad.
- Atención personalizada.

#### **4.1.2. Estrategia de precios**

Usaremos la estrategia de penetración en el mercado, fijaremos un precio medianamente bajo, a fin de atraer la mayoría de clientes y conseguir una importante participación en el mercado. Cuando se haya conseguido aumentar la demanda podremos subir el precio o mantenerlo.

#### **4.1.3. Estrategia de promoción y publicidad**

Nuestro objetivo será incrementar las ventas y captar nuevos clientes, para ello realizaremos lo siguiente:

- Presencia activa en las redes sociales (Facebook, twitter) para reforzar nuestra marca.



- Incentivo a nuestros clientes, ofreciéndoles descuentos en su compra y promociones.
- Implementación de una página Web para expandir nuestro negocio y fidelizar a los clientes existentes.

#### **4.1.4. Estrategia de distribución.**

La estrategia de distribución es vender nuestro producto directamente a nuestros clientes, quienes vendrían a ser las pollerías del distrito de los Olivos el cual es nuestro mercado meta por su crecimiento socio-económico.

### **4.2. Características del producto**

Las características del producto deben ser las mejores, es decir tener una correcta durabilidad y buena presentación. Para su procesamiento nuestras papas serán seleccionadas y peladas en una máquina, posteriormente se realizará el retoque manual de imperfecciones así como picado en bastones de 10 y 12 mm de grosor.

Las papas picadas serán lavadas y remojadas por dos minutos en bisulfito de sodio, este proceso permitirá una mejor conservación del producto para su consumo.

### **4.3. Producto**

Papas procesadas en una presentación de bastones de 10 y 12 mm, con un buen estándar de calidad y listas para freír.

#### 4.3.1. Marca

Nuestra marca es Rapi Papas, papas procesadas, para el consumo de pollerías:

Figura N° 19. Logo de la Empresa



*Fuente: Elaboración propia*

#### 4.3.2. Eslogan

El eslogan que nos representa es “LISTAS PARA FREÍR”

#### 4.3.3. Presentación

La presentación del producto será en bolsas transparentes de polietileno, con medidas de 38 x 28 x 4 cm con una capacidad de 20 kilos.

#### **4.4. Bondades o ventajas del producto**

La materia prima con la que es elaborado nuestro producto contiene una fuente de carbohidratos así como de almidón, por lo que son una excelente fuente de energía.

Su procesamiento permitirá que el producto tenga una durabilidad de dos días de refrigeración.

Otra de las ventajas es que al ser un producto listo para freír, reduce tiempos y elimina tareas tediosas como el lavado, pelado y picado de las papas.

#### **4.5. Política de precios**

Fijaremos el precio más adecuado, de acuerdo a los objetivos que tenga la empresa en ese sentido queremos una penetración rápida en el mercado y frenar a los competidores.

#### **4.6. Inicio de ventas del producto**

Se estima el inicio de las ventas el 01 de enero del 2018.

#### **4.7. Tácticas de ventas**

Para captar nuevos clientes, visitaremos a las pollerías y llevaremos muestras para que el cliente pueda comprobar la calidad del producto y porque es mejor respecto a la competencia.

Complementar las ventas con un obsequio a nuestros clientes, especialmente en fechas especiales.

Diseñaremos una página Web donde se promocionara nuestro producto para darnos a conocer más.

La entrega del producto será a domicilio.

#### **4.8. Objetivos de ventas en el corto y mediano plazo**

Incrementar las ventas es una necesidad que tiene toda empresa. Los objetivos de venta estarán reflejados en el plan de marketing y ventas de la empresa.

#### **4.8.1. Corto plazo**

Nos concentraremos en los clientes potenciales del distrito de los Olivos, les ofreceremos cupones de descuento por primeras compras.

#### **4.8.2. Mediano plazo**

Buscaremos la venta de nuestro producto en nuevos mercados como por ejemplo San Martín de Porres, para esto ya contaremos con la experiencia en ventas del mismo y con clientes fidelizados que nos puedan recomendar.

### **4.9. Estrategias para el crecimiento de las ventas**

Para lograr el crecimiento de las ventas, debemos buscar la forma de atraer nuevos clientes informándoles los beneficios y necesidades que proporciona nuestro producto.

#### **4.9.1. Estrategias de crecimiento vertical**

Mediante herramientas de gestión de relaciones con clientes, lograremos la fidelización de nuestros clientes actuales lo que nos permitirá establecer relaciones duraderas basadas en la confianza asimismo, personalizaremos nuestro trato con ellos entendiendo sus necesidades y preferencias. También ofreceremos un servicio post venta, es decir brindar atención después de la venta para que los clientes regresen.

#### **4.9.2. Estrategias de crecimiento horizontal**

Para lograr el crecimiento en número de clientes, optaremos por atraer a los clientes potenciales implementando promociones temporales y ofertas sin llegar a bajar nuestros precios a la ligera. Analizar lo que está haciendo la competencia también es una buena estrategia, si conocemos lo que están haciendo nuestros competidores podremos establecer una diferencia con ellos.

## CAPÍTULO 5. SISTEMA DE VENTAS y DISTRIBUCION

### 5.1. Sistema de distribución

Nuestro producto será distribuido directamente desde la planta procesadora hasta los establecimientos de expendio de comida, que en este caso serán las pollerías del Distrito de los Olivos.

#### 5.1.1. Mayorista

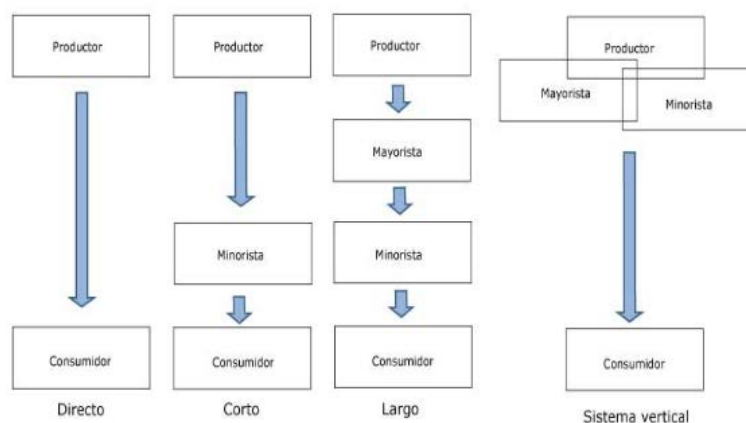
No aplica, ya que para vender nuestro producto no necesitamos de intermediarios, (distribuidores) es decir no vendemos las papas procesadas a terceros para que las vuelvan a vender.

#### 5.1.2. Minorista

No aplica, porque no tendremos un intermediario para vender nuestro producto al cliente.

Nuestro canal de distribución será directo, nosotros venderemos el producto directamente a nuestros clientes que son las pollerías del distrito de los Olivos. La entrega será en el local del cliente, en ese sentido consideraremos las rutas establecidas y el tiempo de entrega.

Figura N° 20. Tipos de canales de distribución



**Elaboración: José Sande**

**Fuente: [www.compartiendo-conocimiento.com](http://www.compartiendo-conocimiento.com)**

## 5.2. Estrategia de Ventas

Para incrementar nuestra participación en el mercado usaremos las siguientes estrategias de ventas:

- Anticiparnos a las necesidades del cliente, conociendo que es lo que realmente desea.
- Mejorar la atención del cliente, siendo más atentos y dándoles un trato personalizado.
- Mayor rapidez en la atención, especialmente en la entrega del producto.
- Producto diferenciado del resto, es ese sentido nuestro procesado marcará la diferencia.
- Publicidad mediante la pagina Web de la empresa.
- Participación en redes sociales, como Facebook y twitter.
- Usaremos promociones de ventas, como ofertas y descuentos.
- Regalar artículos de merchandising, como lapiceros, llaveros, camisetas que lleven el logo de nuestra marca. Aparte de agasajarlos, estos regalos nos permitirán promocionar nuestra empresa.

### 5.2.1. Canales de ventas

Usaremos un canal directo de ventas, ya que nosotros mismos produciremos y distribuiremos las papas procesadas hacia nuestros clientes, eso nos permitirá socializar más con ellos.

### 5.2.2. Sistemas de Entrega

Los pedidos serán a través de la vía telefónica y por el carro despachador haremos la entrega del producto, que será directamente en el lugar indicado por el cliente.

## CAPÍTULO 6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

El plan de operaciones es un resumen de toda la figura técnica así como los procesos para la producción del producto. Asimismo, consideraremos los equipos y maquinarias necesarias para las operaciones

### 6.1. Inicio de operaciones de la empresa

Estimamos el inicio de nuestras operaciones el 01 de Enero del 2018.

### 6.2. Localización geográfica

Nos ubicaremos en el distrito de los Olivos ya que es una zona comercial y se encuentra en el Centro de Lima Norte. La dirección será en San Juan de Dios Mz C Lt 21 (Av. Antunez de Mayolo Alt. Cuadra 15).

#### 6.2.1. Ubicación de centro de operaciones

Figura N° 21. Mapa de dirección del local



*Fuente: Instituto Nacional de Estadística- INEI*

### 6.3. Características del Centro de Producción

El local para la producción de nuestros productos tiene las siguientes características:

- Área de 200 metros cuadrados donde se ubicarán los equipos y maquinarias para la producción.
- Oficina administrativa.
- Servicios de agua potable, energía eléctrica, línea telefónica y internet.
- Servicios Higiénicos para los operarios que contarán con una ducha y locker guardarropa para que puedan guardar sus pertenencias.
- Servicios higiénicos para el personal administrativo, que tendrán las mismas características al de los operarios con excepción de los casilleros.
- Almacén de materia prima.

#### 6.3.1. Equipamiento

La empresa tendrá una oficina administrativa la cual contara con un espacio de 16 metros cuadrados, que involucra la parte administrativa y de marketing.

Los requerimientos del equipamiento de la oficina administrativa incluyen lo siguiente:

Tabla N° 7. Equipamiento de Oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Equipo de Computo Cori I5	Und.	2
Impresora multifuncional HP DESKJET 3835	Und.	1
Escritorio de madera	Und.	2
Silla giratoria	Und.	2
Repisa librero flotante	Und.	1
Archivadores plastificados A4	Und.	2
Hojas Bond tamaño A4	Pqte	1
Lapiceros Bolígrafo 033 Faber Castell	Und.	4
Toner Laserjet 1020 Q2612a	Und.	1
Calculadora HL-815L Casio	Und.	1
Extintores (equipos de seguridad)	Und.	1
Botiquin de primeros auxilios	Und.	1
Accesorios de limpieza (pack)	Und.	1

**Fuente: Elaboración propia**



El local estará equipado con las herramientas y muebles necesarios para la producción:

Tabla N° 8. Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Canastilla de plástico	45
Tina de plástico	20
Pelador mango de madera 16 cm	12
Cuchillo de cocina de 5"	6
Balde de plástico capacidad de 20 litros	10
Escoba de plástico para barrer superficies	6
Recogedor	6

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 9. Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorio de madera	2
Silla giratoria	4
Repisa librero flotante	2
Looker (casillero guardarropa de 4 puertas)	1
Mesa móvil de madera 75 cm alto x 50 cm de ancho	4
Banca de madera	4
Escurridero de madera	1

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 10. Accesorios de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Extintores (equipos de seguridad)	2
Botiquín de primeros auxilios	1
Accesorios de limpieza	1

*Fuente: Elaboración propia*

### 6.3.2. Maquinarias

Las máquinas para la producción de nuestro producto son de acero inoxidable, las cuales se detallan a continuación:

Tabla N° 11. Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Peladora de acero inoxidable capacidad de 25 kilos	1
Picadora de acero inoxidable	3
Zaranda de acero inoxidable	1
Balanza Electronica 300 Kg Valtox Doble Pantalla	2

*Fuente: Elaboración propia*

### 6.4. Diagrama de operaciones de proceso

Debemos tener claro los procesos de producción para nuestro producto, para ello se usará un DOP el cual nos mostrará las secuencias de todas las operaciones, tiempos permitidos, inspecciones y materiales que se usan para la producción de la papa procesada, desde la llegada de la materia prima hasta el embolsado y despacho del producto..

Figura N° 22. Diagrama de Operaciones por Proceso

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO OPERATIVO - PROCESADORA DE PAPAS							
PAG. 1 DE 1		METODO ACTUAL		X	METODO PROPUESTO		
PROCESO: PRAPARACIÓN DE PAPAS							
RESUMEN		OPERACIÓN	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	DEMORA	INSPECCIÓN	
CANTIDAD TOTAL		11	3	1	0	1	
DISTANCIA TOTAL (mts)		0					
TIEMPO TOTAL (min)		0					
ACTIVIDAD		SIMBOLO			TIEMP (min)	DIST (mts)	OBSERVACIONES
1	Recepción de sacos de papas	● → ▽ D □			30		Almacen se ubica cerca a la zona de pelado
2	Inspección física de la papa	○ → ▽ D ■			15		Se inspecciona la calidad: madurez
3	Pesa los sacos de papas	● → ▽ D □			20		Registra cantidad recibida
4	Almacena los sacos de 120 Kg	○ → ▽ D □			10		Solo se puede almacenar 3 días
5	Transporta a la zona de pelado	○ → ▽ D □			1		
6	Pelado de papas	● → ▽ D □			1		Peladora capacidad de 25 kg de papa
7	Inmersion de preservante	● → ▽ D □			1		Se realiza rapidamente. Bisulfito de sodio
8	Limpieza de la papa	● → ▽ D □			20		Se limpia los orillos minuciosamente.
9	Picado de papa	● → ▽ D □			5		
10	Inmersion de preservante	● → ▽ D □			2		2 minutos para preservar la papa
11	Transporta a la lavandería	○ → ▽ D □			1		
12	Enjuague de la papa	● → ▽ D □			1		Permite eliminar el almidon
13	Transporta a la zona de pesado	○ → ▽ D □			1		
14	Pesado	● → ▽ D □			1		
15	Embolsado	● → ▽ D □			1		Bolsas de 20 Kg.
16	Despacho del producto final	● → ▽ D □			1		

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO 7. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

### 7.1. Inversión en Terrenos:

Alquilaremos un local por el cual se pagará mensualmente S/.1770. Para las instalaciones se ha considerado el espacio necesario para realizar los procesos de pelado, lavado, picado, retoque, almacén y envasado así como la oficina administrativa y servicios higiénicos.

#### 7.1.1. Inversión en Construcción del local

Para poder implementar el local de acuerdo a las necesidades de la empresa, estimaremos un gasto de S/. 3000.

#### 7.1.2. Inversión en Muebles y Enseres

La inversión será de la siguiente manera:

Tabla N° 12. Inversión en Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Escritorio de madera	2	423.73	76.27	500.00
Silla giratoria	4	406.78	73.22	480.00
Repisa librero flotante	2	167.80	30.20	198.00
Locker (casillero guardarropa de 4 puertas)	1	254.24	45.76	300.00
Mesa móvil de madera 75 cm alto x50 cm de ancho	4	406.78	73.22	480.00
Banca de madera	4	169.49	30.51	200.00
Escurreidero de madera	1	211.86	38.14	250.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		2,040.68	367.32	2,408.00

*Fuente: Elaboración propia*

#### 7.1.3. Inversión en Vehículos

Se alquilará movilidad para el reparto del producto.

#### 7.1.4. Inversión Maquinaria y equipo

Para la ejecución del proyecto será necesario disponer de la siguiente maquinaria y equipo:

Tabla N° 13. Inversión en Maquinaria

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Peladora de acero inoxidable capacidad de 25 kilos	1	5,084.75	915.25	6,000.00
Picadora de acero inoxidable	3	508.47	91.53	600.00
Zaranda de acero inoxidable	1	4,237.29	762.71	5,000.00
Balanza Electronica 300 Kg Valtox Doble Pantalla	2	676.27	121.73	798.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		10,506.78	1,891.22	12,398.00

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 14. Inversión en Equipos de Computo y Telefonía

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.	92	94
Teléfono (equipo con internet)	1	69.00	12.42	81.42		69.00
Equipo de Computo Cori 5	2	2,118.64	381.36	2,500.00		2,118.64
Impresora multifuncional HP DESKJET 3835	1	211.86	38.14	250.00		211.86
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		2,399.51	431.91	2,831.42		2,399.51

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 15. Equipos de Seguridad y Limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Extintores (equipos de seguridad)	3	127.12	22.88	150.00
Botiquin de primeros auxilios	1	76.27	13.73	90.00
Accesorios de limpieza	1	67.80	12.20	80.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		271.19	48.81	320.00

*Fuente: Elaboración propia*

### 7.1.5. Inversión de herramientas

Las herramientas que usaremos para la producción son:

Tabla N° 16. Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Canastilla de plástico	45	457.63	82.37	540.00
Tina de plástico	20	203.39	36.61	240.00
Pelador mango de madera 16 cm	12	10.17	1.83	12.00
Cuchillo de cocina de 5"	6	20.34	3.66	24.00
Balde de plástico capacidad de 20 litros	10	42.37	7.63	50.00
Escoba de plástico para barrer superficies	6	50.85	9.15	60.00
Recogedor	6	35.59	6.41	42.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		820.34	147.66	968.00

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 17. Material de empaque

DESCRIPCIÓN	UND. MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV
Bolsas de polietileno de alta densidad (100 und)	Paquete	13	209.32	37.68	247.00
Cintas de embalaje	Paquete	3	6.61	1.19	7.80
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			215.9322	38.867797	254.8

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 18. Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Bisulfito de sodio (bolsa de 25 kg)	1	127.12	22.88	150.00

*Fuente: Elaboración propia*

### 7.1.6. Inversión activos – software

Necesitaremos de un software que nos ayude con las tareas de la oficina y también proteger a nuestras computadoras de amenazas de virus:

Tabla N° 19. Software

DESCRIPCIÓN	PRECIO SIN IGV S/.	IGV	PRECIO CON IGV S/.
Antivirus Eset Nod32	127.12	22.88	150.00
Licencias Microsoft Office	432.20	77.80	510.00
INVERSIÓN TOTAL			660.00

*Fuente: Elaboración propia*

### 7.2. Capital de trabajo

El Capital de trabajo está determinado por los gastos de sueldos de los trabajadores gastos de operación y la materia prima junto con el material de empaque para cubrir el primer mes.

Tabla N° 20. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MONTO S/.
Materia prima y material de empaque	48,742.30
Pago de sueldos e Imptos de 5°	6,659.02
Gastos de operación	3,775.99
TOTAL	59,177.30

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 21. Inversión del proyecto

<b>INVERSIÓN TANGIBLE</b>	<b>MONTO S/.</b>
Equipos de oficina	2,831.42
Equipos de Seguridad y limpieza	320.00
Muebles y enseres	2,408.00
Maquinarias	12,398.00
Infraestructura	3,000.00
Herramientas	1,322.00
<b>TOTAL</b>	<b>22,279.42</b>
<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>MONTO S/.</b>
Gastos de constitución	2,490.00
Licencias y Software	660.00
Gastos de publicidad	3,121.80
<b>TOTAL</b>	<b>6,271.80</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>MONTO S/.</b>
Materia prima y material de empaque	48,742.30
Pago de sueldos e Imptos de 5°	6,659.02
Gastos de operación	3,775.99
<b>TOTAL</b>	<b>59,177.30</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>87,728.52</b>

*Fuente: Elaboración propia*



### 7.2.1. Presupuestos de ingresos y egresos

El presupuesto de ingresos y egresos nos muestra los ingresos que tiene la empresa en nuestro caso por las ventas realizadas en el periodo de diez años. Así como los gastos que realizaremos para la producción de los productos a vender.

Tabla N° 22. Presupuesto de Ingresos y Egresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
Costo de Ventas	-476,080.93	-493,296.58	-515,205.88	-567,799.22	-592,262.31	-618,114.60	-645,448.22	-707,710.49	-721,828.72	-773,770.57
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>175,068.07</b>	<b>187,382.03</b>	<b>196,382.41</b>	<b>176,145.19</b>	<b>185,554.33</b>	<b>195,163.48</b>	<b>204,957.22</b>	<b>181,568.77</b>	<b>208,155.36</b>	<b>198,838.06</b>
Gastos Administrativos	-81,953.69	-81,144.27	-81,144.27	-92,416.10	-91,250.85	-91,250.85	-91,250.85	-101,916.17	-101,916.17	-101,916.17
Gastos de Ventas	-22,835.25	-22,072.54	-22,072.54	-24,208.14	-24,208.14	-24,208.14	-26,557.29	-26,557.29	-26,557.29	-26,557.29
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>70,279.12</b>	<b>84,165.22</b>	<b>93,165.59</b>	<b>59,520.95</b>	<b>70,095.35</b>	<b>79,704.50</b>	<b>87,149.08</b>	<b>53,095.31</b>	<b>79,681.90</b>	<b>70,364.60</b>
Gastos Financieros	-5,641.02	-4,251.35	-2,708.80	-996.59						
<b>Resultado antes de Impto</b>	<b>64,638.10</b>	<b>79,913.87</b>	<b>90,456.79</b>	<b>58,524.37</b>	<b>70,095.35</b>	<b>79,704.50</b>	<b>87,149.08</b>	<b>53,095.31</b>	<b>79,681.90</b>	<b>70,364.60</b>
Impuesto a la Renta (29.50%)	-19,068.24	-23,574.59	-26,684.75	-17,264.69	-20,678.13	-23,512.83	-25,708.98	-15,663.12	-23,506.16	-20,757.56
<b>Ganancia Neta</b>	<b>45,569.86</b>	<b>56,339.28</b>	<b>63,772.04</b>	<b>41,259.68</b>	<b>49,417.22</b>	<b>56,191.67</b>	<b>61,440.10</b>	<b>37,432.19</b>	<b>56,175.74</b>	<b>49,607.04</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 7.2.2. Presupuesto de ingresos de venta

Hemos proyectado el crecimiento de las ventas en un 3.5% de acuerdo al crecimiento del PBI.

Tabla N° 23. Presupuesto de Ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	302,860.00	313,460.10	324,449.85	335,844.24	347,658.84	359,909.85	372,614.14	385,789.22	399,453.35	413,625.49
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	15,143.00	15,673.01	16,222.49	16,792.21	17,382.94	17,995.49	18,630.71	19,289.46	19,972.67	20,681.27
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	43.00	43.43	43.86	44.30	44.75	45.19	45.65	46.10	46.56	47.03
VALOR DE VENTA	651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
IGV	117,206.82	122,522.15	128,085.89	133,909.99	140,007.00	146,390.05	153,072.98	160,070.27	167,397.13	175,069.55
<b>TOTAL</b>	<b>768,355.82</b>	<b>803,200.76</b>	<b>839,674.18</b>	<b>877,854.41</b>	<b>917,823.64</b>	<b>959,668.13</b>	<b>1,003,478.42</b>	<b>1,049,349.53</b>	<b>1,097,381.22</b>	<b>1,147,678.18</b>
CONTADO 80%	614,684.66	642,560.61	671,739.34	702,283.53	734,258.91	767,734.51	802,782.74	839,479.63	877,904.97	918,142.54
CREDITO 20%		153,671.16	160,640.15	167,934.84	175,570.88	183,564.73	191,933.63	200,695.68	209,869.91	219,476.24
	<b>614,684.66</b>	<b>796,231.77</b>	<b>832,379.49</b>	<b>870,218.36</b>	<b>909,829.79</b>	<b>951,299.23</b>	<b>994,716.36</b>	<b>1,040,175.31</b>	<b>1,087,774.88</b>	<b>1,137,618.79</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 7.2.3. Presupuesto de costos

El detalle de los costos para la producción de la papa procesada, de acuerdo a la proyección de las ventas en diez años.

Tabla N° 24. Resumen de Costos

COSTOS DE PRODUCCIÓN	MONTO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
MATERIA PRIMA	375,420.21	392,445.51	414,328.55	437,456.98	461,903.12	487,743.54	515,059.37	543,936.52	554,815.26	606,744.39
MANO DE OBRA DIRECTA	54,428.87	54,428.87	54,428.87	79,673.12	79,673.12	79,673.12	79,673.12	111,104.00	111,104.00	111,104.00
CIF	46,231.85	46,422.19	46,448.46	50,669.12	50,686.07	50,697.94	50,715.73	52,669.97	55,909.47	55,922.18
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>476,080.93</b>	<b>493,296.58</b>	<b>515,205.88</b>	<b>567,799.22</b>	<b>592,262.31</b>	<b>618,114.60</b>	<b>645,448.22</b>	<b>707,710.49</b>	<b>721,828.72</b>	<b>773,770.57</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
GASTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN	97,645.81	97,645.81	97,645.81	124,147.68	126,964.63	126,964.63	126,964.63	160,222.63	160,222.63	163,462.12
GASTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	81,271.23	80,461.81	80,461.81	91,733.65	91,151.02	91,151.02	91,151.02	101,816.34	101,816.34	101,816.34
GASTOS FIJOS DE VENTAS	22,835.25	22,072.54	22,072.54	24,208.14	24,208.14	24,208.14	26,557.29	26,557.29	26,557.29	26,557.29
<b>TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>201,752.30</b>	<b>200,180.16</b>	<b>200,180.16</b>	<b>240,089.46</b>	<b>242,323.79</b>	<b>242,323.79</b>	<b>244,672.94</b>	<b>288,596.26</b>	<b>288,596.26</b>	<b>291,835.75</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
INTERESES	5,641.02	4,251.35	2,708.80	18,274.44						
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>683,474.25</b>	<b>697,728.08</b>	<b>718,094.85</b>	<b>826,163.12</b>	<b>834,586.10</b>	<b>860,438.38</b>	<b>890,121.16</b>	<b>996,306.75</b>	<b>1,010,424.98</b>	<b>1,065,606.32</b>

Fuente: Elaboración propia

### 7.2.4. Mano de obra directa

La mano de obra directa es la que está involucrada directamente con la producción.

La empresa contará con tres operarios que se encargaran de la producción de la papa procesada.

Tabla N° 25. Planilla de la MOD

TRABAJADORES	INGRESOS		DESCUENTOS		SUELDO NETO	ESSALUD 9%	GRATIFICACIÓN 1/6	CTS 1/12 1/12	VACACIONES
	BASICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	ONP 13%	RENTA DE 5°					
Operario	1,000.00	85.00	141.05	-	943.95	97.65	197.11	45.21	45.21
Operario	1,000.00	85.00	141.05	-	943.95	97.65	197.11	45.21	45.21
Operario	1,000.00		130.00	-	870.00	90.00	181.67	41.67	41.67
<b>TOTAL</b>	<b>3,000.00</b>	<b>170.00</b>	<b>412.10</b>	<b>-</b>	<b>2,757.90</b>	<b>285.30</b>	<b>575.88</b>	<b>132.08</b>	<b>132.08</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 7.3. Costos de Producción

Los costos de producción son los elementos necesarios para producir un bien o producto. Dichos elementos son la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 26. Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	MONTO
MATERIA PRIMA	375,420.21
MANO DE OBRA DIRECTA	54,428.87
CIF	46,231.85
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>476,080.93</b>

*Fuente: Elaboración propia*

#### 7.4. Costos Fijos – Obligaciones laborales

Son los pagos que tendremos que hacer obligatoriamente al personal que labore en nuestra empresa.

Tabla N° 27. Obligaciones laborales

OBLIGACIONES LABORALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Operarios	54,428.87	54,428.87	54,428.87	79,673.12	79,673.12	79,673.12	79,673.12	111,104.00	111,104.00	111,104.00
Mano de obra indirecta	18,779.68	18,779.68	18,779.68	18,779.68	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	24,836.13
Sueldos administrativos	59,195.42	61,179.46	61,179.46	70,356.38	70,356.38	70,356.38	70,356.38	78,509.83	78,509.83	78,509.83

*Fuente: Elaboración propia*

#### 7.5. Costos Fijos – Materiales y equipos

Los materiales y equipos como costo fijo son:

Tabla N° 28. Materiales y Equipos

MATERIALES Y EQUIPOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Botiquín de primeros auxilios (planta)	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58
Accesorios de limpieza (planta)	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85
Extintor (planta)	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Herramientas de producción	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34
Accesorios de limpieza	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71
Extintor (administrativo)	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37

*Fuente: Elaboración propia*

## 7.6. Costos fijos –servicios varios

La empresa contará con los siguientes servicios:

Tabla N° 29. Servicios varios

SERVICIOS VARIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Luz (planta)	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00
Agua (planta)	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00
Alquiler de local (planta)	14,400.00	14,400.00	14,400.00	15,457.63	15,457.63	15,457.63	15,457.63	17,084.75	17,084.75	17,084.75
Impuestos Municipales	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
Arbitrios	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Agua (administrativo)	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00
Luz (administrativo)	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
teléfono (administrativo)	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00
Impuestos Municipales(admin)	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00
Arbitrios (administrativos)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Alquiler de local (administrativ	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,864.41	3,864.41	3,864.41	3,864.41	4,271.19	4,271.19	4,271.19
Gastos de constitución	2,361.25									
Publicidad	1,479.32	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61
Alquiler de movilidad	21,355.93	21,355.93	21,355.93	23,491.53	23,491.53	23,491.53	25,840.68	25,840.68	25,840.68	25,840.68

**Fuente: Elaboración propia**

## 7.7. Costos fijos –combustible

No aplica ya que alquilaremos la movilidad.

## 7.8. Costos fijos- mantenimiento

Las máquinas tendrán un mantenimiento tres veces al año.

Tabla N° 30. Mantenimiento

SERVICIO DE MANTENIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Serv. Mantenimiento Maquinaria	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00

**Fuente: Elaboración propia**

## 7.9. Costos fijos – seguros vehiculares

No se aplica ya que alquilaremos la movilidad para el reparto del producto.

## 7.10. Depreciación anual

La depreciación de los equipos de cómputo será en cuatro años con una tasa del 25%, los muebles, enseres y maquinarias en diez años con una tasa de 10%.

Tabla N° 31. Depreciación de Equipos de Computo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TASA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Equipo de Computo Cori I5	2	2,118.64	25%	529.66	529.66	529.66	529.66
Impresora multifuncional HP DESKJET 3835	1	211.86	25%	52.97	52.97	52.97	52.97
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		2,330.51		582.63	582.63	582.63	582.63

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 32. Depreciación de Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TASA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Escritorio de madera	2	423.73	10%	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37
Silla giratoria	4	406.78	10%	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
Repisa librero flotante	2	167.80	10%	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78	16.78
Locker (casillero guardarropa de 4 puertas)	1	254.24	10%	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
Banca de madera	4	169.49	10%	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95
Escurredero de madera	1	211.86	10%	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19	21.19
Mesa móvil de madera 75 cm alto x50 cm de anch	4	406.78	10%	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68	40.68
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		2,040.68		204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 33. Depreciación de Maquinarias

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TASA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Peladora de acero inoxidable capacidad de 25 kilo	1	5,084.75	10%	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Picadora de acero inoxidable	3	508.47	10%	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Zaranda de acero inoxidable	1	4,237.29	10%	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73
Balanza Electronica 300 Kg Valtox Doble Pantalla	2	676.27	10%	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63	67.63
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		10,506.78		1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68	1050.68

*Fuente: Elaboración propia*

## CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO

### 8.1. Ingresos Generado durante la ejecución del Proyecto.

Los ingresos que se generaron fueron la cobranza por las ventas del producto. Se estimo que de lunes a jueves se vendería 27 bolsas de papa procesada de 20 kilos diarios y viernes, sábado y domingo un promedio de 60 bolsas.

#### 8.1.1. Ingresos diarios

En los tres primeros meses del año la papa sube de precio esto es por los cambios climáticos, por ello que nuestro precio de venta será de S/. 55. Se estima que las ventas diarias serán de 27 a 30 bolsas de lunes a jueves y los fines de semana un aproximado de 60 bolsas.

#### 8.1.2. Ingresos semanales

Para el mes de enero estimaremos que en una semana se tendrán los siguientes ingresos:

Tabla N° 34. Ingresos semanales

SEMANAL	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	540.00	540.00	540.00	540.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	27.00	27.00	27.00	27.00	60.00	60.00	60.00
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00
VALOR DE VENTA	1,485.00	1,485.00	1,485.00	1,485.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
IGV	267.30	267.30	267.30	267.30	594.00	594.00	594.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,752.30</b>	<b>1,752.30</b>	<b>1,752.30</b>	<b>1,752.30</b>	<b>3,894.00</b>	<b>3,894.00</b>	<b>3,894.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**



### 8.1.3. Ingresos mensuales

En los tres primeros meses del año 2018 estimaremos los siguientes ingresos:

Tabla N° 35. Ingresos mensuales

DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO
	31 días	28 días	31 días
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	24,660.00	23,040.00	25,980.00
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	1,233.00	1,152.00	1,299.00
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	55.00	55.00	55.00
VALOR DE VENTA	67,815.00	63,360.00	71,445.00
IGV	12,206.70	11,404.80	12,860.10
<b>TOTAL</b>	<b>80,021.70</b>	<b>74,764.80</b>	<b>84,305.10</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.1.4. Ingresos anuales

Los ingresos en el primer año serán los siguientes:

Tabla N° 36. Ingresos anuales 2018

DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE
	31 días	28 días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	24,660.00	23,040.00	25,980.00	24,780.00	25,460.00	25,440.00	25,720.00	25,320.00	25,440.00	24,660.00	24,780.00	27,580.00
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	1,233.00	1,152.00	1,299.00	1,239.00	1,273.00	1,272.00	1,286.00	1,266.00	1,272.00	1,233.00	1,239.00	1,379.00
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	55.00	55.00	55.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
VALOR DE VENTA	67,815.00	63,360.00	71,445.00	48,321.00	49,647.00	49,608.00	50,154.00	49,374.00	49,608.00	48,087.00	48,321.00	53,781.00
IGV	12,206.70	11,404.80	12,860.10	8,697.78	8,936.46	8,929.44	9,027.72	8,887.32	8,929.44	8,655.66	8,697.78	9,680.58
<b>TOTAL</b>	<b>80,021.70</b>	<b>74,764.80</b>	<b>84,305.10</b>	<b>57,018.78</b>	<b>58,583.46</b>	<b>58,537.44</b>	<b>59,181.72</b>	<b>58,261.32</b>	<b>58,537.44</b>	<b>56,742.66</b>	<b>57,018.78</b>	<b>63,461.58</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.1.5. Ingresos durante todo el periodo

Durante los diez años se estima vender en promedio S/.15,143 en bolsas de papa, la cobranza será 80% al contado y 20% al crédito.

Tabla N° 37. Ingresos en diez años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRODUCCIÓN EN KILOS DE PAPA	302,860.00	313,460.10	324,449.85	335,844.24	347,658.84	359,909.85	372,614.14	385,789.22	399,453.35	413,625.49
PRODUCCIÓN EN BOLSAS DE 20 KILOS	15,143.00	15,673.01	16,222.49	16,792.21	17,382.94	17,995.49	18,630.71	19,289.46	19,972.67	20,681.27
PRECIO PROMEDIO ESTIMADO	43.00	43.43	43.86	44.30	44.75	45.19	45.65	46.10	46.56	47.03
VALOR DE VENTA	651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
IGV	117,206.82	122,522.15	128,085.89	133,909.99	140,007.00	146,390.05	153,072.98	160,070.27	167,397.13	175,069.55
<b>TOTAL</b>	<b>768,355.82</b>	<b>803,200.76</b>	<b>839,674.18</b>	<b>877,854.41</b>	<b>917,823.64</b>	<b>959,668.13</b>	<b>1,003,478.42</b>	<b>1,049,349.53</b>	<b>1,097,381.22</b>	<b>1,147,678.18</b>
CONTADO 80%	614,684.66	642,560.61	671,739.34	702,283.53	734,258.91	767,734.51	802,782.74	839,479.63	877,904.97	918,142.54
CREDITO 20%		153,671.16	160,640.15	167,934.84	175,570.88	183,564.73	191,933.63	200,695.68	209,869.91	219,476.24
	<b>614,684.66</b>	<b>796,231.77</b>	<b>832,379.49</b>	<b>870,218.36</b>	<b>909,829.79</b>	<b>951,299.23</b>	<b>994,716.36</b>	<b>1,040,175.31</b>	<b>1,087,774.88</b>	<b>1,137,618.79</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.2. Egresos Generados durante el proyecto.

Los egresos son las salidas de dinero que tendremos durante la ejecución del proyecto.

### 8.2.1. Costos de Producción

Como lo habíamos mencionado anteriormente, los costos de producción son en conjunto la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 38. Materia prima

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
MATERIA PRIMA COSTO	375,420.21	392,445.51	414,328.55	437,456.98	461,903.12	487,743.54	515,059.37	543,936.52	554,815.26	606,744.39
<b>TOTAL</b>	<b>375,420.21</b>	<b>392,445.51</b>	<b>414,328.55</b>	<b>437,456.98</b>	<b>461,903.12</b>	<b>487,743.54</b>	<b>515,059.37</b>	<b>543,936.52</b>	<b>554,815.26</b>	<b>606,744.39</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 39. Mano de obra directa

TRABAJADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Operarios	54,428.87	54,428.87	54,428.87	79,673.12	79,673.12	79,673.12	79,673.12	111,104.00	111,104.00	111,104.00

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 40. Costos indirectos de Fabricación

CIF	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de obra indirecta	18,779.68	18,779.68	18,779.68	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	24,836.13	24,836.13
Depreciación de maquinaria	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68
Depreciación de Muebles y Enseres	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07
Luz	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00
Agua	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00
Alquiler de local	14,400.00	14,400.00	14,400.00	15,457.63	15,457.63	15,457.63	15,457.63	17,084.75	17,084.75	17,084.75
Impuestos Municipales	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
Arbitrios	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Uniformes	600.00	600.00	600.00	800.00	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Bolsas	2,511.86	2,688.98	2,715.25	2,732.20	2,749.15	2,761.02	2,778.81	2,778.81	2,778.81	2,791.53
Cinta de embalaje	79.32	92.54	92.54	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56
Serv. Mantenimiento Maquinaria	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Botiquin de primeros auxilios	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58
Accesorios de limpieza	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85
Bisurfito de sodio (bolsa de 25 kg)	508.47	508.47	508.47	635.59	635.59	635.59	635.59	762.71	762.71	762.71
Herramientas de producción	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34
<b>TOTAL</b>	<b>46,231.85</b>	<b>46,422.19</b>	<b>46,448.46</b>	<b>50,669.12</b>	<b>50,686.07</b>	<b>50,697.94</b>	<b>50,715.73</b>	<b>52,669.97</b>	<b>55,909.47</b>	<b>55,922.18</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla N° 41. Costos Fijos del proyecto

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Operarios	54,428.87	54,428.87	54,428.87	79,673.12	79,673.12	79,673.12	79,673.12	111,104.00	111,104.00	111,104.00
Mano de obra indirecta	18,779.68	18,779.68	18,779.68	18,779.68	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	24,836.13
Depreciación de maquinaria	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68
Depreciación de Muebles y Enseres	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07
Luz (planta)	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00
Agua (planta)	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00
Alquiler de local	14,400.00	14,400.00	14,400.00	15,457.63	15,457.63	15,457.63	15,457.63	17,084.75	17,084.75	17,084.75
Impuestos Municipales	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
Arbitrios	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Uniformes	600.00	600.00	600.00	800.00	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Serv. Mantenimiento Maquinaria	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Botiquin de primeros auxilios (planta)	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58
Accesorios de limpieza (planta)	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85
Extintor (planta)	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Herramientas de producción	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos administrativos	59,195.42	61,179.46	61,179.46	70,356.38	70,356.38	70,356.38	70,356.38	78,509.83	78,509.83	78,509.83
Asesoría Contable	12,203.39	12,203.39	12,203.39	14,033.90	14,033.90	14,033.90	14,033.90	16,138.98	16,138.98	16,138.98
Agua (administrativo)	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00
Luz (administrativo)	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
teléfono (administrativo)	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00
Accesorios de limpieza	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71
Utiles de oficina	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31
Extintor (administrativo)	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37
Antivirus	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12
Office	432.20									
Impuestos Municipales (administrativos)	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00
Arbitrios (administrativos)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Depreciación administrativa	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46	682.46
Alquiler de local (administrativo)	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,864.41	3,864.41	3,864.41	3,864.41	4,271.19	4,271.19	4,271.19
Gastos de constitución	2,361.25									
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Publicidad	1,479.32	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61
Alquiler de movilidad	21,355.93	21,355.93	21,355.93	23,491.53	23,491.53	23,491.53	25,840.68	25,840.68	25,840.68	25,840.68
<b>TOTAL</b>	<b>201,752.30</b>	<b>200,180.16</b>	<b>200,180.16</b>	<b>240,089.46</b>	<b>242,906.41</b>	<b>242,906.41</b>	<b>245,255.57</b>	<b>289,178.88</b>	<b>289,178.88</b>	<b>292,418.38</b>

Fuente: Elaboración propia

## 8.2.2. Costos Variables

Son los costos que cambian en proporción a la producción.

Tabla N° 42. Costos Variables del proyecto

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia prima	375,420.21	392,445.51	414,328.55	437,456.98	461,903.12	487,743.54	515,059.37	543,936.52	554,815.26	606,744.39
Bolsas	2,511.86	2,688.98	2,715.25	2,732.20	2,749.15	2,761.02	2,778.81	2,778.81	2,778.81	2,791.53
Cinta de embalaje	79.32	92.54	92.54	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56
Bisurfito de sodio	508.47	508.47	508.47	635.59	635.59	635.59	635.59	762.71	762.71	762.71
Instrumentos de producción (tinas)	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34
<b>TOTAL</b>	<b>379,340.21</b>	<b>396,555.85</b>	<b>418,465.16</b>	<b>441,739.68</b>	<b>466,202.77</b>	<b>492,055.05</b>	<b>519,388.67</b>	<b>548,392.95</b>	<b>559,271.68</b>	<b>611,213.53</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.2.3. Costos Laborales

Son los pagos salariales incluidos beneficios sociales.

Tabla N° 43. Costos laborales del proyecto

TRABAJADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
REMUNERACIONES	92,460.00	92,460.00	92,460.00	118,329.00	118,329.00	118,329.00	118,329.00	148,078.35	148,078.35	148,078.35
ESSALUD	8,321.40	8,321.40	8,321.40	10,649.61	10,649.61	10,649.61	10,649.61	13,327.05	13,327.05	13,327.05
GRATIFICACIÓN	16,796.90	16,796.90	16,796.90	21,316.36	21,316.36	21,316.36	21,316.36	26,513.73	26,513.73	26,513.73
CTS	7,120.70	9,104.74	9,104.74	11,470.45	11,470.45	11,470.45	11,470.45	14,191.01	14,191.01	14,191.01
VACACIONES	7,704.97	7,704.97	7,704.97	9,860.71	9,860.71	9,860.71	9,860.71	12,339.81	12,339.81	12,339.81
<b>TOTAL</b>	<b>132,403.97</b>	<b>134,388.01</b>	<b>134,388.01</b>	<b>171,626.12</b>	<b>171,626.12</b>	<b>171,626.12</b>	<b>171,626.12</b>	<b>214,449.96</b>	<b>214,449.96</b>	<b>214,449.96</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.2.4. Costos Indirectos

Tabla N° 44. Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de obra indirecta	18,779.68	18,779.68	18,779.68	18,779.68	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	21,596.63	24,836.13
Depreciación de maquinaria	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68	1,050.68
Depreciación de Muebles y Enseres	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07	204.07
Luz (planta)	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00	768.00
Agua (planta)	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00
Alquiler de local	14,400.00	14,400.00	14,400.00	15,457.63	15,457.63	15,457.63	15,457.63	17,084.75	17,084.75	17,084.75
Impuestos Municipales	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
Arbitrios	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Uniformes	600.00	600.00	600.00	800.00	800.00	800.00	800.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Bolsas	2,511.86	2,688.98	2,715.25	2,732.20	2,749.15	2,761.02	2,778.81	2,778.81	2,778.81	2,791.53
Cinta de embalaje	79.32	92.54	92.54	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56	94.56
Serv. Mantenimiento Maquinaria	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Botiquín de primeros auxilios (planta)	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58	274.58
Accesorios de limpieza (planta)	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85	650.85
Extintor (planta)	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Herramientas de producción	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34	820.34
Sueldos administrativos	59,195.42	61,179.46	61,179.46	70,356.38	70,356.38	70,356.38	70,356.38	78,509.83	78,509.83	78,509.83
Asesoría Contable	12,203.39	12,203.39	12,203.39	14,033.90	14,033.90	14,033.90	14,033.90	16,138.98	16,138.98	16,138.98
Agua (administrativo)	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00	192.00
Luz (administrativo)	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
teléfono (administrativo)	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00	828.00
Accesorios de limpieza	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71	162.71
Útiles de oficina	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31	1,098.31
Extintor (administrativo)	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37	42.37
Antivirus	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12
Office	432.20									
Impuestos Municipales (administrativos)	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00
Arbitrios (administrativos)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Depreciación administrativa	682.46	682.46	682.46	682.46	99.83	99.83	99.83	99.83	99.83	99.83
Alquiler de local (administrativo)	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,864.41	3,864.41	3,864.41	3,864.41	4,271.19	4,271.19	4,271.19
Gastos de constitución	2,361.25									
Publicidad	1,479.32	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61	716.61
Alquiler de movilidad	21,355.93	21,355.93	21,355.93	23,491.53	23,491.53	23,491.53	25,840.68	25,840.68	25,840.68	25,840.68
<b>TOTAL</b>	<b>149,914.61</b>	<b>148,532.81</b>	<b>148,559.09</b>	<b>163,243.11</b>	<b>165,494.38</b>	<b>165,506.25</b>	<b>167,873.20</b>	<b>180,365.64</b>	<b>180,365.64</b>	<b>183,617.84</b>

Fuente: Elaboración propia



### 8.2.5. Costos Directos

Conformados por la materia prima, mano de obra directa y materiales directos como el bisulfito de sodio que se usará para la producción de nuestro producto.

Tabla N° 45. Costos Directos

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia prima	375,420.21	392,445.51	414,328.55	437,456.98	461,903.12	487,743.54	515,059.37	543,936.52	554,815.26	606,744.39
Operarios	54,428.87	54,428.87	54,428.87	79,673.12	79,673.12	79,673.12	79,673.12	111,104.00	111,104.00	111,104.00
Bisulfito de sodio	508.47	508.47	508.47	635.59	635.59	635.59	635.59	762.71	762.71	762.71
<b>TOTAL</b>	<b>581,148.53</b>	<b>598,930.14</b>	<b>620,813.17</b>	<b>643,941.61</b>	<b>667,995.80</b>	<b>693,836.22</b>	<b>721,152.04</b>	<b>750,029.20</b>	<b>760,907.93</b>	<b>812,837.07</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.2.6. Impuesto a la Renta

Estamos afectados a este impuesto ya que percibimos rentas de 3° categoría. La tasa para el año 2017 es de 29.5%.

Tabla N° 46. Impuesto a la Renta en los diez años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Resultado antes de Impto	64,638.10	79,913.87	90,456.79	58,524.37	70,095.35	79,704.50	87,149.08	53,095.31	79,681.90	70,364.60
Impuesto a la Renta (29.50%)	-19,068.24	-23,574.59	-26,684.75	-17,264.69	-20,678.13	-23,512.83	-25,708.98	-15,663.12	-23,506.16	-20,757.56
Ganancia Neta	45,569.86	56,339.28	63,772.04	41,259.68	49,417.22	56,191.67	61,440.10	37,432.19	56,175.74	49,607.04

Fuente: Elaboración propia

### 8.2.7. Impuesto General a las Ventas

Tabla N° 47. Impuesto General a las ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
IGV VENTAS	117,206.82	122,522.15	128,085.89	133,909.99	140,007.00	146,390.05	153,072.98	160,070.27	167,397.13	175,069.55
IGV COMPRAS	-14,565.00	-11,898.04	-11,898.04	-13,344.53	-13,344.53	-13,344.53	-13,344.53	-14,636.64	-14,636.64	-14,636.64
TOTAL	102,641.82	110,624.11	116,187.86	120,565.46	126,662.46	133,045.52	139,728.44	145,433.62	152,760.49	160,432.91

Fuente: Elaboración propia

### 8.3. Flujo de Caja

#### 8.3.1. Flujo de Caja Económico

Tabla N° 48. Flujo de Caja Económico

FLUJO DE CAJA ECONOMICO											
PERIODO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Ingresos por ventas</b>											
Ventas		651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
Valor de Rescate del Activo Fijo											
Valor de Rescate de capital de trabajo											59,177.30
<b>TOTAL INGRESO</b>		<b>651,149.00</b>	<b>680,678.61</b>	<b>711,588.29</b>	<b>743,944.41</b>	<b>777,816.64</b>	<b>813,278.08</b>	<b>850,405.44</b>	<b>889,279.26</b>	<b>929,984.08</b>	<b>1,031,785.93</b>
Costo de Ventas		476,080.93	493,296.58	515,205.88	567,799.22	592,262.31	618,114.60	645,448.22	707,710.49	721,828.72	773,770.57
Gastos Administrativos		81,271.23	80,461.81	80,461.81	91,733.65	91,151.02	91,151.02	91,151.02	101,816.34	101,816.34	101,816.34
Gastos de Ventas		22,835.25	22,072.54	22,072.54	24,208.14	24,208.14	24,208.14	26,557.29	26,557.29	26,557.29	26,557.29
Impuesto a a Renta (29.50%)		19,068.24	23,574.59	26,684.75	17,264.69	20,678.13	23,512.83	25,708.98	15,663.12	23,506.16	20,757.56
Inversion	87,728.52										
<b>TOTAL EGRESO</b>	<b>87,728.52</b>	<b>599,255.66</b>	<b>619,405.52</b>	<b>644,424.99</b>	<b>701,005.69</b>	<b>728,299.59</b>	<b>756,986.58</b>	<b>788,865.51</b>	<b>851,747.24</b>	<b>873,708.51</b>	<b>922,901.75</b>
<b>FLUJO NETO ECONOMICO</b>	<b>-87,728.52</b>	<b>51,893.34</b>	<b>61,273.08</b>	<b>67,163.30</b>	<b>42,938.72</b>	<b>49,517.05</b>	<b>56,291.50</b>	<b>61,539.93</b>	<b>37,532.02</b>	<b>56,275.57</b>	<b>108,884.18</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.3.2. Flujo de Caja Financiero

Tabla N° 49. Flujo de Caja Financiero

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Ingresos por ventas</b>											
Ventas		651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
Valor de Rescate del Activo Fijo											
Valor de Rescate de capital de trabajo											59,177.30
Prestamo	59,500.00										
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>59,500.00</b>	<b>651,149.00</b>	<b>680,678.61</b>	<b>711,588.29</b>	<b>743,944.41</b>	<b>777,816.64</b>	<b>813,278.08</b>	<b>850,405.44</b>	<b>889,279.26</b>	<b>929,984.08</b>	<b>1,031,785.93</b>
Costo de Ventas		476,080.93	493,296.58	515,205.88	567,799.22	592,262.31	618,114.60	645,448.22	707,710.49	721,828.72	773,770.57
Gastos Administrativos		81,271.23	80,461.81	80,461.81	91,733.65	91,151.02	91,151.02	91,151.02	101,816.34	101,816.34	101,816.34
Gastos de Ventas		22,835.25	22,072.54	22,072.54	24,208.14	24,208.14	24,208.14	26,557.29	26,557.29	26,557.29	26,557.29
Amortizacion del capital		12,633.42	14,023.09	15,565.63	17,277.85						
Intereses prestamo		5,641.02	4,251.35	2,708.80	996.59						
Impuesto a a Renta (29.50%)		19,068.24	23,574.59	26,684.75	17,264.69	20,678.13	23,512.83	25,708.98	15,663.12	23,506.16	20,757.56
Inversion	87,728.52										
<b>TOTAL EGRESO</b>	<b>87,728.52</b>	<b>617,530.10</b>	<b>637,679.96</b>	<b>662,699.43</b>	<b>719,280.13</b>	<b>728,299.59</b>	<b>756,986.58</b>	<b>788,865.51</b>	<b>851,747.24</b>	<b>873,708.51</b>	<b>922,901.75</b>
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-28,228.52</b>	<b>33,618.90</b>	<b>42,998.64</b>	<b>48,888.86</b>	<b>24,664.28</b>	<b>49,517.05</b>	<b>56,291.50</b>	<b>61,539.93</b>	<b>37,532.02</b>	<b>56,275.57</b>	<b>108,884.18</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 8.4. Valor actual neto (VAN)

Nos permite medir los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto de inversión. Este indicador determina si luego de descontar la inversión inicial en el proyecto, nos quedara algún tipo de ganancia, si el resultado es positivo el proyecto es viable.

El valor actual neto económico y el valor actual neto financiero son S/. 251,877.21 y S/. 254,683.86 respectivamente.

Tabla N° 50. Valor Actual Neto

Valor Neto Actual Económico (VANE)	251,877.21
Valor Neto Actual Financiero (VANF)	254,683.86

*Fuente: Elaboración propia*

#### 8.5. Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de rentabilidad que ofrece una inversión.

Tabla N° 51. Tasa Interna de Retorno

Tasas Interna de Retorno Económico (TIRE)	63.25%
Tasas Interna de Retorno Financiero (TIRF)	133.68%

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.6. Margen bruto y operativo

El margen bruto es el resultado de la diferencia de las ventas y costo de ventas. Para nuestro proyecto será:

Tabla N° 52. Margen bruto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
Costo de Ventas	-476,080.93	-493,296.58	-515,205.88	-567,799.22	-592,262.31	-618,114.60	-645,448.22	-707,710.49	-721,828.72	-773,770.57
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>175,068.07</b>	<b>187,382.03</b>	<b>196,382.41</b>	<b>176,145.19</b>	<b>185,554.33</b>	<b>195,163.48</b>	<b>204,957.22</b>	<b>181,568.77</b>	<b>208,155.36</b>	<b>198,838.06</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El margen operativo es la diferencia entre el margen bruto y los gastos administrativos y de ventas:

Tabla N° 53. Margen operativo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	651,149.00	680,678.61	711,588.29	743,944.41	777,816.64	813,278.08	850,405.44	889,279.26	929,984.08	972,608.63
Costo de Ventas	-476,080.93	-493,296.58	-515,205.88	-567,799.22	-592,262.31	-618,114.60	-645,448.22	-707,710.49	-721,828.72	-773,770.57
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>175,068.07</b>	<b>187,382.03</b>	<b>196,382.41</b>	<b>176,145.19</b>	<b>185,554.33</b>	<b>195,163.48</b>	<b>204,957.22</b>	<b>181,568.77</b>	<b>208,155.36</b>	<b>198,838.06</b>
Gastos Administrativos	-81,953.69	-81,144.27	-81,144.27	-92,416.10	-91,250.85	-91,250.85	-91,250.85	-101,916.17	-101,916.17	-101,916.17
Gastos de Ventas	-22,835.25	-22,072.54	-22,072.54	-24,208.14	-24,208.14	-24,208.14	-26,557.29	-26,557.29	-26,557.29	-26,557.29
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>70,279.12</b>	<b>84,165.22</b>	<b>93,165.59</b>	<b>59,520.95</b>	<b>70,095.35</b>	<b>79,704.50</b>	<b>87,149.08</b>	<b>53,095.31</b>	<b>79,681.90</b>	<b>70,364.60</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.7. Periodo de Recuperación de Capital

El payback o periodo de recuperación de Capital mide la liquidez de un proyecto.

El periodo de recuperación es el número de años en el que se espera recuperar la inversión. Nosotros recuperaremos la inversión en el segundo año de ejecución del proyecto.

Para hallar el payback usaremos la siguiente fórmula:

$$\text{Payback: } \left( \text{Periodo último con flujo acumulado negativo} \right) + \left( \frac{\text{Valor acumulado del último flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del flujo de caja en el siguiente periodo}} \right)$$

Periodo anterior al cambio de signo	1
Valor absoluto del periodo de recuperación	40,978.50
Valor presente del flujo del periodo siguiente	49,729.06
Periodo de Payback	1.82

## 8.8. Financiamiento

Vamos a financiar un préstamos bancario de S/.59,500.

Tabla N° 54. Financiamiento

Financiamiento	Monto (Nuevos Soles)	Porcentaje
Capital Propio	28,500.00	32%
Banco	59,500.00	68%
<b>Total (Nuevos Soles)</b>	<b>88,000.00</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.9. Costo de Oportunidad de Capital

La tasa de descuento que se está usando para actualizar los flujos a futuro al valor presente es del 11 % anual y está en proporción a las tasas que ofrecen las entidades bancarias.



## CAPÍTULO 9. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO

### 9.1. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis del proyecto, podemos concluir lo siguiente:

- En el Perú existen alrededor de 3000 variedades de papa, siendo su producción anual alrededor de 4.7 millones de toneladas, ubicando a nuestro país como productor líder en Latinoamérica.
- La volatilidad del precio de la papa es una amenaza muy fuerte en la estructura financiera, es difícil poder hacer proyecciones cuando hay variaciones por causas como los cambios climáticos.
- Los Olivos es un distrito que está en crecimiento, donde hay oportunidades de penetrar en el mercado y vender nuestro producto ya que hay una gran concentración de pollerías y restaurantes.
- En promedio las ventas semanales serán alrededor de 6000 kilos de papa procesada, de modo que los puestos de trabajo fueron determinados de acuerdo a esa producción que se estima vender. La empresa contará con un Administrador que también hará la labor de supervisar la producción, una secretaria, tres operarios y un chofer.
- De acuerdo al análisis del punto de equilibrio, debemos producir 11206 bolsas de papas procesadas anualmente para no ganar ni perder.
- El VAN calculado en un periodo de diez años es S/. 251,877.21, significa que vamos a obtener ganancias adicionales a lo que el proyecto en si significaría, esto quiere decir que hay rendimiento ya que el VAN es mayor a 0 considerando una tasa de interés del 11%.
- En relación con los índices financieros, nuestro proyecto es viable ya que la TIR es de 63.25% y si haríamos una comparación con las tasas que ofrece el mercado se tiene una buena rentabilidad.
- El plazo de recuperación de la inversión realizada será de 1.82 años.

## 9.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del proyecto ya que la evaluación económica financiera, según el VAN arroja un resultado positivo.
- Buscar alianzas con los proveedores de papa, para asegurar que siempre estemos abastecidos de la materia prima que necesitamos producir.
- Ingresar a otros mercados del Cono Norte para que nuestra marca sea posicionada.
- Una recomendación podría ser aprovechar el almidón que bota la papa en el proceso de producción, se podría usar esta merma y transformarla para la producción de otro producto como el chuño y generar ingresos adicionales.
- Ver la posibilidad de incursionar a futuro en el mercado de la papa precocidad congelada, ya que ahorra tiempos de cocción al cliente. Según los indicadores, este producto es importado y no hay una empresa peruana que lo produzca.
- Incursionar también en la producción de otras variedades de papa como por ejemplo las papas nativas.
- Mantener siempre un buen clima laboral para que los trabajadores se sientan motivados y puedan tener un mejor rendimiento, teniendo siempre presente las buenas prácticas de manufactura e inocuidad del producto.

## REFERENCIAS

### LIBROS

Jacques, J. (2003), Marketing Estratégico. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. ESIC.

Arnau, J. (1978). Métodos de Investigación en las Ciencias Humanas. Barcelona: Omega.

### PERIODICOS

Alonso, I. (18 de marzo de 2012). La vivienda y la economía. El Comercio, Lima, p.A23.

### TESIS

Chavarría, G. (2008). *Aplicación de la resolución de conflictos al ámbito laboral. (Tesis de Maestría)*. Universidad Nacional Heredia, Costa Rica.

Solís, G., Almonacid, O. (2013). *Estudio de pre factibilidad para la implementación de una cadena de restaurantes de pollo a la Brasa en tres zonas geográficas de Lima Metropolitana y Callao enfocada en los niveles socioeconómicos C y D.* (Tesis de Ingeniería). Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú

### PAGINA WEB

Schwarzer, R. (1989). Statistics software for metanalysis (Software y manual de cómputo). En website de York University, Glendon, Canadá. Recuperado el 25 de junio de 2012, de [http://www.yorku.ca/faculty/academic/schwarze/meta\\_e.htm](http://www.yorku.ca/faculty/academic/schwarze/meta_e.htm)

(WEF publica Informe de Competitividad Global 2016-2017 Recuperado de [http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2016-2017/NOTA\\_DE\\_PRENSA\\_IGC\\_WEF\\_2016-2017\\_CDI.pdf](http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2016-2017/NOTA_DE_PRENSA_IGC_WEF_2016-2017_CDI.pdf))

SIEA Sistema Integrado de estadísticas Agrarias:  
<http://siea.minag.gob.pe/siea/?q=produccion-hortofruticola>

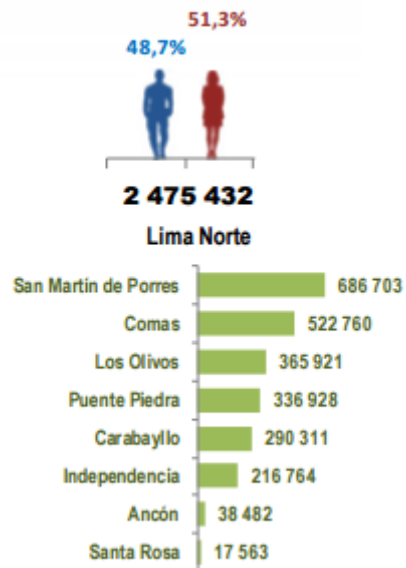
<http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/inei-peruanos-comen-mas-seguido-fuera-casa-n193006>

Centro Internacional de la Papa (CIP) : <https://cipotato.org/es/>

## ANEXOS N°1

Más de la mitad de limeños viven en los distritos de Lima Este y Lima Norte.

### Población, 2014



*Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Proyecciones de población por Distritos, 2014*

## ANEXO N°2

Para la financiación del préstamo bancario se tomo un crédito con el Banco de Crédito, el plazo es de 48 meses (4 años), con una tasa de interés del 11%

### Cronograma de Pago por Préstamo (TEA 11%)-BCP

MESES	Saldo Inicial (Nuevos Soles)	Amortización	Intereses (Nuevos Soles)	cuota	Saldo final	fecha
0	59,500.00				59,500.00	01/01/2018
1	59,500.00	1,003.16	519.71	1,522.87	58,496.84	01/02/2018
2	58,496.84	1,011.92	510.95	1,522.87	57,484.91	01/03/2018
3	57,484.91	1,020.76	502.11	1,522.87	56,464.15	01/04/2018
4	56,464.15	1,029.68	493.19	1,522.87	55,434.47	01/05/2018
5	55,434.47	1,038.67	484.20	1,522.87	54,395.80	01/06/2018
6	54,395.80	1,047.74	475.13	1,522.87	53,348.06	01/07/2018
7	53,348.06	1,056.90	465.97	1,522.87	52,291.16	01/08/2018
8	52,291.16	1,066.13	456.74	1,522.87	51,225.03	01/09/2018
9	51,225.03	1,075.44	447.43	1,522.87	50,149.59	01/10/2018
10	50,149.59	1,084.83	438.04	1,522.87	49,064.76	01/11/2018
11	49,064.76	1,094.31	428.56	1,522.87	47,970.45	01/12/2018
12	47,970.45	1,103.87	419.00	1,522.87	46,866.58	01/01/2019
1	<b>AÑO</b>	<b>12,633.42</b>	<b>5,641.02</b>	<b>18,274.44</b>		
13	46,866.58	1,113.51	409.36	1,522.87	45,753.07	01/02/2019
14	45,753.07	1,123.24	399.63	1,522.87	44,629.84	01/03/2019
15	44,629.84	1,133.05	389.82	1,522.87	43,496.79	01/04/2019
16	43,496.79	1,142.94	379.93	1,522.87	42,353.85	01/05/2019
17	42,353.85	1,152.93	369.94	1,522.87	41,200.92	01/06/2019
18	41,200.92	1,163.00	359.87	1,522.87	40,037.92	01/07/2019
19	40,037.92	1,173.15	349.72	1,522.87	38,864.77	01/08/2019
20	38,864.77	1,183.40	339.47	1,522.87	37,681.37	01/09/2019
21	37,681.37	1,193.74	329.13	1,522.87	36,487.63	01/10/2019
22	36,487.63	1,204.17	318.70	1,522.87	35,283.46	01/11/2019
23	35,283.46	1,214.68	308.19	1,522.87	34,068.78	01/12/2019
24	34,068.78	1,225.29	297.58	1,522.87	32,843.49	01/01/2020
2	<b>AÑO</b>	<b>14,023.09</b>	<b>4,251.35</b>	<b>18,274.44</b>		
25	32,843.49	1,236.00	286.87	1,522.87	31,607.49	01/02/2020
26	31,607.49	1,246.79	276.08	1,522.87	30,360.70	02/02/2020
27	30,360.70	1,257.68	265.19	1,522.87	29,103.02	03/02/2020
28	29,103.02	1,268.67	254.20	1,522.87	27,834.35	04/02/2020
29	27,834.35	1,279.75	243.12	1,522.87	26,554.60	05/02/2020
30	26,554.60	1,290.93	231.94	1,522.87	25,263.68	06/02/2020
31	25,263.68	1,302.20	220.67	1,522.87	23,961.48	07/02/2020
32	23,961.48	1,313.58	209.29	1,522.87	22,647.90	08/02/2020
33	22,647.90	1,325.05	197.82	1,522.87	21,322.85	09/02/2020
34	21,322.85	1,336.62	186.25	1,522.87	19,986.23	10/02/2020
35	19,986.23	1,348.30	174.57	1,522.87	18,637.93	11/02/2020
36	18,637.93	1,360.08	162.79	1,522.87	17,277.85	12/02/2020
3	<b>AÑO</b>	<b>15,565.63</b>	<b>2,708.80</b>	<b>18,274.44</b>		
37	17,277.85	1,371.95	150.92	1,522.87	15,905.90	01/01/2021
38	15,905.90	1,383.94	138.93	1,522.87	14,521.96	02/01/2021
39	14,521.96	1,396.03	126.84	1,522.87	13,125.93	03/01/2021
40	13,125.93	1,408.22	114.65	1,522.87	11,717.71	04/01/2021
41	11,717.71	1,420.52	102.35	1,522.87	10,297.19	05/01/2021
42	10,297.19	1,432.93	89.94	1,522.87	8,864.27	06/01/2021
43	8,864.27	1,445.44	77.43	1,522.87	7,418.82	07/01/2021
44	7,418.82	1,458.07	64.80	1,522.87	5,960.75	08/01/2021
45	5,960.75	1,470.81	52.06	1,522.87	4,489.95	09/01/2021
46	4,489.95	1,483.65	39.22	1,522.87	3,006.29	10/01/2021
47	3,006.29	1,496.61	26.26	1,522.87	1,509.68	11/01/2021
48	1,509.68	1,509.68	13.19	1,522.87	0.00	12/01/2021
4	<b>AÑO</b>	<b>17,277.85</b>	<b>996.59</b>	<b>18,274.44</b>		

Elaboración propia

## ANEXO N°3

### PROYECCIÓN DE POBLACIÓN: Método Lineal

CUADRO : POBLACIÓN TOTAL, POR ÁREA URBANA Y RURAL, Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES - Fuente: INEI												
DISTRITO DE LOS OLIVOS												
RANGO DE EDADES	POBLACIÓN TOTAL		r	POBLACIÓN PROYECTADA								
	CENSO 1993	CENSO 2007		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Menores de 1 año	5213	4907	-0.004312	4886	4865	4844	4823	4802	4781	4761	4740	4720
De 1 a 4 años	19864	21312	0.005038	21419	21527	21636	21745	21854	21964	22075	22186	22298
De 5 a 9 años	23758	24054	0.000885	24075	24097	24118	24139	24161	24182	24203	24225	24246
De 10 a 14 años	23726	26665	0.008376	26888	27114	27341	27570	27801	28034	28268	28505	28744
De 15 a 19 años	25811	31179	0.013587	31603	32032	32467	32908	33356	33809	34268	34734	35206
De 20 a 24 años	25474	34435	0.021763	35184	35950	36733	37532	38349	39183	40036	40907	41798
De 25 a 29 años	22466	31559	0.024572	32334	33129	33943	34777	35632	36507	37404	38323	39265
De 30 a 34 años	19829	27661	0.024062	28327	29008	29706	30421	31153	31903	32670	33456	34261
De 35 a 39 años	16377	22955	0.024412	23515	24089	24677	25280	25897	26529	27177	27840	28520
De 40 a 44 años	12991	20504	0.033134	21183	21885	22610	23360	24134	24933	25759	26613	27495
De 45 a 49 años	9854	17749	0.042928	18511	19306	20134	20999	21900	22840	23821	24843	25910
De 50 a 54 años	7175	15814	0.058073	16732	17704	18732	19820	20971	22189	23477	24841	26283
De 55 a 59 años	4915	11984	0.065733	12772	13611	14506	15460	16476	17559	18713	19943	21254
De 60 a 64 años	3846	9475	0.066521	10105	10777	11494	12259	13075	13944	14872	15861	16916
De 65 y más años	6844	17887	0.071031	19158	20518	21976	23537	25209	26999	28917	30971	33171
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>228143</b>	<b>318140</b>	<b>0.024036</b>	<b>325787</b>	<b>333617</b>	<b>341636</b>	<b>349847</b>	<b>358256</b>	<b>366867</b>	<b>375685</b>	<b>384715</b>	<b>410087</b>

Fuente : INEI - Censos Nacionales 1993 (IX de Población y IV de Vivienda) y 2007 (XI de Población y VI de Vivienda)

Fuente: Elaboración propia

CUADRO : POBLACIÓN TOTAL, POR ÁREA URBANA Y RURAL, Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES - Fuente: INEI												
DISTRITO DE SAN MARTIN DE PORRES												
RANGO DE EDADES	POBLACIÓN TOTAL		r	POBLACIÓN PROYECTADA								
	1993	2007		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Menores de 1 año	7559	8776	0.010720	8870	8965	9061	9158	9257	9356	9456	9557	9660
De 1 a 4 años	29650	38752	0.019307	39500	40263	41040	41833	42640	43463	44303	45158	46030
De 5 a 9 años	34825	46179	0.020361	47119	48079	49058	50056	51076	52116	53177	54259	55364
De 10 a 14 años	36767	50575	0.023037	51740	52932	54151	55399	56675	57981	59316	60683	62081
De 15 a 19 años	41096	54602	0.020505	55722	56864	58030	59220	60434	61673	62938	64229	65546
De 20 a 24 años	41291	56482	0.022629	57760	59067	60404	61771	63169	64598	66060	67555	69083
De 25 a 29 años	38206	53071	0.023752	54332	55622	56943	58296	59680	61098	62549	64035	65556
De 30 a 34 años	34725	48995	0.024895	50215	51465	52746	54059	55405	56784	58198	59647	61131
De 35 a 39 años	28136	43777	0.032079	45181	46631	48127	49670	51264	52908	54606	56357	58165
De 40 a 44 años	21616	41020	0.046822	42941	44951	47056	49259	51566	53980	56507	59153	61923
De 45 a 49 años	15201	34539	0.060376	36624	38836	41180	43667	46303	49099	52063	55206	58539
De 50 a 54 años	12499	29058	0.062113	30863	32780	34816	36978	39275	41715	44306	47058	49981
De 55 a 59 años	10377	20957	0.051487	22036	23171	24364	25618	26937	28324	29782	31316	32928
De 60 a 64 años	9662	15399	0.033853	15920	16459	17016	17593	18188	18804	19440	20099	20779
De 65 y más años	18774	37379	0.050418	39264	41243	43323	45507	47801	50211	52743	55402	58195
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>380384</b>	<b>579561</b>	<b>0.030535</b>	<b>597258</b>	<b>615495</b>	<b>634289</b>	<b>653657</b>	<b>673616</b>	<b>694185</b>	<b>715381</b>	<b>737225</b>	<b>776977</b>

Fuente : INEI - Censos Nacionales 1993 (IX de Población y IV de Vivienda) y 2007 (XI de Población y VI de Vivienda)

Fuente: Elaboración propia

CUADRO : POBLACIÓN TOTAL, POR ÁREA URBANA Y RURAL, Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES - Fuente: INEI												
DISTRITO DE INDEPENDENCIA												
RANGO DE EDADES	POBLACIÓN TOTAL		r	POBLACIÓN PROYECTADA								
	CENSO 1993	CENSO 2007		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Menores de 1 año	4215	3286	-0.017627	3228	3171	3115	3060	3006	2953	2901	2850	2800
De 1 a 4 años	15071	14255	-0.003968	14198	14142	14086	14030	13974	13919	13864	13809	13754
De 5 a 9 años	17369	17248	-0.000499	17239	17231	17222	17214	17205	17196	17188	17179	17171
De 10 a 14 años	18147	18682	0.002078	18721	18760	18799	18838	18877	18916	18955	18995	19034
De 15 a 19 años	20387	19387	-0.003586	19317	19248	19179	19110	19042	18974	18906	18838	18770
De 20 a 24 años	22841	19713	-0.010465	19507	19303	19101	18901	18703	18507	18314	18122	17932
De 25 a 29 años	20380	18884	-0.005431	18781	18679	18578	18477	18377	18277	18178	18079	17981
De 30 a 34 años	15772	18047	0.009671	18222	18398	18576	18755	18937	19120	19305	19491	19680
De 35 a 39 años	11132	16822	0.029929	17325	17844	18378	18928	19495	20078	20679	21298	21935
De 40 a 44 años	8256	14744	0.042291	15368	16017	16695	17401	18137	18904	19703	20537	21405
De 45 a 49 años	7084	10876	0.031097	11214	11563	11922	12293	12676	13070	13476	13895	14327
De 50 a 54 años	6622	8505	0.018036	8658	8815	8974	9135	9300	9468	9639	9813	9989
De 55 a 59 años	5772	6308	0.006363	6348	6389	6429	6470	6511	6553	6594	6636	6679
De 60 a 64 años	4479	5710	0.017496	5810	5912	6015	6120	6227	6336	6447	6560	6675
De 65 y más años	6400	15180	0.063634	16146	17173	18266	19429	20665	21980	23379	24866	26449
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>183927</b>	<b>207647</b>	<b>0.008702</b>	<b>209454</b>	<b>211277</b>	<b>213115</b>	<b>214970</b>	<b>216840</b>	<b>218727</b>	<b>220631</b>	<b>222551</b>	<b>234581</b>

Fuente : INEI - Censos Nacionales 1993 (IX de Población y IV de Vivienda) y 2007 (XI de Población y VI de Vivienda)

Fuente: *Elaboración propia*

SEGMENTACIÓN POR NIVELES SOCIECONÓMICOS - ZONA 2 LIMA METROPOLITANA						
LOS OLIVOS, SAN MARTIN DE PORRES E INDEPENDENCIA - 2016						
RANGO DE EDADES	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	TOTAL POBLACIÓN
	1.20%	19.70%	44.30%	23.80%	11.10%	
Menores de 1 año	206	3,384	7,611	4,089	1,907	17,180
De 1 a 4 años	985	16,170	36,362	19,535	9,111	82,082
De 5 a 9 años	1,161	19,066	42,874	23,034	10,743	96,781
De 10 a 14 años	1,318	21,642	48,667	26,146	12,194	109,859
De 15 a 19 años	1,434	23,546	52,948	28,446	13,267	119,521
De 20 a 24 años	1,546	25,376	57,064	30,658	14,298	128,813
De 25 a 29 años	1,474	24,192	54,401	29,227	13,631	122,802
De 30 a 34 años	1,381	22,669	50,977	27,387	12,773	115,073
De 35 a 39 años	1,303	21,398	48,119	25,852	12,057	108,621
De 40 a 44 años	1,330	21,832	49,094	26,376	12,301	110,823
De 45 a 49 años	1,185	19,459	43,758	23,509	10,964	98,776
De 50 a 54 años	1,035	16,992	38,210	20,528	9,574	86,254
De 55 a 59 años	730	11,990	26,961	14,485	6,756	60,860
De 60 a 64 años	532	8,741	19,656	10,560	4,925	44,370
De 65 y más años	1,414	23,209	52,192	28,040	13,077	117,815
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>17,036</b>	<b>279,667</b>	<b>628,896</b>	<b>337,872</b>	<b>157,579</b>	<b>1,421,048</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 5-65 AÑOS NSE ABCD</b>	<b>1,321,687.56</b>					

Fuente: Distribución de niveles por zona (zona 10) - Lima Metropolitana, Apeim 2016

Fuente: *Elaboración propia*

SEGMENTACIÓN POR NIVELES SOCIECONÓMICOS						
DISTRITO LOS OLIVOS - 2016						
RANGO DE EDADES	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	TOTAL POBLACIÓN
	1.90%	23.10%	51.50%	21.00%	2.50%	
Menores de 1 año	90	1,090	2,431	991	118	4,720
De 1 a 4 años	424	5,151	11,484	4,683	557	22,298
De 5 a 9 años	461	5,601	12,487	5,092	606	24,246
De 10 a 14 años	546	6,640	14,803	6,036	719	28,744
De 15 a 19 años	669	8,133	18,131	7,393	880	35,206
De 20 a 24 años	794	9,655	21,526	8,778	1,045	41,798
De 25 a 29 años	746	9,070	20,222	8,246	982	39,265
De 30 a 34 años	651	7,914	17,645	7,195	857	34,261
De 35 a 39 años	542	6,588	14,688	5,989	713	28,520
De 40 a 44 años	522	6,351	14,160	5,774	687	27,495
De 45 a 49 años	492	5,985	13,344	5,441	648	25,910
De 50 a 54 años	499	6,071	13,536	5,520	657	26,283
De 55 a 59 años	404	4,910	10,946	4,463	531	21,254
De 60 a 64 años	321	3,908	8,712	3,552	423	16,916
De 65 y más años	630	7,662	17,083	6,966	829	33,171
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>7,792</b>	<b>94,730</b>	<b>211,195</b>	<b>86,118</b>	<b>10,252</b>	<b>410,087</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 5-65 AÑOS NSE ABCD</b>				<b>383,069</b>		

Fuente: Distribución de niveles por zona (zona 10) - Lima Metropolitana, Apeim 2016

*Fuente: Elaboración propia*

SEGMENTACIÓN POR NIVELES SOCIECONÓMICOS						
DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES - 2016						
RANGO DE EDADES	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	TOTAL POBLACIÓN
	1.20%	19.70%	44.30%	23.80%	11.10%	
Menores de 1 año	116	1,903	4,279	2,299	1,072	9,659.9
De 1 a 4 años	552	9,068	20,391	10,955	5,109	46,029.8
De 5 a 9 años	664	10,907	24,526	13,177	6,145	55,364.2
De 10 a 14 años	745	12,230	27,502	14,775	6,891	62,080.8
De 15 a 19 años	787	12,912	29,037	15,600	7,276	65,545.5
De 20 a 24 años	829	13,609	30,604	16,442	7,668	69,083.4
De 25 a 29 años	787	12,914	29,041	15,602	7,277	65,555.6
De 30 a 34 años	734	12,043	27,081	14,549	6,786	61,131.5
De 35 a 39 años	698	11,459	25,767	13,843	6,456	58,165.3
De 40 a 44 años	743	12,199	27,432	14,738	6,873	61,922.9
De 45 a 49 años	702	11,532	25,933	13,932	6,498	58,539.4
De 50 a 54 años	600	9,846	22,141	11,895	5,548	49,980.7
De 55 a 59 años	395	6,487	14,587	7,837	3,655	32,928.0
De 60 a 64 años	249	4,093	9,205	4,945	2,306	20,778.9
De 65 y más años	698	11,464	25,780	13,850	6,460	58,195.2
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>9,300</b>	<b>152,667</b>	<b>343,308</b>	<b>184,441</b>	<b>86,021</b>	<b>775,736</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 5-65 AÑOS NSE ABCD</b>				<b>719,990.79</b>		

Fuente: Distribución de niveles por zona (zona 10) - Lima Metropolitana, Apeim 2016

*Fuente: Elaboración propia*



SEGMENTACIÓN POR NIVELES SOCIECONÓMICOS						
DISTRITO INDEPENDENCIA - 2016						
RANGO DE EDADES	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	TOTAL POBLACIÓN
	1.20%	19.70%	44.30%	23.80%	11.10%	
Menores de 1 año	34	552	1,240	666	311	2,800
De 1 a 4 años	165	2,710	6,093	3,273	1,527	13,754
De 5 a 9 años	206	3,383	7,607	4,087	1,906	17,171
De 10 a 14 años	228	3,750	8,432	4,530	2,113	19,034
De 15 a 19 años	225	3,698	8,315	4,467	2,083	18,770
De 20 a 24 años	215	3,533	7,944	4,268	1,990	17,932
De 25 a 29 años	216	3,542	7,965	4,279	1,996	17,981
De 30 a 34 años	236	3,877	8,718	4,684	2,184	19,680
De 35 a 39 años	263	4,321	9,717	5,221	2,435	21,935
De 40 a 44 años	257	4,217	9,482	5,094	2,376	21,405
De 45 a 49 años	172	2,822	6,347	3,410	1,590	14,327
De 50 a 54 años	120	1,968	4,425	2,377	1,109	9,989
De 55 a 59 años	80	1,316	2,959	1,590	741	6,679
De 60 a 64 años	80	1,315	2,957	1,589	741	6,675
De 65 y más años	317	5,210	11,717	6,295	2,936	26,449
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>2,815</b>	<b>46,212</b>	<b>103,919</b>	<b>55,830</b>	<b>26,038</b>	<b>234,815</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN 5-65 AÑOS NSE ABCD</b>	<b>218,245.02</b>					

Fuente: Distribución de niveles por zona (zona 10) - Lima Metropolitana, Apeim 2016

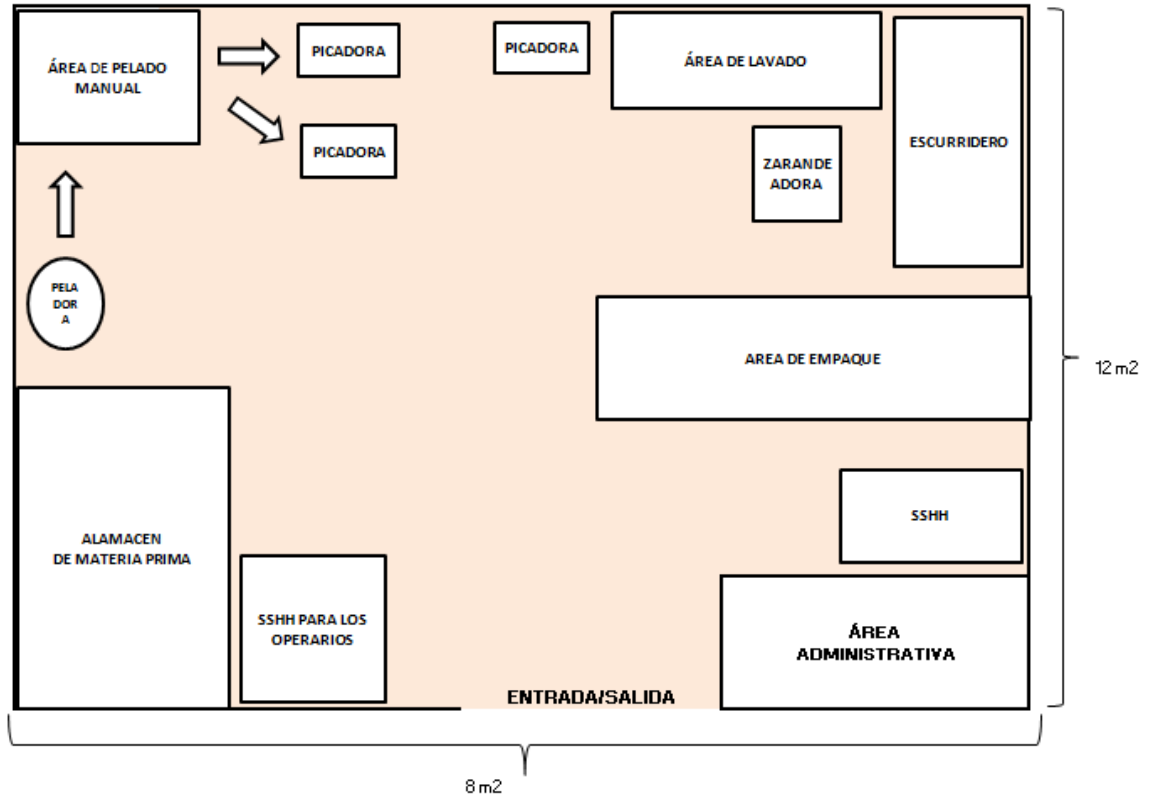
Fuente: *Elaboración propia*

CONSUMO DE POLLOS POR HOGARES					
	Población	Miembros por familia	Hogares	Consumo por hogar de pollos	Total Pollos
Los Olivos	383,068.67	4	95,767	19	1,819,576.20
San Martín de Porres	719,990.79	4	179,998	19	3,419,956.26
Independencia	218,245.02	4	54,561	19	1,036,663.86
					<b>6,276,196.32</b>

Fuente: *Elaboración propia*

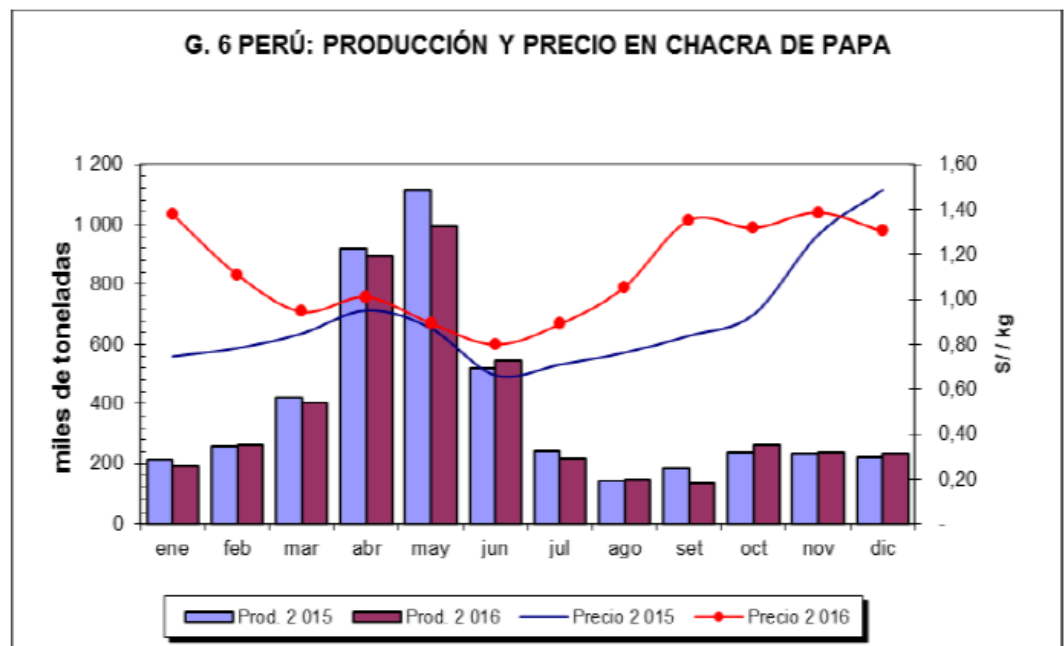
## ANEXO N°4

### DISEÑO DE LA PLANTA



## ANEXO N°5

En el periodo enero – diciembre del 2016 se produjeron 4 millones 528 mil toneladas, cifra menor en 4% que similar periodo del año anterior (4 millones 716 mil toneladas); principalmente en: Huánuco, Junín y Puno. Del mismo modo, en el mes de diciembre del 2016 se obtuvo una producción de 233 mil toneladas de papa, mayor en 5% que lo producido en diciembre de 2015 (223 mil toneladas), principalmente en: Lima, Arequipa y Apurímac.



**Fuente: Sistema Integrado de Estadísticas agrarias-SIEA**

## ANEXO N°6

### PRODUCCIÓN DE PAPA POR REGIÓN SEGÚN VARIABLES PRODUCTIVAS DICIEMBRE 2015/2016

Región	Superficie cosechada (ha)				Producción (t)				Rendimiento (kg/ ha)			Precio al productor (S/ / kg)		
	2015	2016 <sup>p</sup>	Var. %	Part. % 2016	2015	2016 <sup>p</sup>	Var. %	Part. % 2016	2015	2016 <sup>p</sup>	Var. %	2015	2016 <sup>p</sup>	Var. %
<b>Nacional</b>	<b>13 782</b>	<b>13 173</b>	<b>-4,4</b>	<b>100,0</b>	<b>220 372</b>	<b>229 707</b>	<b>4,2</b>	<b>100,0</b>	<b>15 990</b>	<b>17 438</b>	<b>9,1</b>	<b>1,5</b>	<b>1,3</b>	<b>-12,3</b>
Amazonas	133	89	-33,1	0,7	2 214	1 391	-37,2	0,6	16 645	15 629	-6,1	1,7	1,5	-
Ancash	311	198	-36,3	1,5	3 379	2 053	-39,2	0,9	10 866	10 370	-4,6	2,0	1,5	-24,5
Apurímac	189	484	156,8	3,7	3 640	10 413	186,1	4,5	19 310	21 515	-	1,0	1,1	10,3
Arequipa	486	749	54,1	5,7	16 244	27 340	68,3	11,9	33 425	36 502	9,2	1,5	1,3	-14,2
Ayacucho	198	202	2,0	1,5	3 063	3 291	7,4	1,4	15 470	16 292	5,3	1,5	1,5	4,1
Cajamarca	2 636	1 919	-27,2	14,6	25 200	18 695	-25,8	8,1	9 560	9 742	1,9	1,5	1,2	-19,2
Callao	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Cusco	153	213	39,2	1,6	153	213	39,2	0,1	1 000	1 000	0,0	1,4	1,2	-18,0
Huancavelica	555	690	24,3	5,2	5 882	7 573	28,7	3,3	10 599	10 975	3,6	0,9	0,6	-29,8
Huánuco	3 482	3 083	-11,5	23,4	61 386	52 731	-14,1	23,0	17 630	17 104	-3,0	1,4	0,9	-34,4
Ica	0	10	-	0,1	0	325	-	0,1	-	32 500	-	-	0,8	-
Junín	910	915	0,5	6,9	16 560	14 349	-13,4	6,2	18 198	15 682	-13,8	1,4	1,2	-12,0
La Libertad	1 811	1 546	-14,6	11,7	33 376	29 509	-11,6	12,8	18 429	19 087	3,6	1,3	1,7	27,2
Lambayeque	5	310	6100,0	2,4	31	1 860	5900,0	0,8	6 200	6 000	-3,2	0,7	0,9	29,4
Lima	906	1 125	24,2	8,5	19 238	35 846	86,3	15,6	21 234	31 863	50,1	1,6	1,3	-19,0
Lima Metropolitana	1	2	100,0	0,0	22	40	79,7	0,0	22 260	20 000	-10,2	0,7	0,4	-42,9
Loreto	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Madre de Dios	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Moquegua	10	10	0,0	0,1	208	188	-9,9	0,1	20 826	18 764	-9,9	1,2	1,2	1,1
Pasco	240	31	-87,1	0,2	4 768	612	-87,2	0,3	19 865	19 742	-0,6	1,8	0,8	-54,5
Piura	256	187	-27,0	1,4	2 357	1 827	-22,5	0,8	9 207	9 770	6,1	1,4	1,4	-1,0
Puno	1 493	1 405	-5,9	10,7	22 526	21 367	-5,1	9,3	15 088	15 208	0,8	1,9	2,2	14,1
San Martín	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Tacna	7	5	-28,6	0,0	124	84	-32,3	0,0	17 714	16 800	-5,2	1,6	1,8	17,0
Tumbes	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-
Ucayali	0	0	-	0,0	0	0	-	0,0	-	-	-	-	-	-

Fuente: Sistema Integrado de Estadísticas agrarias-SIEA

## ANEXO N°7

### PRECIO PROMEDIO DE LA PAPA SEGÚN MERCADO Y VARIEDAD

Fecha	Papa Amarilla	Papa Blanca	Papa Canchan	Papa Color	Papa Huamantanga	Papa Huayro	Papa Negra Andina	Papa Perricholi	Papa Peruanita	Papa Unica	Papa Yungay
	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio	Precio Promedio
	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)	(\$/. x Kg., \$/. x Lt. o \$/. x Unid.)
23/05/2017	1.44	0.7	0.84	0.84	1.15	1.24	0.84	0.75	1.04	0.84	0.64
22/05/2017	1.35	0.67	0.84	0.83	1.14	1.24	0.74	0.75	0.96	0.83	0.59
21/05/2017	1.35	0.68	0.84	0.84	1.14	1.25	0.75	0.76	0.96	0.83	0.6
20/05/2017	1.35	0.69	0.84	0.84	1.14	1.25	0.75	0.76	0.96	0.84	0.6
19/05/2017	1.35	0.71	0.86	0.86	1.15	1.25	0.79	0.8	0.98	0.85	0.62
18/05/2017	1.34	0.73	0.86	0.87	1.15	1.28	0.8	0.8	0.96	0.86	0.64
17/05/2017	1.23	0.72	0.85	0.85	1.15	1.26	0.8	0.8	0.95	0.84	0.64
16/05/2017	1.23	0.75	0.86	0.87	1.15	1.28	0.84	0.84	0.95	0.86	0.65
15/05/2017	1.15	0.69	0.85	0.85	1.05	1.34	0.74	0.74	1.06	0.85	0.64
14/05/2017	1.3	0.67	0.81	0.81	1.16	1.3	0.74	0.72	1.14	0.81	0.62
13/05/2017	1.44	0.65	0.76	0.76	1.26	1.25	0.74	0.7	1.2	0.76	0.59
12/05/2017	1.44	0.62	0.76	0.77	1.28	1.25	0.7	0.64	1.3	0.76	0.6
11/05/2017	1.44	0.63	0.74	0.74	1.25	1.24	0.69	0.66	1.35	0.74	0.59
10/05/2017	1.41	0.62	0.72	0.71	1.25	1.24	0.64	0.66	1.34	0.7	0.57
09/05/2017	1.43	0.62	0.72	0.72	1.25	1.24	0.65	0.66	1.35	0.71	0.58
08/05/2017	1.35	0.67	0.74	0.73	1.25	1.24	0.65	0.74	1.33	0.71	0.6
07/05/2017	1.36	0.67	0.75	0.73	1.25	1.25	0.66	0.74	1.33	0.71	0.6
06/05/2017	1.36	0.67	0.75	0.74	1.25	1.26	0.66	0.74	1.34	0.71	0.6
05/05/2017	1.36	0.64	0.73	0.72	1.25	1.35	0.72	0.68	1.34	0.71	0.6
04/05/2017	1.46	0.67	0.8	0.76	1.26	1.35	0.72	0.71	1.44	0.72	0.64
03/05/2017	1.53	0.67	0.83	0.82	1.34	1.33	0.74	0.73	1.44	0.8	0.6
02/05/2017	1.53	0.68	0.83	0.82	1.35	1.34	0.74	0.74	1.44	0.8	0.61
01/05/2017	1.44	0.65	0.85	0.85	1.25	1.25	0.69	0.69	1.34	0.84	0.61

**Fuente: Gran Mercado Mayorista de Lima**

**Elaboración: MINAGRI-DGESEP-DEA-Área de Comercialización**

## ANEXO 8

### MODELO DE NEGOCIO CANVAS

ALIADOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTACION DE MERCADO
Proveedores de papa	Venta de papa procesada Asesoría	Papas procesadas de buena calidad y de diferentes variedades.	Servicio post venta Visitas personales	Pollerías del Distrito de los Olivos
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	Recursos humanos Recursos Financieros		Pagina Web Redes Sociales Teléfono Whatsap	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO	
Costos de producción Costo de distribución Web Sueldos de personal			Venta al contado Venta al crédito	

*Fuente: Elaboración propia*