



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE
QUINUA PRECOCIDA CONGELADA A LA CIUDAD DE NEW
YORK – ESTADOS UNIDOS”

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Autor:

Buitrón Calderón, Josabeth Luz
López Palacios, Jacqueline Muriell

Asesor:

Mg. Yafac Da Cruz Gouvea, Roberto

Lima – Perú

2016

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** el informe de Investigación aplicada desarrollado por los Bachilleres Josabeth Luz Buitrón Calderón y Jacqueline Muriell López Palacios, denominada:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA PRECOCIDA CONGELADA A LA CIUDAD DE NEW YORK- ESTADOS UNIDOS"

MG. ROBERTO YAFAC DA CRUZ GOUVEA
ASESOR

MG.MIGUEL GUILLEN GALARZA
JURADO
PRESIDENTE

MG.GUIDO VEGA MORENO
JURADO

MG. LUIS TARMEÑO BERNU
JURADO

DEDICATORIA

Dedicado a nuestras familias, esposos e hijos quienes han inspirado el presente proyecto, ellos son quienes nos dan grandes enseñanzas y los principales protagonistas de este sueño alcanzado.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarnos la oportunidad de culminar nuestra carrera universitaria

A nuestros hijos, por ser nuestros grandes guerreros, ejemplos de vida e impulsarnos a continuar en nuestros sueños.

A nuestros padres y esposos, por su gran apoyo, motivación y amor incondicional.

A nuestros maestros, en especial a MG. Roberto Yafac, por su ayuda en el presente proyecto, aportando sus conocimientos y sugerencias.

A nuestros amigos que colaboraron de una forma u otra a que este proyecto sea un valioso aporte a la sociedad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	16
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2.1. Problema General	17
1.2.2. Problemas Específicos	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS.....	18
1.4.1. Objetivos Específicos.....	18
1.4.2. Objetivos Generales	18
1.5. ANTECEDENTES	18
1.5.1. Antecedentes Nacionales	19
1.5.2. Antecedentes Internacionales.....	21
CAPÍTULO 2. MARCO TEORICO	23
2.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES	23
2.1.1. Entorno Mundial	23
2.1.2. Entorno Nacional.....	28
2.1.3. La Realidad Política del Perú.....	33
2.1.4. La Realidad Económica de Perú	36
CAPÍTULO 3. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	38
3.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	38
3.2. DEMANDA POTENCIAL.....	38
3.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	39
3.3.1. Segmentación geográfica	39
3.3.2. Segmentación demográfica	40
3.3.3. Segmentación socio económico	40
3.3.4. Segmentación Psicográfica	40
3.3.5. Tendencias esperadas de la demanda del producto.....	41
3.4. TENDENCIAS DEL MERCADO.....	42
3.5. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA.....	43

3.5.1.	Ventajas Comparativas	43
3.5.2.	Ventajas Competitivas	43
3.6.	ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	44
3.6.1.	Análisis de Oportunidades	44
3.6.2.	Análisis de Amenazas.....	45
3.6.3.	Análisis de Fortalezas.....	45
3.6.4.	Análisis de Debilidades	45
3.7.	COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA	49
3.8.	MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO.....	49
3.9.	PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA	49
CAPÍTULO 4. INVESTIGACION DE MERCADO		50
4.1.	LOS CLIENTES	50
4.1.1.	Clientes potenciales.....	50
4.1.2.	Consumidor final	50
4.2.	EL MERCADO POTENCIAL	51
4.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO.....	52
4.4.	LA DEMANDA ESPERADA.....	52
4.5.	HÁBITOS DE CONSUMO	52
4.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS	53
4.6.1.	Nuestros Competidores	54
4.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS	54
4.7.1.	Productos que estimas vender en el primer año	55
CAPÍTULO 5. PLAN DE MARKETING:		56
5.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO.....	56
5.1.1.	Estrategia de producto	56
5.1.2.	Estrategia de precios	56
5.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad.....	57
5.1.4.	Estrategia de distribución.....	58
5.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	58
5.3.	PRODUCTO	59
5.3.1.	Marca	59
5.3.2.	Eslogan	60
5.3.3.	Presentación	60

5.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO	60
5.5.	CERTIFICACIONES PARA EL PRODUCTO.	61
5.6.	POLÍTICA DE PRECIOS	65
5.7.	INICIO DE VENTAS DEL PRODUCTO	65
5.8.	TÁCTICAS DE VENTAS	65
5.9.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	65
5.9.1.	Corto plazo.....	66
5.9.2.	Mediano plazo.....	66
5.10.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS	66
5.10.1.	Estrategias de crecimiento vertical	66
5.10.2.	Estrategias de crecimiento horizontal.....	66
CAPÍTULO 6. SISTEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCION.....		67
6.1.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	67
6.1.1.	Mayorista.....	67
6.1.2.	Minorista.....	67
6.2.	ESTRATEGIA DE VENTAS.....	67
6.2.1.	Canales de ventas	68
6.2.2.	Sistemas de Entrega.....	68
CAPÍTULO 7. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN		69
7.1.	INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA	69
7.2.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	69
7.2.1.	Ubicación de centro de operaciones	69
7.3.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE OPERACIONES	69
7.3.1.	Equipamiento	70
7.3.2.	Diagrama de operaciones de proceso	71
7.4.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN	71
7.5.	PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	73
CAPÍTULO 8. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....		75
8.1.	INVERSIÓN EN TERRENOS:.....	75
8.1.1.	Inversión en Construcción del local	75
8.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.....	75
8.1.3.	Inversión en Vehículos.....	75
8.1.4.	Inversión Maquinaria y equipo	76

8.1.5.	Inversión de herramientas	76
8.1.6.	Inversión activos – software.....	76
8.2.	CAPITAL DE TRABAJO.....	77
8.2.1.	Presupuestos de ingresos y egresos.....	77
8.2.2.	Presupuesto de ingresos de venta	78
8.2.3.	Presupuesto de costos	79
8.2.4.	Mano de obra directa	80
8.3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	81
8.4.	COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES	81
8.5.	COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPOS	82
8.6.	COSTOS FIJOS –SERVICIOS VARIOS	83
8.7.	COSTOS FIJOS –COMBUSTIBLE	83
8.8.	COSTOS FIJOS- MANTENIMIENTO	83
8.9.	COSTOS FIJOS – SEGUROS VEHICULARES	84
8.10.	DEPRECIACIÓN ANUAL	84
CAPÍTULO 9. PLAN FINANCIERO.....		85
9.1.	INGRESOS GENERADOS	85
9.1.1.	Ingresos Generados durante la ejecución del Proyecto.....	85
9.2.	EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO.	87
9.2.1.	Costos de Producción.....	88
9.2.2.	Costos Fijos	88
9.2.3.	Costos Variables	89
9.2.4.	Costos Laborales	89
9.2.5.	Costos Indirectos	90
9.2.6.	Costos Directos.....	90
9.2.7.	Impuesto a la Renta.....	91
9.2.8.	Impuesto General a las Ventas.....	91
9.3.	FINANCIAMIENTO	91
9.4.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	94
9.5.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	95
9.6.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	95
9.7.	MARGEN BRUTO Y OPERATIVO.....	96
9.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO	97
9.1.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	97
9.2.	COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	98

CAPÍTULO 10. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....	100
10.1. CONCLUSIONES	100
10.2. RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS	102
ANEXOS	105
GLOSARIO	135

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. COMERCIO BILATERAL ENTRE PERÚ Y ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.....	28
TABLA N° 2. SUPERFICIE DE COSECHA DE QUINUA EN HECTÁREAS (2001 – 2014)	30
TABLA N° 3. COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA QUINUA EN PUNO.	32
TABLA N° 4. PRODUCTOS SENSIBLES ENTRE PERÚ & ESTADOS UNIDOS	35
TABLA N° 5. GASTOS DE CONSUMO DE LOS HOGARES (2013-2015).....	39
TABLA N° 6. ANÁLISIS DEL MERCADO POR ESTADOS (EE.UU).....	43
TABLA N° 7. CUADRO DE ANÁLISIS FODA	45
TABLA N° 8. ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS	46
TABLA N° 9. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS.....	47
TABLA N° 10. MATRIZ FODA DE ESTRATEGIAS.....	47
TABLA N° 11. LOS 15 MEJORES LUGARES DE QUINUA EN LA CIUDAD DE NEW YORK	51
TABLA N° 12. PROYECCIONES DE LAS EXPORTACIONES PERÚ - NEW YORK (PARTIDA ARANCELARIA: 1904900000).....	52
TABLA N° 13. GASTOS DE CONSUMO POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS EN % DE LOS GASTOS TOTALES USA.....	53
TABLA N° 14. PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN UN HORIZONTE DE 10 AÑOS X CONTENEDORES	55
TABLA N° 15. ESTIMACIÓN AÑO 1	55
TABLA N° 16. PROPIEDADES NUTRICIONALES	58
TABLA N° 17. IDENTIFICACIÓN DE PARTIDA ARANCELARIA	59
TABLA N° 18. CUADRO DE COMPARACIÓN DE PRECIOS CON RESPECTO A LA COMPETIDORES.....	65
TABLA N° 19. EQUIPOS DE OFICINA, LIMPIEZA, SEGURIDAD Y OTROS	70
TABLA N° 20. MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	75
TABLA N° 21. EQUIPOS DE OFICINA, SEGURIDAD Y LIMPIEZA.....	76
TABLA N° 22. LICENCIAS DE SOFTWARE	76
TABLA N° 23. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	77
TABLA N° 24. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS	77
TABLA N° 25. PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS POR 10 AÑOS.....	78
TABLA N° 26. PROYECCIÓN DE VENTAS	78
TABLA N° 27. PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR 10 AÑOS.....	79
TABLA N° 28. PROYECTADO DE MANO DE OBRA DIRECTA POR 10 AÑOS.....	80
TABLA N° 29. DETALLADO DE PERSONA DE MANO DE OBRA DIRECTA POR MES.....	80
TABLA N° 30. COSTOS DE PRODUCCIÓN POR UN CONTENEDOR.....	81
TABLA N° 31. COSTO DE MATERIALES E INSUMOS.....	81
TABLA N° 32. PERSONAL ADMINISTRATIVO	81
TABLA N° 33. DETALLADO DE LA PLANILLA.....	82
TABLA N° 34. ÚTILES DE OFICINA	82



TABLA N° 35. GASTOS OPERATIVOS	83
TABLA N° 36. DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS	84
TABLA N° 37. INGRESOS DEL PRIMER AÑO	85
TABLA N° 38. PROYECCIÓN DE VENTAS X 10 AÑOS.....	86
TABLA N° 39. INVERSIÓN TOTAL.....	87
TABLA N° 40. PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN POR 10 AÑOS	88
TABLA N° 41. PROYECCIÓN DE COSTOS DE FIJOS POR 10 AÑOS.....	88
TABLA N° 42. PROYECCIÓN DE COSTOS DE VARIABLES POR 10 AÑOS.....	89
TABLA N° 43. PROYECCIÓN DE COSTOS DE LABORALES.....	89
TABLA N° 44. PROYECCIÓN DE COSTOS DE INDIRECTOS POR 10 AÑOS	90
TABLA N° 45. PROYECCIÓN DE COSTOS DE DIRECTOS POR 10 AÑOS.....	90
TABLA N° 46. IMPUESTO A LA RENTA.....	91
TABLA N° 47. ESPECIFICACIONES DEL FINANCIAMIENTO	91
TABLA N° 48. CRONOGRAMA DE PAGOS DEL FINANCIAMIENTO	92
TABLA N° 49. FLUJO DE CAJA PROYECTADO POR 10 AÑOS.....	94
TABLA N° 50. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	95
TABLA N° 51. MARGEN BRUTO Y OPERATIVO	96
TABLA N° 52. COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL (COK).....	98
TABLA N° 53. ESCENARIOS – PRECIO DE VENTA	99
TABLA N° 54. ANÁLISIS DEL COK.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. TENDENCIAS EN LOS ADULTOS DE OBESIDAD ENTRE ADULTOS EN AMÉRICA.....	23
FIGURA N° 2. LISTA DE LOS PAÍSES EXPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO EN 2015 - PRODUCTO: 100850 QUINUA "CHENOPODIUM QUINOA"	24
FIGURA N° 3 . EVOLUCIÓN DEL PRECIO PROMEDIO INTERNACIONAL FOB DE LA QUINUA 2009-2015	25
FIGURA N° 4. PARTICIPACIÓN DE IMPORTACIONES MUNDIALES	25
FIGURA N° 5. EVOLUCIÓN DE LA AGRO-EXPORTACIONES PERUANAS.....	26
FIGURA N° 6. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PERÚ DEL PRODUCTO QUINUA SEGÚN SUS PRINCIPALES MERCADOS 2011 – 2015.....	27
FIGURA N° 7. PRODUCCIÓN DE QUINUA EN EL PERÚ DE LOS PERIODOS 1950- 2014.....	29
FIGURA N° 8. RENDIMIENTO DE QUINUA EN DEPARTAMENTO DE LA SIERRA 2014(T/HA)	30
FIGURA N° 9. PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN A NIVEL NACIONAL – AÑO 2014.....	31
FIGURA N° 10. PRECIO DE LA QUINUA EN CHACRA ENERO 2015	32
FIGURA N° 11. DISTRITOS DE LA CIUDAD NEW YORK.....	40
FIGURA N° 12. PROYECCIONES DE LAS EXPORTACIONES PERÚ - NEW YORK (PARTIDA ARANCELARIA: 1904900000)	41
FIGURA N° 13. PROYECCIONES DE LAS IMPORTACIONES DE QUINUA DE LOS PRINCIPALES MERCADOS DESDE PERÚ Y EL MUNDO (2015-2020).....	42
FIGURA N° 14. ANÁLISIS COMPARATIVO PRECIOS DE CEREALES: BOLIVIA, PERÚ, ECUADOR.	57
FIGURA N° 15. IMAGEN DE LA MARCA.....	59
FIGURA N° 16. USOS DE LA QUINUA PRECOCIDA CONGELADA.....	60
FIGURA N° 17. ICOTERM CIF ("COST INSURANCE AND FREIGHT", O "COSTO, SEGURO Y FLETE")..	68
FIGURA N° 18. UBICACIÓN DEL CENTRO DE OPERACIONES.....	69
FIGURA N° 19. DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA	70
FIGURA N° 20. PROCESO DE EXPORTACIÓN	71
FIGURA N° 21. DISEÑO DE LA PLANTA AGROWORLD	72
FIGURA N° 22. FLUJO PROCESO DE QUINUA CONGELADA	73
FIGURA N° 23. PROYECCIÓN DE VENTAS X 10 AÑOS.....	86
FIGURA N° 24. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	97
FIGURA N° 25. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	97

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1. EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DEL PRODUCTO QUINUA SEGUN SUS PRINCIPALES MERCADOS 2011 – 2016 POR KG	105
ANEXO N° 2. INDICADORES COMERCIALES PERU- BOLIVIA	107
ANEXO N° 3. GRAFICOS COMPARATIVOS DE VALOR DE ENVIOS Y VOLUMEN DE VENTAS DE LA QUINUA PERU-BOLIVIA AL MUNDO (2009-2015)	108
ANEXO N° 4. THE GLOBAL COMPETITIVENESS REPORT 2015–2016 (PERU)	109
ANEXO N° 5. INDICADORES COMPETITIVIDAD DE ESTADOS UNIDOS.....	111
ANEXO N° 6. FACTORES DEL ANÁLISIS DEL MERCADO	113
ANEXO N° 7. PERX- PUNO, DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD	116
ANEXO N° 8. LISTA DE SUPERMERCADOS EN NEW YORK	117
ANEXO N° 9. PLAN DE ACTIVIDADES 2017	119
ANEXO N° 10. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	120
ANEXO N° 11. IMPORTANCIA ALIMENTICIA	121
ANEXO N° 12. CERTIFICACIONES Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO	125
ANEXO N° 13. IMÁGENES DE LA EMPRESA DE SERVICIO TERCERO	126
ANEXO N° 14. COSTOS DE PRODUCCIÓN DETALLADO	127
ANEXO N° 15. COTIZACION DE SERVICIO TERCERIZADO A JULIO 2016	128
ANEXO N° 16. ACTIVOS INTANGIBLES.....	129
ANEXO N° 17. COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	130
ANEXO N° 18. PRODUCTOS DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS	131
ANEXO N° 19. IMÁGENES DEL PRODUCTO Y PUBLICIDAD	132
ANEXO N° 20. LISTA DE PROVEEDORES.....	134

RESUMEN

La presente tesis dará a conocer aspectos relevantes de la quinua teniendo en cuenta quiénes son sus competencias a nivel de América Latina mencionando a Bolivia y otros competidores como Ecuador y Colombia que, si bien es cierto, no tienen gran participación de mercado, están asesorándose en técnicas de nuevas tecnologías; en agricultura, sin embargo, en la costa peruana se ha expandido el cultivo. Al cierre del 2015, se logró un crecimiento de 13% en las exportaciones de quinua, es decir 4,743 toneladas.

Los Estados Unidos de Norteamérica han incrementado su importación de comida saludable de manera significativa. Por otro lado, el Perú llegó a ser el primer productor de quinua en el 2014 superando a Bolivia. La comercialización es en forma de grano crudo a granel, además existen otras presentaciones como harinas, hojuelas o snack. Sin embargo, no existen presentaciones que ayuden de manera significativa a su preparación y que se emplee en la dieta diaria.

Por ello, en el presente proyecto se realizó un estudio de factibilidad para la exportación de quinua precocida congelada con destino a la ciudad de New York - Estados Unidos, mediante ello se ofrece un producto con valor agregado al ser un producto natural, sin preservantes y pre-cocido que conserva todas sus propiedades, entre sus ventajas competitivas está su fácil utilización y contar con certificación KOSHER. Siendo nuestro mercado objetivo los distribuidores mayoristas.

El estudio muestra los sustitutos del producto, empresas competidoras, su situación actual y el posicionamiento. También se investigaron los datos básicos de Estados Unidos, su situación económica y principales ciudades. Asimismo, presenta el plan de marketing a realizar, el sistema de ventas, exportación y las consideraciones que se deben tener para el desarrollo como las barreras arancelarias, convenios e intercambios comerciales.

En el estudio de operación y financiero se presentó a detalle la inversión requerida por el proyecto, ascendente a S/.180,000 la forma de financiamiento y el costo de oportunidad de Capital. Asimismo, se detalló los presupuestos de ingreso y egreso para calcular el punto de equilibrio y se presentaron los flujos de caja proyectada a 10 años. Para concluir, se realizó el análisis de rentabilidad desde una postura conservadora con el resultado de S/. 2, 872,094 para el VAN se determinó que el período de recuperación será menor a cinco años.

ABSTRACT

This thesis will reveal relevant aspects of quinoa, taking into account who their competences are in Latin America, mentioning Bolivia and other competitors such as Ecuador and Colombia that although they do not have a large market share, are advising themselves for new technology techniques in agriculture, however, the Peruvian coast has expanded the crop. At the end of 2015, there was a 13% increase in exports of quinoa, which is 4,743 tons.

The United States of America has increased its import of healthy food significantly. On the other hand, Peru became the first producer of quinoa in 2014 surpassing Bolivia. The marketing is in the form of raw grain in bulk, in addition there are other presentations as flours, flakes or snack. However, there are no presentations that significantly help their preparation and that is used in the daily diet.

Therefore, in the present project, a feasibility study was carried out for the export of frozen precooked quinoa to the city of New York - USA, in search of a product with added value as it is a natural product, with no Preservatives and Pre-cooked that retains all its properties, among its competitive advantages is its easy use and have KOSHER certification. Being our target market the wholesale distributors.

The study shows product substitutes, competing companies, their current situation and positioning. We also investigated the basics of the United States, its economic situation and major cities. It also presents the marketing plan to be carried out, the sales and export system and the considerations that must be taken into account for development such as tariff barriers, agreements and commercial exchanges.

The operational and financial study detailed the investment required by the project, amounting to S / .180,000 the form of financing and the opportunity cost of Capital. In addition, the entry and exit budgets were detailed to calculate the break-even point and the 10-year projected cash flows were presented. To conclude, the profitability analysis was performed from a conservative stance with the result of S /. 2,872,094 for the NPV, it was determined that the recovery period will be less than five years