



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA Y
DE NEGOCIOS

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA UN BANCO DE LECHE
MATERNA EN LIMA METROPOLITANA”

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de Bachiller
en Ingeniería Económica y de Negocios

Presentado por:

Melida Rosaura Freitas Chota (0000-0001-5111-8453)

Jhina Evelin Huaytalla Arango (0000-0002-4233-9091)

José Gonzalo Polo Cercado (0000-0003-3171-8173)

Joan Leonardo Zevallos Guzmán (0000-0001-5953-7599)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 27/01/2021

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Luis Eduardo García Calderón

En el curso de:

Formulación y evaluación de proyectos

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA UN BANCO DE LECHE MATERNA EN LIMA METROPOLITANA

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
180000240	Melida Rosaura Freitas Chota
180000917	Jhina Evelin Huaytalla Arango
180000214	José Gonzalo Polo Cercado
100042062	Joan Leonardo Zevallos Guzmán

Para optar al grado de Bachiller en: Ingeniería Económica y de Negocios en la carrera de Ingeniería económica, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
180000240	Melida Rosaura Freitas Chota	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)
180000917	Jhina Evelin Huaytalla Arango	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)
180000214	José Gonzalo Polo Cercado	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)
100042062	Joan Leonardo Zevallos Guzmán	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Luis Eduardo García Calderón

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1. Antecedentes.....	2
2. Descripción del problema económico.....	4
3. Idea de la inversión.....	5
3.1. Análisis Externo	5
3.1.1. Factor Político.	5
3.1.2. Factor Económico.	7
3.1.3. Factor Social.....	8
3.1.4. Factor Tecnológico.....	8
3.1.5. Factor Ecológico.....	9
3.1.6. Factor Legal.....	11
3.1.7. Análisis de PORTER.	12
3.1.8. Matriz FODA cruzada y objetivos estratégicos.	15
3.2. Análisis industrial.	18
4. Formulación de Alternativas	18
4.1. Fórmulas.....	19
4.2. Leche materna.....	19
5. Matriz de Decisión de alternativas.....	20
5.1. Método Jerárquico Analítico	20
5.2. Matriz de evaluación de alternativas.....	25
6. Justificación de la Inversión.....	26
7. Diseño de la Superestructura	26
7.1. Nuestra Misión	26
7.2. Visión	27
7.3. Nuestros Valores	27
7.3.1. Compromiso:.....	27
7.3.2. Calidad:	27
7.3.3. Pasión:.....	27
7.4. Formulación de la estrategia.....	28
7.4.1. Calidad.	28

7.4.2.	Desarrollo.....	28
7.4.3.	Confianza.	28
8.	Planeamiento por áreas de negocio (Planeamiento de la estructura)	29
8.1.	Aspectos Legales	29
8.1.1.	Búsqueda y reserva del nombre	29
8.1.2.	Elaboración de la minuta.	31
8.1.3.	Elevación a escritura pública e inscripción en el registro de personas jurídicas de la SUNARP.	32
8.1.4.	Licencia de funcionamiento.....	33
8.2.	Aspectos Tributarios.....	34
8.2.1.	Inscripción ante SUNAT	34
8.2.2.	Clave sol.	34
8.2.3.	Régimen tributario.....	35
8.3.	Aspectos Laborales	36
8.3.1.	Contrato.....	36
8.3.2.	Salario.	37
8.3.3.	Jornada de trabajo.....	37
8.3.4.	Vacaciones.	37
8.3.5.	Sistema de pensiones.	38
8.3.6.	Seguro social de salud.....	38
8.4.	Aspectos Técnicos	38
8.4.1.	Requisitos para ser suministrante de Leche Materna	39
8.4.2.	Pasos para suministrarlos de leche materna:.....	39
8.4.3.	Estudio tecnológico:.....	41
8.4.4.	Diseño de Planta.	53
8.5.	Estudio de Mercado	60
8.5.1.	Investigación cualitativa: (público objetivo y expertos)	60
8.5.2.	Investigación cuantitativa	64
8.6.	Estudio Organizativo	71
8.6.1.	Manual Organización y funciones.....	71
8.6.2.	Reglamento de organización y funciones.....	79

8.7.	Estudio Ambiental	81
8.8.	Plan de Operaciones.....	84
8.9.	Plan de Marketing	84
8.9.1.	El mix del marketing (4 Ps).....	84
8.9.2.	Diseño del producto.....	92
8.10.	Sistema de Cadena de Valor.....	98
8.11.	Cronograma del proyecto.....	100
8.12.	Plan de Recursos Humanos	101
8.12.1.	Plan Económico.....	102
8.12.2.	Plan Contable	108
8.12.3.	Plan Financiero.....	108
8.12.4.	Supuestos y políticas	108
8.12.5.	Estimación del presupuesto de inversión inicial	109
8.12.6.	Estructura de los gastos administrativos	119
8.12.7.	Estructura de los costos de producción	127
9.	Evaluación financiera y análisis de los estados financieros	127
9.1.1.	Modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model)	127
9.1.2.	Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)	130
9.2.	Criterios de evaluación de inversiones	131
9.2.1.	Valor Presente Neto económico y financiero.....	131
9.2.2.	Tasa interna de retorno	133
9.3.	Análisis de sensibilidad.....	133
9.3.1.	Punto de equilibrio	133
9.4.	Conclusiones y recomendaciones	135
10.	Referencias Bibliográficas.....	136
11.	Anexos	139

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA de la empresa BANLEMA S.A.C.	16
Tabla 2. Alternativas de inversión	23
Tabla 3. Matriz de decisión de alternativas.....	25
Tabla 4. Materias primas	41
Tabla 5. Descripción de áreas.....	57
Tabla 6. Principales contaminantes y/o residuos de la empresa BANLEMA S.A.C.	82
Tabla 7. Presentación exclusiva de Biomom	86
Tabla 8. Tipo de envase	86
Tabla 9. Referencias para el precio	89
Tabla 10. Cuadro de costos y márgenes de la leche materna.....	89
Tabla 11. Presupuesto de publicidad pre-apertura de BANLEMA S.A.C.	91
Tabla 12. Presupuesto de publicidad post-apertura de BANLEMA S.A.C.	92
Tabla 13. Gastos de publicidad de BANLEMA S.A.C.	92
Tabla 13. Descripción del Perfil del cliente objetivo	98
Tabla 14: Personal Operaciones	102
Tabla 15: Personal Administrativo.....	102
Tabla 16: Personal de Ventas	102
Tabla 17: Trabajadores tercerizados	102
Tabla 18: Población a considerar (Nacimientos inscritos)	103
Tabla 19: Crecimiento proyectado de Lima.....	103
Tabla 20: Estimación de la demanda potencial.....	104
Tabla 21: Estimación de la demanda disponible	104
Tabla 22: Estimación de la demanda efectiva	105
Tabla 23: Demanda objetivo	106
Tabla 24: Demanda real.....	106
Tabla 25: Estacionalidad de venta	107
Tabla 26: Resumen de inversión.....	109
Tabla 27: Activos tangibles	110

Tabla 28: Activos intangibles	113
Tabla 29: Capital de trabajo.....	114
Tabla 30. Área de vestidores para suministrantes	119
Tabla 31. Área de recepción BAMLEMA S.A.C.....	119
Tabla 32. Área de extracción BAMLEMA S.A.C.....	120
Tabla 33. Consultorio BAMLEMA S.A.C.	120
Tabla 34. Jefatura de apoyo BAMLEMA S.A.C.	121
Tabla 35. Área de ventas BAMLEMA S.A.C.	121
Tabla 36. Consultorio médico A BAMLEMA S.A.C.	122
Tabla 37. Consultorio médico B BAMLEMA S.A.C.	122
Tabla 38. Oficina del biólogo BAMLEMA S.A.C.....	122
Tabla 39. Área administrativa BAMLEMA S.A.C.	124
Tabla 40. Vestidores para personal BAMLEMA S.A.C.....	124
Tabla 41. Área de procesamiento BAMLEMA S.A.C.	124
Tabla 42. Área de control de calidad BAMLEMA S.A.C.	125
Tabla 43. Área de fraccionamiento BAMLEMA S.A.C.	126
Tabla 44. Área de etiquetado BAMLEMA S.A.C.....	126
Tabla 45. Área de almacenamiento BAMLEMA S.A.C.	126
Tabla 46. Área de reparto y recojo BAMLEMA S.A.C.	127
Tabla 47: Costos de la materia prima.....	127
Tabla 48: Costos del etiquetado y el empaque	127
Tabla 49: Costo de Oportunidad de Capital	129
Tabla 50. Flujo de caja anual BANLEMA S.A.C.....	132
Tabla 51: Punto de equilibrio anual	134
Tabla 52: Punto de equilibrio mensual.....	134

INDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Análisis de Porter de la empresa BANLEMA S.A.C.	12
Figura 2. Matriz de evaluación de la mejor alternativa de inversión de acuerdo con el MJA de la empresa BANLEMA S.A.C.....	24
Figura 3. Búsqueda de personas jurídicas inscritas.....	29
Figura 4. Reserva de nombre para personas jurídicas.	30
Figura 5. Llenado de la ficha de inscripción para la reserva de denominación de PJ.	31
Figura 6. Modelos de minuta.....	32
Figura 7. Costo de registro de persona jurídica.....	33
Figura 8. Menú Sol.....	35
Figura 9. Regímenes tributarios.....	36
Figura 10: Refrigerador de laboratorio para leche materna	42
Figura 11. Congelador de leche materna	43
Figura 12. Pasteurizador de leche materna	44
Figura 13. Analizador de densidad	45
Figura 14. Bomba extractora de leche materna.....	45
Figura 16. Bolsa para almacenar leche materna	46
Figura 17. Contenedor de leche materna	47
.....	47
Figura 18. Guantes quirurgicos.....	47
Figura 19. Mascarillas quirúrgicas	48
Figura 20. Procesamiento de la leche materna.....	49
Figura 21. Diseño de planta BANLEMA S.A.C (PRIMER PISO).....	55
Figura 22. Diseño de planta BANLEMA S.A.C (SEGUNDO PISO).....	56
Figura 22. Pirámide de Maslow de la empresa BAMLEMA S.A.C.....	94
Figura 23. Niveles del Producto.....	96
Figura 24. Diagrama de cadena de valor de la empresa BANLEMA S.A.C.....	99
Figura 25. Diagrama de Gantt de la empresa BANLEMA S.A.C	100
Figura 26. Estructura Organizacional de la Empresa BANLEMA S.A.C.	101

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de Pre-Inscripción de la suministrante.....	139
Anexo 2: Formato para el control de temperatura.....	140
Anexo 3: Formato de monitoreo de crecimiento del hijo o hija de la donante	141
Anexo 4: Formato para registro diario de acidez por grado Dornic	142
Anexo 5: Formato para registro diario de resultados de crematocrito.....	143
Anexo 6: Tabla del IGV	144
Anexo 7: Resultados de las encuestas para suministrantes	146
Anexo 8: Resultados de las encuestas para clientes.....	150

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de plantear y evaluar un proyecto privado de un producto biológico compuesto 100% de leche materna (LM) suministrada por madres de menores hasta dos años de edad. La idea de inversión, consiste en evaluar la factibilidad de la creación de un Banco de Leche Materna (BLM) en Lima Metropolitana, de acuerdo a los estándares de calidad y reglamentación exigido mínimamente a los BLM por el Ministerio de Salud, dirigido particularmente a satisfacer la necesidad de alimento, nutrición y desarrollo de bebés prematuros y/o recién nacidos hasta dos años de edad, que no pueden ser amantados directamente por la madre. El proyecto, no solo busca plasmar la información adquirida en el plano financiero, contable, administrativo y económico; sino que, también demanda que el bien a comercializar sea innovador y, que además se encuentre respaldado por un trabajo de investigación previo. La empresa proyectada, BANLEMA S.A.C. nace como persona jurídica, desde una minuciosa indagación de mercado, pasando por los planes exigidos, los aspectos administrativos hasta llegar a ser sustentado como rentable para la inversión, tomando en cuentas aspectos que ayudan a tomar decisiones de inversión (VA, VAN, TIR, COK) sobre los flujos de caja que se obtiene durante los años de duración del proyecto. Una de las características esenciales de todo proyecto es la determinación del COK (costo de oportunidad), y este trabajo no lo excluye, esta tasa de descuento es esencial para traer al presente los flujos futuros y se regirá de acuerdo a la metodología que aplique al determinar el financiamiento del mismo (mercado financiero, costo de capital de la empresa y rentabilidad esperada): CAPM o WACC.

1. Antecedentes

Gómez, G. & Kikukawa, G. (2019), en un reciente estudio en relación con la leche materna (en adelante LM) y sus beneficios desde la perspectiva de madres donantes, y de aquellas que alimentan a sus bebés con LM propia y/o de terceras, investigación que lleva como título, “creencias, actitudes y prácticas sobre donación de leche materna al banco de leche humana en púerperas del Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé, setiembre a diciembre de 2019”. Utilizando encuestas sobre las perspectivas mencionadas líneas arriba, los autores obtienen resultados interesantes, mencionan que el 98.2% de las encuestadas coinciden en que el mejor alimento para un recién nacido sano o enfermo, es la leche materna, sin embargo muchas de ellas no saben con certeza sobre la existencia de bancos de leche materna (en adelante BLM) que existen en Perú, el 75.7% creen que, todos los hospitales cuentan con un BLM, mientras que el 17.4% de madres, no saben en qué lugares podrían encontrar estos bancos. Asimismo, respecto a la creencia sobre la donación de LM, el 87.2% y 88.5% están de acuerdo en que puede ser donada, y que es bueno hacerlo, respectivamente. Sobre la alimentación del recién nacido con LM, el 82% de los resultados obtenidos por los autores, indican que la leche de terceros (donantes) es bueno para él bebé, el 96.3 % están de acuerdo que deberían existir más bancos de leche, y más del 60% permitiría que su bebe consuma dicho alimento.

La leche materna, está compuesto por micro y macronutrientes que favorecen al crecimiento y desarrollo sensorial y cognitivo del neonato, proporciona energía y nutrientes que los recién nacidos requieren durante los primeros meses hasta el segundo año de vida. Al respecto, la Organización Mundial de Salud (OMS), Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF), Ministerio de Salud en Perú (MINSA), recomiendan la LM como primera alternativa de alimentación de prematuros, recién nacidos sanos y/o enfermos, desde la primera hora de nacido hasta los dos años (OPS, 2011), y de manera exclusiva hasta los 6 meses, sin ningún otro alimento complementario. Muchos son los beneficios que posee la LM, los autores Gómez, et al

(2019) indican que, los macro y micronutrientes que contiene la LM, como el hidrato de carbono, y los componentes inmunológicos como IgA, protege la mucosa intestinal del lactante, que ayudan a prevenir enfermedades infecciosas, por lo tanto, es el alimento que debe estar presente durante los dos primeros años de vida del ser humano. Un informe de la Organización Mundial de Salud (2019), indica que cada año nacen más de 20 millones de lactantes, con un peso inferior a 2500 g, los cuales presentan mayor riesgo de morbilidad neonatal. Al respecto, mencionan que la alimentación a través de lactancia materna disminuye de manera considerable la tasa de mortalidad neonatal e infantil. Por ello la OMS, recomienda alimentar al recién nacido con leche de su propia madre. Si este último no puede ser posible, debido a algún impedimento de la madre, puede utilizarse leche materna de donantes de los bancos de leche, que sean seguros y asequibles.

En el Perú actualmente solo existen 3 bancos de leche materna, el primero es, el Instituto Nacional Materno Perinatal (INMP), el cual viene recolectando y brindando alimentación con LM a bebés prematuros, recién nacidos, sanos y/o enfermos desde el año 2010 y se mantiene hasta la actualidad. El segundo BLM se implementó en el Hospital Nacional Docente Madre Niño “San Bartolomé” (HONADOMANI SB), y el último se encuentra en el Hospital Regional “El Carmen” (Gómez, et al 2019). Los dos primeros se encuentran en Lima, y el restante en Huancayo. De acuerdo con los autores, coincidimos de que existen muy pocos BLM en el país, de las cuales poco se sabe de su existencia. A excepción de las instituciones públicas no lucrativas, se sabe que no existe un BLM privado, que cumpla con todos los estándares de calidad y sanitario para el correcto abastecimiento de LM a recién nacido. Sin embargo, no podemos dejar de mencionar que existen mercados alternos que comercializan LM, en páginas web. Debido a ello, es necesario que exista un BLM privado que cumpla con todos los requisitos y estándares de calidad durante todo el proceso.

Los resultados de la investigación de los autores, Gómez, et al (2019) muestran las creencias que las madres peruanas tienen acerca de la LM, y la importancia de la existencia de los bancos de LM, como fuente de alimentación de recién nacidos que no pueden ser amamantados directamente por la madre, debido a que no puede producir LM o presenta alguna patología que impide. Tal como se mencionó líneas arriba, más del 50% cree que la LM, el mejor alimento durante los dos primeros años de vida. Sin embargo, la gran mayoría no sabe con certeza los lugares que cuentan con BLM, pero están de acuerdo en que son pocos, y que debería existir más. Esto es importante, para la realización de este proyecto, base en la cual se fundamenta la idea de inversión.

2. Descripción del problema económico

La alimentación con leche materna durante los primeros veinticuatro meses de vida es necesario y primordial para el desarrollo y crecimiento saludable del neonato y/o infante (OMS, 2019). Pero ello se puede ver comprometido, cuando la madre no puede amamantar directamente a su hijo, a causa de algún impedimento que dificulta este proceso, ya sea que no puede producir LM, o debido a otro problema patológico. Ante esta situación que pone en peligro la vida del recién nacido sano y/o enfermo y prematuro, nace la necesidad de encontrar la mejor alternativa para sustituir y cubrir la necesidad de alimento del neonato.

Para responder esta necesidad fundamental, existen dos principales opciones. La primera, es la leche materna de terceras (donante), y lo otro son las fórmulas. Siendo nuestra principal alternativa, tal como lo recomienda la Organización Mundial de Salud, la creación de un banco de leche materna (BLM) que responderá a la necesidad inmediata que el recién nacido debe cubrir.

3. Idea de la inversión

3.1. Análisis Externo

A través del análisis PESTEL, se realizará un análisis de los factores externos que afectan a BANLEMA S.A.C.

3.1.1. Factor Político.

a) Comercialización de sucedáneos.

En el año 1982, la Organización Mundial de Salud aprobó el “Código Internacional de Comercialización de Sucédáneos de Leche Materna y el Reglamento de Alimentación Infantil” con la finalidad de proteger a los lactantes a través de la alimentación segura. Entiéndase por sucedáneos, a todos los alimentos y bebidas que se presentan como sustituto parcial o total de la leche materna, dentro de los cuales se encuentran: fórmulas artificiales o leche en polvo, productos lácteos, jugos, tés, papillas y otros alimentos para la nutrición y desarrollo durante los primeros 2 años.

b) Reglamento para la alimentación infantil.

De acuerdo al Decreto Supremo (1982), en el Perú se aprobó el “Reglamento de Alimentación Infantil”, lo cual posteriormente fue revisada y actualizada , bajo DS N°009-2006-SA donde se establecen las “normas para la comercialización de sucedáneos de LM para la alimentación de niños y niñas durante la primer etapa de vida”, específicamente de 0 a 2 años, con ello promueve la importancia del consumo de LM en los recién nacidos, asimismo, la norma entrega los lineamientos para la comercialización de alimentos sustitutos y complementarios. Ante este código, es fundamental mencionar, que el Perú no existía ningún banco de leche materna pública o privada, en la actualidad existen 3 BLM sin fines de lucro. De acuerdo con los estudios científicos, existe el consenso de que la LM es irremplazable, pero existen bebés que no pueden ser amamantados directamente por la madre, debido a que, no producen LM, o presentan patologías que la impiden alimentar a su hijo.

Haciendo énfasis en el último párrafo, existe una necesidad de alimento que no es cubierta por la madre misma por los casos ya mencionados.

c) Día internacional de la lactancia.

Según la Resolución Ministerial (1993), modificado por la RM N°240-2000-SA/DM se crea un día particular para homenajear y fortalecer la lactancia. Los decretos mencionados, cuentan con el respaldo de la Organización Mundial de Salud y por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Ello como parte de la estrategia de la promoción del consumo de leche materna en niños e infantes, en el cual el MINSA propuso celebrar el día de la lactancia”, que actualmente se celebra en la cuarta semana de agosto.

d) Lactancia materna.

En 1998 en el Perú se fundó la “Red Peruana de Lactancia Materna” una organización no lucrativa, que desde entonces viene realizando actividades que promueven la lactancia y adecuada nutrición de niños y niñas del Perú.

De acuerdo al Decreto Supremo N 018 (2008), se crea la “Comisión Nacional Multisectorial de Promoción y Protección de la Lactancia Materna” para fortalecer el cumplimiento de la lactancia exclusiva de LM durante los primeros 6 meses del recién nacido, y hasta los 2 años en complemento con otros alimentos, como la OMS recomienda. En este mismo año, se conforma una comisión multidisciplinaria de expertos para la elaboración de normas, que tienen la finalidad de promocionar, proteger y apoyar la lactancia, disponiendo obligaciones a los establecimientos a cumplir con el “Código” y “Reglamento de Alimentación Infantil”

e) Disponibilidad de productos biológicos.

Siguiendo al Decreto de Urgencia N°007 (2019) propuesta por el MINSA, en el cual se declara “los medicamentos, productos biológicos y dispositivos médicos como parte esencial del derecho a la salud y se dispone medidas para garantizar su

disponibilidad” (p. 2); esta medida es conveniente y necesario para permitir y facilitar el acceso a productos hecho a base de materia biológica, tales como la leche materna.

f) Pandemia Covid-19.

En marzo del 2020 con la aprobación del Decreto de Supremo N°044-2020-PCM en el cual se declara el aislamiento social obligatorio en todo el territorio peruano, como medida contra el covid-19. El decreto prohíbe la movilización durante el aislamiento, a excepción de casos especiales. Esta medida hizo que muchas empresas dejen de funcionar, por ende, se redujo el empleo, lo cual afectó especialmente a la población de bajos recursos que dependían de un único empleo, o independientes. Tomando en cuenta la nueva realidad, se entregó bonos a aquellos que figuraban como pobre y extrema pobreza. Asimismo, como apoyo a las empresas que por cumplir el con la norma cerraron, el gobierno financió el pago de planillas de sus trabajadores.

Como parte de la reactivación económica, se aprobó los decretos de Urgencia: N°048-2020, medidas para la adquisición de bienes y servicios para el alojamiento en cuarentena, N°029-2020, N°040-2020 y N°049-2020, referidas al financiamiento de las micro y pequeñas empresas, para reducir el impacto de la pandemia.

3.1.2. Factor Económico.

En el 2019 el Producto Bruto Interno Creció 2.16%, las proyecciones del BBVA Research, para el 2020 en ese mismo año apuntaban a un crecimiento del 3.1% del PBI. Este último se verá afectado al finalizar al periodo de acuerdo con las proyecciones de Latin Focus, el cual prevén un crecimiento de solo el 2.8% ello como consecuencia de la pandemia por el que casi todos los países atraviesan en la actualidad. Ello es consistente, debido a que las exportaciones disminuyeron por en

gran medida por el cierre de las fronteras como medida de contención del covid-19, además porque los países en las que antes se exportaba redujeron las importaciones. Sin embargo, para el 2021 se tiene un escenario más optimista, con un pronóstico de 3.4%.

3.1.3. Factor Social.

En los últimos años gracias a las recomendaciones de la Organización Mundial de Salud, al Ministerio de Salud y a los recientes estudios sobre el beneficio de la leche materna, las madres han tomado conciencia sobre la importancia de alimentar a sus hijos exclusivamente con LM en bebés menores 6 meses. Un reciente estudio, sobre creencias de las madres sobre la LM, Gómez et al, (2019) muestran como resultado que el 98% de madres creen que el mejor alimento para un recién nacido es la LM, y el 78% de ellas permitiría que su hijo consuma leche de otra madre. Estos resultados de los autores muestran que las madres están mejor informadas sobre LM, donación y consumo. Sin embargo, hay muchas mujeres que no pueden amamantar directamente a sus hijos, por razones laborales, impedimento patológico u otro, pero existe la necesidad de alimento al niño e infante. Por ello se cree conveniente la creación de un banco de leche materna, como una oportunidad de negocio.

Las mujeres de hoy en día son independientes, muchas de ellas madres solteras, que buscan dar a su o sus hijos una alimentación saludable, particularmente durante los primeros años de vida del recién nacido.

3.1.4. Factor Tecnológico.

La tecnología es un aliado para el desarrollo de cualquier actividad económica. La nueva realidad obliga a la utilización de ellas, para cada proceso productivo, desde la extracción hasta entrega al consumidor final, cuando se trata de productos. Igualmente pasa con el sector que involucra los servicios.

El 2020 es un año particular, el uso de la tecnología creció, debido al aislamiento social obligatorio por la pandemia. Encontramos en la tecnología la mejor forma de comunicar a los clientes y potenciales clientes sobre el producto que BANLEMA S.A.C ofrece, haciendo uso de las principales redes sociales.

3.1.5. Factor Ecológico.

Debido a la creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente, nace una nueva forma de negocio rentable, generando el mínimo impacto negativo, estas son llamadas “empresas B”. Estas empresas, son un nuevo modelo de corporación que utilizan el poder de mercado para solucionar problemas de carácter social y ambiental, operan cumpliendo un alto estándar y transparencia. Para ser una empresa B, se deben considerar en los estatutos, el compromiso de los lineamientos e incluirlo en la misión para cumplir con los estándares, por ende, las decisiones corporativas que se toman no solo tienen la finalidad de dar rentabilidad a los accionistas, sino que también se incluyen intereses de largo plazo para empleados, proveedores, clientes y al medio ambiente. Se diferencian del resto de organizaciones porque generan un triple impacto: tienen el propósito de crear un impacto positivo en la sociedad y el ambiente, tienen responsabilidad con los beneficios de los colaboradores, la comunidad y el medio ambiente, y tienen transparencia en sus acciones.

Las corporaciones denominadas B, nacen como iniciativa de la compañía B Lab cofundada por Jay Coen Gilbert en 2006, con la finalidad de crear condiciones necesarias para que las empresas con vocación sostenible puedan crecer, redefiniendo su sentido de éxito. Para ello es necesario que dichas empresas tengan un propósito con la sociedad y el ambiente; es decir, su para qué, su razón de ser. El éxito de estas empresas no se mide por el nivel de utilidad que alcanzan, sino por cómo su propuesta de negocio integra los beneficios con el efecto en la sociedad y el medio ambiente. Tomando en cuenta las exigencias del cliente y la preocupación por el medio ambiente BANLEMA S.A.C se comprometerá a formar parte de las empresas B.

3.1.6. Factor Legal.

a) Control sanitario de alimentos y bebidas.

En septiembre de 1998 de acuerdo al Decreto Supremo N°007-98-SA (1998) él entonces presidente de la República aprobó un “reglamento sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas”; ello con la finalidad de hacer que se cumpla con la Ley General de Salud N°26842, al respecto, establece los requisitos, procedimientos higiénico-sanitarios sujetos a la producción, comercialización, expendio, y otros, para la venta de bebidas y alimentos, dentro de las cuales, incluye: registro sanitario y certificación sanitaria, y otras normas.

b) Implementación y funcionamiento de bancos de leche materna.

De acuerdo al Decreto Legislativo N°152-MINSA/2019/DIGIESP.V.01 (2019) en la “Norma técnica de salud para la implementación, funcionamiento y promoción de bancos de leche en el Perú”, propuesta por MINSA que estandarizan los procesos requeridos tanto técnicos como operativos para la implementar el funcionamiento y promocionar los bancos de leche materna en el sector público y privado del sector salud para atender íntegramente al niño o niña en la etapa neonatal. La prioridad con la creación de la norma mencionada es reducir la morbilidad y mortalidad neonatal, como menciona la OMS, si todo recién nacido se alimentara con leche materna, se salvarían aproximadamente 820 000 vidas cada año. Hasta el momento no existe una ley que prohíba la comercialización de LM en el Perú, por tal motivo la norma aplica para el sector privado, siempre que se cumplan con los requisitos, que el MINSA establece.

Análisis interno

3.1.7. Análisis de PORTER.

Seguendo a Porter (1979) se sugiere realizar un “análisis de las cinco fuerzas”. Este estudio permite analizar el microambiente en el que se ubica la empresa y el nivel de competencia dentro del sector al que pertenece, es decir el sector de productos biológicos. Este modelo comprende cinco fuerzas importantes que pueden determinar el poder competitivo de la organización, estas son las que se muestran en la figura siguiente:

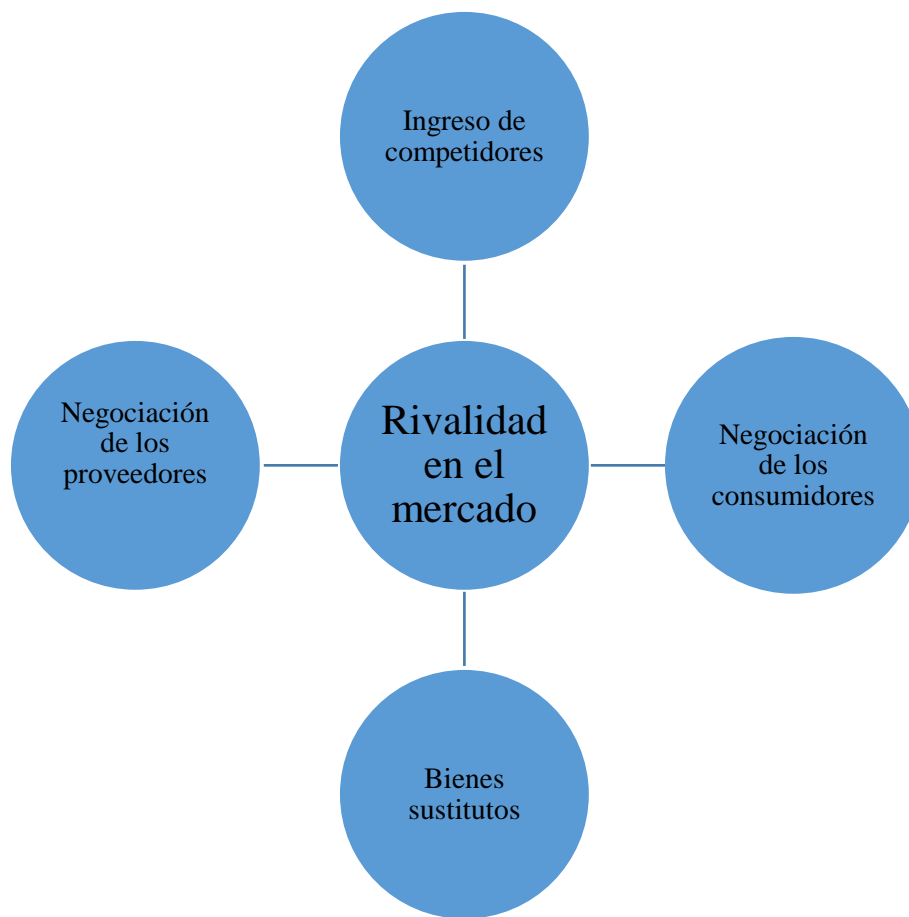


Figura 1: Análisis de Porter de la empresa BANLEMA S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

a. Poder de negociación de los consumidores.

Con relación a los clientes o consumidores se analiza la intensidad de la demanda frente a la oferta de leche materna, esta no tiene sustituto como tal, hay productos sucedáneos, pero no tiene comparación con el valor nutricional del producto biológico que se ofrece, además no hay empresas formales que comercialicen este alimento. Respecto a este último, se puede decir que, el consumidor tiene poder de negociación bajo, ya que este producto es esencial e irremplazable y solo BANLEMA S.A.C. comercializa cumpliendo con todos los requisitos necesarios.

b. Poder de negociación de los proveedores.

El insumo principal que se utiliza es la leche materna como tal, que es suministrada por mujeres que tienen excedentes del mismo. El análisis respecto a este ítem se enfocada en las proveedoras de leche materna, es decir aquellas madres que se encuentran dando de lactar y producen más de lo que sus bebés requieren. Las suministrantes pertenecen a la región Lima. Un análisis del Instituto Materno Perinatal de Lima muestra estadísticas e indican que se logra recolectar aproximadamente 110 litros de leche al mes, esta cantidad corresponde a madres donantes. Al respecto se podría decir que, el poder de negociación de las proveedoras es medio, ya que la única fuente de insumo para nuestro producto biológico es la leche materna que ellas suministran, sin embargo, hay muchas madres que no tienen conocimiento sobre la donación de este alimento, el cual se podría capacitar e incentivar a que lo hagan a cambio de un incentivo económico, siguiendo estrictos controles de la madre y del lactante para no descuidar su alimentación y evitar riesgos que afecten la salud del niño o niña.

c. Amenaza de nuevos competidores.

Actualmente existen tres bancos de leche materna en el Perú sin fines de lucro, estos reciben donaciones del excedente de leche de las madres y las ofrecen gratuitamente a los niños que necesitan. Estudios realizados muestran que la Universidad de Valencia de España está haciendo un proyecto de inversión para que

hospitales de Lima y Cusco puedan contar con bancos de leche materna, pero para realizar este tipo de inversiones se necesita mucho capital, y son inversiones no lucrativas, por lo que es muy poco probable que más inversionistas opten por hacer este tipo de proyectos, entonces concluimos que la llegada de nuevas empresas con la misma propuesta de negocio es baja.

d. Amenaza de productos sustitutos.

Los productos que puedan reemplazar a la leche materna no existen como tal, hay productos sucedáneos que intentan cumplir la misma función alimenticia pero no son lo suficiente beneficiosos para la salud y formación adecuada de un niño menor a seis meses, algunas alternativas a la leche materna son las llamadas leches especiales o fórmulas, que intentan imitar la funcionabilidad de la leche materna.

En el 2017 Jessica Rothstein hizo un estudio en el distrito de Villa El Salvador con una muestra de 214 madres y la mitad de las madres optaba por alternar la lactancia materna con fórmulas a sus bebés, según Jessica de acuerdo con las entrevistas a las madres, ellas alternaban la leche materna con fórmulas porque no tenían lo suficiente leche para alimentar a sus bebés y no encontraban leche materna para comprar.

Entonces podemos decir que la amenaza de productos sustitutos es baja, ya la primera opción es adquirir leche materna, al no haber un mercado formal de esta, recurren a comprar los productos sucedáneos como las fórmulas.

e. Rivalidad entre competidores.

La rivalidad entre empresas competidoras de leche materna es baja, es un negocio aun sin explorar en Perú, ya que solo existen tres bancos, un mercado informal de leche materna, pero sin las condiciones de salubridad necesarias para garantizar la calidad del producto, además los sustitutos de la LM no compensan el valor nutricional que ella posee. En este sentido, BANLEMA S.A.C tiene ventaja de poder ingresar y satisfacer la demanda del producto que ofrece, ya que cuenta con

infinidad de beneficios respecto a los demás existentes. Entonces al no existir alta rivalidad entre los competidores, no hay rivalidad de precios, por ello, la leche materna en el Perú tiene un precio elevado, y aún no hay legislación para regular su precio.

3.1.8. Matriz FODA cruzada y objetivos estratégicos.

Los objetivos estratégicos, se obtuvieron a partir del FODA cruzado, permitirá identificar, las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta BANLEMA S.A.C.

a. Objetivos estratégicos FO.

- Aprovechar que no existen sustitutos directos de LM y ofrecer a un precio que genere mayor rentabilidad.
- Tomar la ventaja de ser la única empresa que comercializa formalmente LM y cubrir la alta demanda de esta en el mercado peruano.

b. Objetivos estratégicos DA.

- Tratar de incrementar las ventas del producto, principalmente en Lima y Callao a través de la modalidad de entrega a domicilio.

c. Objetivos estratégicos FA.

- Aprovechar que el producto no posee sustitutos e imponerse ante sus sucedáneos como la primera opción de compra.

d. Objetivos estratégicos DO.

- Aprovechar la centralización de la venta del producto y atender a toda la demanda de Lima metropolitana, particularmente al sector A y B.

Tabla 1. Matriz FODA de la empresa BANLEMA S.A.C.

	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
MATRIZ FODA	-A1 Decretos que permiten la producción y comercialización de sucedáneos de la leche materna. -A2 Productos sucedáneos más baratos. -A3 Pandemia, aislamiento social -A4 Bajo crecimiento del PBI, economía peruana cae 4.5%	-O1 No hay legislación que regule precios de la leche materna -O2 Alta demanda de consumo de leche materna -O3 Público objetivo es de clase social A y B. -O4 Proyecciones al 2021, indican que la economía peruana crecerá 5.2%
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FO
-F1 No cuenta con sustitutos directos -F2 Única empresa en vender el producto formalmente. -F3 Producto biológico que contienen macro y micro nutrientes fundamental	-(F1, A2) Aprovechar que no existen sustitutos cercanos e imponerse ante sus sucedáneos, como la primera opción de compra.	-(F1, O1) Aprovechar que no existen sustitutos y ofrecer a un precio que genere mayor rentabilidad.

para el desarrollo y crecimiento del lactante. -F4 Único producto alimenticio que satisface completamente las necesidades nutricionales de un niño o niña.	-(F4, A3) Usar entrega a domicilio para la venta del producto y satisfacer las necesidades alimenticias de los lactantes.	-(F2, O2) Tomar la ventaja de ser la única empresa que vende formalmente leche materna y cubrir la alta demanda de esta. -(F3, F4, O3) Implementar estrategias para que el producto biológico sea aceptado por la clase social A y B.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS DO
-D1 Poca experiencia en el mercado -D2 No hay diversificación de productos -D3 Centralización, solo ventas en Lima	-(D3, A3) Tratar de incrementar las ventas de productos en Lima y Callao realizando servicio de entrega a domicilio.	-(D3, O2, O3) Aprovechar la centralización de la venta de nuestro producto y atender a toda la demanda de Lima, principalmente al sector A y B.

Fuente: *Elaboración propia*

3.2. Análisis industrial.

La industria de productos biológicos específicamente de leche materna, prácticamente pertenece a un oligopolio, pues es un mercado casi no explorado y solo pocos realizan negocios con la leche materna y sus sucedáneos, pero este mercado tiene mucha demanda la cual aún no es cubierta, por falta de productos de calidad que ellos requieren, de este modo hay un gran atractivo por hacer negocio en este tipo de mercado, la Organización Mundial de Salud está trabajando con UNICEF para promover políticas favorables para fomentar el consumo de leche materna en niños menores a seis meses, afirma que “leche materna es el mejor alimento para los niños”.

Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (2013) indica que Perú ocupa el primer puesto en lactancia materna en América Latina y el Caribe, esto significa que hay una alta disposición por parte de las madres al darle como alimento al niño leche materna.

4. Formulación de Alternativas

El consumo de leche de calidad en los lactantes es necesario en el Perú, puesto que este alimento es indispensable para su supervivencia, si el lactante no consume su alimento, es decir la leche, tiene riesgos de contraer enfermedades, incluso perder la vida, así que es de mucha importancia y esencial que consuma leche para evitar problemas de salud, hay madres o apoderados que buscan la mejor alternativa para alimentar a su lactante. De esta forma hay una oportunidad de negocio, que no solo genera rentabilidad, si no también beneficia a muchas personas generando trabajo, entonces podemos darnos cuenta de que todas las partes involucradas son beneficiadas, de esta manera se generaría un nuevo mercado el cual sería un aporte a la economía de la región y del país.

No obstante, aún se presenta la duda de que leche se debe adquirir para alimentar a los lactantes, ante esto se presenta dos posibles alternativas:

4.1. Fórmulas

a) Beneficios

- Mayor comodidad para la madre o apoderado, cualquier persona que esté a cargo puede alimentar al lactante.
- La madre que dará de lactar no tiene que cuidarse por consumir los alimentos adecuados para mejorar su salud.
- Tomas menos frecuentes, ya que su concentración de esta hace que se digiera con mayor lentitud.

b) Riesgos

- La principal desventaja de las leches artificiales o fórmulas es que no contienen suficientes propiedades para el lactante, tales como sustancias inmunológicas y hormonas de crecimiento.
- Son complementos para la dieta de un lactante después de consumir la leche materna.

4.2. Leche materna.

a) Beneficios

Según la Organización Mundial de la Salud (2019) “la leche materna contiene todos los nutrientes necesarios que el lactante necesitan en sus primeros meses de vida, y también sigue cubriendo las necesidades nutricionales del niño durante el segundo semestre de vida, y hasta un tercio durante el segundo año”; lo cual entrega todos los nutrientes para el recién nacido obtenga lo necesario para su desarrollo y crecimiento.

De acuerdo con la OMS (2019) la leche materna permite el desarrollo sensorial y cognitivo del lactante, protegiéndole de posibles enfermedades crónicas e infecciosas.

- Previene la defunción por infecciones estomacales.
- Evita infecciones al oído.

b) Riesgos

Las madres deben gozar de buena salud. Caso contrario podrían transmitir alguna enfermedad al lactante.

5. Matriz de Decisión de alternativas

5.1. Método Jerárquico Analítico

Saaty (1980) desarrolló el MJA, el cual fue diseñado para ayudar en el proceso de la toma de decisiones, en situaciones en la que, las ideas, sentimientos, y emociones de lo decisores que afectan al proceso, se cuantifican para obtener una escala numérica, con la cual se prioriza las alternativas (en nuestro caso, un proyecto de inversión), para una correcta elección.

Elección del proyecto de inversión por el MJA

Entre 3 principales ideas de inversión propuesta por los 3 socios. Se decidió evaluar por el MJA, siguiendo la determinación de criterios propuesto por, Saaty (1980). Las alternativas a evaluar son: “elaboración y venta de leche de vaca”, “producción y venta de fórmulas para bebé”, “creación de un banco de leche materna”.

Los socios fundamentan la elección en 2 criterios importantes, la necesidad del mercado (NM, en adelante) y facilidad de acceso a información (FI, en adelante). En donde por voto unánime coinciden que, el primer criterio es 5 veces más importante, que el acceso a información, por lo cual se asigna un peso aproximado

de 83%, y al segundo, 17 %. Siguiendo el criterio MJA, se desarrolla un proceso sistemático, para evaluar las 3 alternativas.

Tomando en cuenta que, NM es 5 veces más importante que FI. Entonces, el segundo criterio es igual a $\frac{1}{5}$ de NM. Viene dado por:

$$5x\frac{1}{5} = 1 \approx 100\%$$

Se dividen cada entrada de las columnas mencionadas para obtener la matriz normalizada según fórmula.

Comenzamos en jerarquía superior ligada a NM y FI. En la lógica de los decisores, “NM” es mucho más importante que “FI”, en consecuencia $a_{21} = 5$ (2 es la fila de ubicación, y 1 la columna) y $a_{12} = \frac{1}{5}$ (1 es la fila, y 2 la columna), tal como se describe a continuación.

$$A = \frac{LI}{NM} \begin{pmatrix} LI & NM \\ 1 & 1/5 \\ 5 & 1 \end{pmatrix}$$

De acuerdo con Saaty (1980) los pesos relativos de NM y LI se determinan normalizando “A” que forman una nueva matriz N, al dividir cada elemento entre una columna y la suma de la columna. Por lo tanto, dividimos los elementos de la columna 1 entre 6 (suma de 1+5) y la columna 2 entre 1.2 (1/5+1). Los pesos relativos (P) se calculan como promedio de la fila.

$$N = \frac{LI}{NM} \begin{pmatrix} LI & NM \\ 0.17 & 0.17 \\ 0.83 & 0.83 \end{pmatrix} \quad \begin{aligned} pLI &= (0.17 + 0.17)/2 = 0.17 \\ pNM &= (0.83 + 0.83)/2 = 0.83 \end{aligned}$$

Las preferencias, respecto a la importancia relativa de las 3 alternativas de inversión, tomando en cuenta los criterios NM y LI, quedan resumidos en el siguiente cuadro:

- LV tiene 5 veces más facilidad de información que BL, y FB tiene 2 veces más facilidad de información que BL.
- La necesidad de mercado para BL es 5 veces más que FB, y LV es 2 veces más que FB.

Tabla 2. Alternativas de inversión

Alternativas	Puntaje según preferencia de los decisores	
	Facilidad de acceso a información (FI)	Necesidad del mercado (NM)
Banco de Leche Materna (BL)	1	5
Fórmula para bebé (FB)	3	1
Leche de Vaca (LV)	5	2

Fuente: Elaboración propia

El siguiente paso, es comparar las alternativas, para ello se realiza las matrices de comparación

$$A_{FI} = \begin{matrix} & \begin{matrix} BL & JM & AL \end{matrix} \\ \begin{matrix} BL \\ FB \\ LV \end{matrix} & \begin{pmatrix} 1 & 1/3 & 1/5 \\ 3 & 1 & 1/3 \\ 5 & 3 & 1 \end{pmatrix} \end{matrix}; A_{NM} = \begin{matrix} & \begin{matrix} BL & JM & AP \end{matrix} \\ \begin{matrix} BL \\ FB \\ LV \end{matrix} & \begin{pmatrix} 5 & 1 & 4 \\ 1 & 1 & 1 \\ 1/4 & 1 & 1/5 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

Sumando las columnas de cada criterio

sumas de las columnas $A_{FI} = 9, 4.33, 1.53$

suma de las columnas $A_{NM} = 6.25, 3, 5.2$

Al dividir cada entrada de una columna entre la suma de la columna respectiva, se obtienen las matrices normalizadas.

$$A_{FI} = \begin{matrix} & \begin{matrix} BL & FB & LV \end{matrix} \\ \begin{matrix} BL \\ FB \\ LV \end{matrix} & \begin{pmatrix} 0.11 & 0.08 & 0.13 \\ 0.33 & 0.23 & 0.22 \\ 0.56 & 0.69 & 0.65 \end{pmatrix} \end{matrix} \quad \begin{aligned} N_{FIbl} &= \frac{0.11+0.08+0.13}{3} = 0.11 \\ N_{FIfb} &= \frac{0.33+0.23+0.22}{3} = 0.26 \\ N_{FIlv} &= \frac{0.56+0.69+0.65}{3} = 0.63 \end{aligned}$$

$$A_{NM} = \begin{matrix} & \begin{matrix} BL & FB & LV \end{matrix} \\ \begin{matrix} BL \\ FB \\ LV \end{matrix} & \begin{pmatrix} 0.8 & 0.33 & 0.77 \\ 0.16 & 0.33 & 0.19 \\ 0.04 & 0.33 & 0.04 \end{pmatrix} \end{matrix} \quad \begin{aligned} N_{NMlv} &= \frac{0.8+0.33+0.77}{3} = 0.63 \\ N_{NMfb} &= \frac{0.16+0.33+0.19}{3} = 0.23 \\ N_{NMbl} &= \frac{0.04+0.33+0.04}{3} = 0.14 \end{aligned}$$

Matriz de evaluación de la mejor alternativa de inversión de acuerdo con el MJA

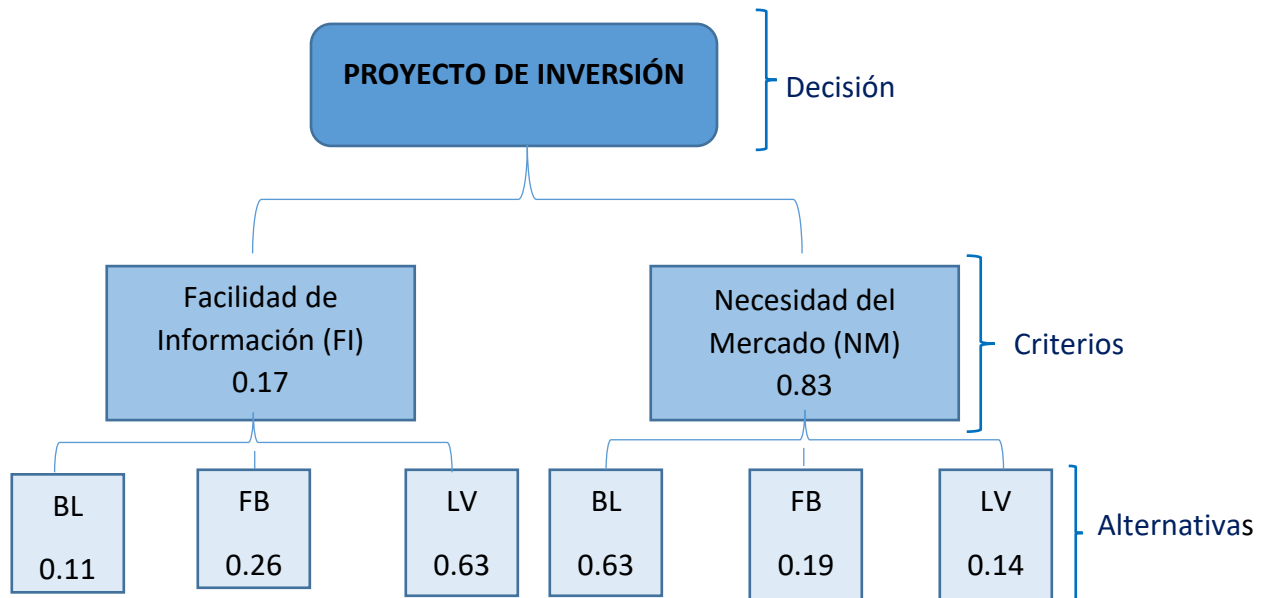


Figura 2. Matriz de evaluación de la mejor alternativa de inversión de acuerdo con el MJA de la empresa BANLEMA S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

$$BL = 0.17(0.11) + 0.83(0.63) = 0.5416 \approx 54.16$$

$$FB = 0.17(0.26) + 0.83(0.19) = 0.2351 \approx 23.51$$

$$LV = 0.17(0.63) + 0.83(0.14) = 0.2520 \approx 25.20$$

Siguiendo a Saaty (1998) la mejor decisión para elegir un proyecto, tomando en cuenta los criterios de, facilidad de información (FI) y la necesidad de mercado (NM), la alternativa resultante con mayor puntaje es el Banco de Leche Materna (BL), con 54% de aprobación. Es importante recalcar, que el segundo criterio es 5 veces más importante que el primero, de acuerdo con los decisores.

5.2. Matriz de evaluación de alternativas

Esta matriz nos permitirá elegir la mejor alternativa, los criterios que serán evaluadas las dos alternativas son: beneficios, bajos riesgos, rápida eficacia, potencial innovación, además su nivel de puntuación será de 1 a 5, siendo 1 el más bajo nivel de puntuación y 5 el mayor.

Tabla 3. Matriz de decisión de alternativas

Alternativas	Beneficios	Bajos riesgos	Rápida eficacia	Total
Fórmulas	2	3	3	8
Leche materna	5	4	4	13

Fuente: Elaboración propia

Nota: entre las fórmulas y la leche materna, se optó por la segunda opción porque obtuvo el mejor resultado según los criterios de evaluación.

Utilizando los dos métodos de evaluación, la mejor alternativa para un proyecto de inversión es la creación de un banco de leche.

6. Justificación de la Inversión

El proyecto de inversión con la propuesta de crear un Banco de Leche lucrativo está destinado a generar rentabilidad satisfaciendo la necesidad de los bebés y niños lactantes consumir la leche materna ya que es un producto que no puede ser reemplazado por otro, en los distritos de Lima. El presente proyecto será financiado en el 100% por capital propio de los accionistas. Asimismo, tomando en consideración la matriz de decisiones anteriormente analizado y analizando criterios tales como: la facilidad de información (FI) y la necesidad de mercado (NM), en donde el segundo criterio es 5 veces más importante que el primero, de acuerdo con los socios.

Existen casos en los que la producción de leche es insuficiente; por otro lado, también ocurren casos en que las madres padecen un exceso de leche, preocupación por la lactancia ha nacido la idea de ofrecer un producto biológico de alto contenido nutricional irremplazable por cualquier otro producto que atienden la necesidad de los bebés y niños lactantes consumir un producto sin igual; ello, permite que este también sea un producto de interés social por no ser tan común su oferta y de esta manera tenga acogida por el público objetivo.

7. Diseño de la Superestructura

7.1. Nuestra Misión

Ser un banco de leche materna reconocido por la función que ejerce en la sociedad al abastecer de un recurso tan necesario para el desarrollo y crecimiento saludable de los bebés, brindando además garantía de la calidad del alimento ofrecido.

Brindar leche materna pasteurizada, cumpliendo con los requisitos exigidos para el buen desarrollo y nutrición del neonato.

7.2. Visión

Ser un banco de leche materna reconocido en la región latinoamericana, debido al compromiso que deseamos lograr disminuir la malnutrición y nivel de mortandad en los bebés.

Ser un banco reconocido por la labor de mejorar el desarrollo del neonato y disminuir la desnutrición o malformación debido a la falta del alimento indispensable de un bebe, la leche materna.

7.3. Nuestros Valores

7.3.1. Compromiso:

Entendemos la importancia de este alimento tan necesario para un bebé, por ello como empresa y como un banco de leche materna nuestro compromiso con la sociedad y con nosotros mismos es mejorar el desarrollo de los futuros miembros activos de esta sociedad con un alimento tan necesario como lo es la leche materna.

7.3.2. Calidad:

Debido a la importancia de este recurso, buscamos ofrecer lo mejor de nosotros para el buen desarrollo del bebé, y por ello, utilizaremos y buscaremos brindar los mejores estándares de calidad en la leche materna que ofreceremos a nuestros clientes.

7.3.3. Pasión:

Por la importancia del negocio y del producto contamos con un amor hacia la empresa y el producto que otorgamos, porque además de verlo un simple producto, el producto en sí para nosotros es vida, esperanza, desarrollo y mucho más, porque ayudamos al desarrollo de un ser, de alguien que puede tener una calidad de vida y de alguien que puede hacer mucho por el país y por la sociedad, debido a la buena nutrición desde sus primeros días de vida.

7.4. Formulación de la estrategia

La empresa busca crear una base fuerte desde un inicio, por lo que tiene claro el punto al cual desea llegar y como llegar a ello, por lo que se respaldara en tres pilares

7.4.1. Calidad.

Al ser la leche materna un producto esencial para un recién nacido, o un bebé, la empresa buscará obtener la mejor calidad en la leche que ofrecerá a sus clientes, pero cómo buscar esta calidad, esta calidad estará dirigida a que la leche obtenida de las madres que nos puedan proveer de sus excedentes cuente con parámetros aceptados de manera nutricional, pues es parte de la nutrición del bebé, además de que tiene que contar con un respaldo de análisis que no presente patógenos y cuente con la calidad necesaria para ser de un gran valor nutricional para el bebé.

7.4.2. Desarrollo.

La empresa además tiene como criterio de mejora, buscar nuevos implementos o métodos para mejorar la calidad del producto a ofrecer, pues nuestro cliente final es parte de la creación más hermosa de este mundo, por lo que buscará mejoras en la tecnología requerida para el proceso, además de abarcar nuevos mercados.

7.4.3. Confianza.

Este último pilar se fundamenta en base a la experiencia obtenida por los clientes y en base a comentarios de retroalimentación de los clientes, mediante los cuales se buscará plasmar la calidad del producto y la mejora que desea la empresa en su proceso de evaluación del producto para la oferta, que demostrará el compromiso de cada uno con el producto y la confianza de querer brindar un nutriente tan necesario para el desarrollo del bebé.

8. Planeamiento por áreas de negocio (Planeamiento de la estructura)

8.1. Aspectos Legales

En este aspecto es necesario alinearse al requerimiento de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) para la creación o constitución de empresas, en donde definiremos el nacimiento de una persona jurídica.

8.1.1. Búsqueda y reserva del nombre

Para la búsqueda ingresamos al portal web de la SUNARP y realizamos la búsqueda de personas jurídicas inscritas con el nombre de la empresa que deseamos constituir, BANLEMA SAC este proceso es gratuito vía web.

BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS

CRITERIO DE BÚSQUEDA

1.- Razón o Denominación:

2.- Siglas:

Buscar
Limpiar

Figura 3. Búsqueda de personas jurídicas inscritas
Fuente: SUNARP (2020)

Luego de realizar la búsqueda y corroborar que no exista alguna persona jurídica con la razón social que deseamos para constituir la empresa procedemos a realizar la reserva de nombre para persona jurídica.

SOLICITUDES >> Solicitud de Inscripción >> Reserva de Preferencia Registral Paso 1 de 3

[Ver Consejo]

RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA (seleccionar el que corresponda)

Constitución Modificación de Estatuto

DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL cuya reserva solicita

Sólo se admite hasta 250 caracteres en Razón Social o Denominación y 100 caracteres para la Denominación Abreviada

Denominación Razón Social

TIPO DE PERSONA JURÍDICA

*

DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA

Departamento * Provincia *

Figura 4. Reserva de nombre para personas jurídicas.

Fuente: SUNARP (2020)

Este proceso tendrá un costo de 20 nuevos soles.

NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA

Nro.	APELLIDO PATERNO / DENOMINACION / RAZON SOCIAL	APELLIDO MATERNO	NOMBRES	TIPO DOC	NUM DOC
<input type="button" value="Nuevo"/> <input type="button" value="Borrar"/>					

DATOS DEL SOLICITANTE (Presentante)

Apellido Paterno: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>	Apellido Materno: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>	Nombres: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>
Tipo Documento: <input style="border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Selec."/>	Número de Documento: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>	
Correo Electrónico: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>	Dirección Completa: <input style="width: 95%;" type="text" value=""/>	
Operador Celular: <input style="border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Seleccionar"/>	Número de Celular: <input style="width: 90%;" type="text" value=""/>	

DATOS DE PAGO

Monto : S/ 20.00 nuevos soles.

Con el formato de presentación que aparecerá al presionar el botón continuar, apersónese a la Oficina Registral correspondiente al domicilio de la persona jurídica para presentarlo y efectuar el pago correspondiente

FORMA DE PAGO

EN EFECTIVO EN LA OFICINA REGISTRAL

Figura 5. Llenado de la ficha de inscripción para la reserva de denominación de PJ.
Fuente: SUNARP (2020)

8.1.2. Elaboración de la minuta.

En este apartado se realizará la formalización de la empresa creándola ante un notario que dará las directrices para poder crear la minuta estableciendo el nombre de la empresa, tipo de actividad económica, tipo de sociedad, aporte de capital, socios o accionistas, entre otros.

Para nuestra minuta nos guiaremos de los modelos propuestos por SUNARP.

5	Formato de Minuta SAC con directorio aporte bienes	
6	Formato de Minuta SAC con directorio efectivo	
7	Formato de Minuta SAC sin directorio aporte bienes	
8	Formato de Minuta SAC sin directorio efectivo	

Figura 6. Modelos de minuta

Fuente: SUNARP (2020)

8.1.3. Elevación a escritura pública e inscripción en el registro de personas jurídicas de la SUNARP.

Luego de elaborar la minuta, llevamos el documento y elevamos a escritura pública ante un notario, luego se lleva el documento a SUNARP y se procede a crear un asiento de registro e inscripción de la empresa como persona jurídica.

ANEXO N°2 de la Resolución del Superintendente Nacional de Registros Públicos N° 268
 2019-SUNARP/SN TASAS REGISTRALES PARA SERVICIOS NO PEDIALES

DERECHOS		PORCENTAJE UIT	TASA ACTUAL
CALIFICACIÓN			
Comprende la presentación, calificación del título y búsqueda de antecedentes registrales previos a la inscripción de cada acto o contrato referente a:			
REGISTRO DE PROPIEDAD INMUEBLE (NO PREDIAL), Y REGISTROS JURÍDICOS DE BIENES.			
1	Inmatriculación o primera de dominio.	1.5	45
2	Independización y acumulación con apertura de nueva partida registral.	0.36	15
3	Actos secundarios.	0.24	10
4	Inmatriculación de buques.	1.79	77
5	Primera de dominio de embarcaciones pesqueras.	3	129
6	Fideicomiso	0.24	10
7	Actos secundarios de embarcaciones pesqueras.	0.6	26
8	Actos o contratos de registro público de minería.	3.3	142
REGISTRO COMO PERSONA JURIDICA			
Constitución de personas jurídicas		0.6	26
Creación de sociedades, empresas individuales de responsabilidad limitada y sociedades civiles.		1.08	46

Figura 7. Costo de registro de persona jurídica

Fuente: SUNARP (2020)

Cada periodo de tiempo el costo de UIT se modifica, SUNARP (2020) expresa que “teniendo un costo de 1.08% de 1 UIT, además de 3/1000 del capital social de la empresa es el derecho de constitución de una persona jurídica”. De este modo los valores varían, es importante tomar en cuenta dichos detalles previa constitución empresarial.

8.1.4. Licencia de funcionamiento.

De acuerdo con el domicilio fiscal de la empresa se procederá a realizar un permiso o licencia de funcionamiento siguiendo los lineamientos del municipio del distrito en donde se ubica el establecimiento.

8.2. Aspectos Tributarios

De acuerdo a que se realizarán transacciones de un bien, comercio, tenemos que pagar impuestos ante la SUNAT, por ello crearemos nuestro Registro Único al Contribuyente para poder estar formales.

8.2.1. Inscripción ante SUNAT

De acuerdo con SUNAT (2019) se requiere una copia literal de la empresa constituida con antigüedad no mayor a 30 días calendario, DNI del representante legal y un documento que conste la dirección con la cual la empresa tendrá el domicilio fiscal (PU-HR, Recibo de servicios de la propiedad donde se establecerá la empresa)

Con estos documentos se presenta nuestro registro para la obtención del RUC, al ser culminado se nos entregará el sobre con nuestro usuario y clave sol.

8.2.2. Clave sol.

Al haber realizado la inscripción en las oficinas de SUNAT, se nos brindará el usuario y la clave para poder ingresar a la plataforma de SUNAT donde se contará con nuestros reportes tributarios, Essalud y otros.

Figura 8. Menú Sol
Fuente: SUNAT (2020)

8.2.3. Régimen tributario.

El régimen al cual nos incluimos es el Régimen MYPE tributario, debido a que por el rubro debemos disponer diversidades de activos, por lo que este régimen no nos acondiciona a un monto de activos máximo, como lo hace el régimen especial, y además que este régimen nos brinda mayores beneficios que el régimen general.

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Figura 9. Regímenes tributarios

Fuente: GOB.PE Plataforma digital del estado peruano.

8.3. Aspectos Laborales

8.3.1. Contrato.

Como empresa buscamos personas idóneas para los puestos requeridos, pues estamos trabajando con un producto que además de ser de vital importancia para

un bebe, representa la pasión de cada uno de nosotros, por lo que deseamos brindar un salario acorde a la labor que desempeña cada trabajador, generar un buen clima y el compromiso de ambas partes (BANLEMA SAC y trabajadores), por lo que nos basaremos en una relación laboral respaldada por un contrato laboral, de acuerdo a ley.

Por lo que nuestros contratos laborales serán de plazo fijo, pues además de seleccionar al personal idóneo deseamos que estos se sientan respaldados por nosotros para que trabajen de la mejor manera, por lo que les brindaremos un contrato de 5 años, esperando que con la experiencia ganada sigan siendo parte y se sientan familiarizados con la empresa.

8.3.2. Salario.

Respecto a los salarios, como empresa somos conscientes que requerimos de personal con experiencia y nos regiremos al valor del mercado, pues requerimos personal profesional que requerirá de conocimientos químicos, nutricionales, enfermeras capacitadas debido al sector productivo que estamos emprendiendo, por lo que nuestros trabajadores serán remunerados de acuerdo al mercado, asimismo debido al régimen tributario en el cual nos encontramos solo estamos obligados a pagar 12 sueldos, pero analizaremos la situación brindaremos soluciones para que el trabajador se sienta cómodo.

8.3.3. Jornada de trabajo.

Todo trabajador tendrá un horario laboral de 8 horas diarias y 48 semanales, el cual está respaldado de acuerdo con ley y supervisado por el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

8.3.4. Vacaciones.

Como empresa al estar en el REMYPE, tenemos la obligación de brindar 15 días de vacaciones al año, estos 15 días estarán a disponibilidad del empleado para que

pueda distribuirlos de la manera más idónea como lo considere, igual coordinando con BANLEMA SAC para encontrar un reemplazo temporal en sus días de descanso.

8.3.5. Sistema de pensiones.

El trabajador al momento de firmar contrato tendrá el derecho de decidir si pertenecer a un sistema privado de pensiones o al organismo nacional de pensiones, los cuales se encuentran en un promedio de 13% respecto a su remuneración mensual que percibirán.

8.3.6. Seguro social de salud.

En este caso al ser una microempresa y estar en el régimen REMYPE, brindaremos a todos nuestros trabajadores el Seguro Integral de Salud, el cual como empresa pagaremos 15 soles por trabajador contratado, o en caso de acuerdo por condiciones de contrato el pago del 9% por ESSALUD.

8.4. Aspectos Técnicos

La leche materna es un producto biológico; por ello, para su producción es necesario brindarle un especial cuidado desde su extracción hasta la obtención y distribución del producto final. Asimismo, para la obtención de la leche materna es necesario cumplir con los lineamientos estandarizados establecidos por el Ministerio de Salud, la cual establece procesos que se deben desarrollar de forma obligatoria. En el proceso de obtención de la leche materna el componente más importante será el especial cuidado al momento de extraer la leche materna; para ello, las madres con excedentes de producción de leche materna y que nos posicionarán la leche llamaremos “suministrantes”. La suministrante debe cumplir con los requisitos establecidos y seguir los pasos dados por la entidad para garantizar los estándares de calidad.

8.4.1. Requisitos para ser suministrante de Leche Materna

En principio puede suministrarnos de leche materna cualquier madre sana que esté amamantando satisfactoriamente a su hijo y que desee extraerse la leche para venderla. Para ello, se deben cumplir una serie de requisitos:

- Lactancia bien establecida; es decir, que esté garantizado el aporte suficiente de leche materna a su propio hijo.
- Tener un estilo de vida saludable; es decir, la suministrante no debe consumir alcohol, no debe fumar, ni consumir otros productos tóxicos.
- Estilo de vida saludable; es decir, no padecer de ninguna enfermedad crónica o infecciosa que contamine el producto biológico.

8.4.2. Pasos para suministrarnos de leche materna:

- PASO 1:

Contactar con el laboratorio a cargo de la recolección de leche para una entrevista con el personal. en la cual, se le realizará un cuestionario; ello, sirve para conocer el estado de salud y detectar algún tipo de enfermedades, infecciones, hábitos tóxicos, consumo regular de alimentos y el estado de la lactancia.

- PASO 2:

Es necesario firmar un consentimiento para hacer un análisis de sangre, la cual se realizará, para determinar y descartar la presencia de alguna infección por hepatitis B, hepatitis C o VIH.

- PASO 3:

De no encontrarse algún incumplimiento con los requisitos y luego de descartarse algún tipo de infección, la suministrante y la entidad acordaran de forma personalizada el acuerdo; en donde, se establece el monto y el periodo a suministrar y algunas condiciones adicionales en que se pudieran discrepar para garantizar la transparencia del contrato.

- PASO 4:

Las ahora suministrantes reciben instrucciones detalladas verbalmente y por escrito sobre cómo realizar la extracción de leche y cómo conservarla de la manera más adecuada.

- PASO 5:

Se les proporciona un extractor de leche electrónico, envases para recolectar y almacenar la leche materna, etiquetas para identificar a la suministrante y una guía con las indicaciones para realizar debidamente el proceso.

La leche será extraída por la propia suministrante; la cual podrá ser en su propio domicilio según las indicaciones recibidas por el personal a cargo o en el mismo laboratorio; si la extracción se realiza en su domicilio debe almacenarse en su congelador doméstico a -20 grados centígrados en los envases proporcionados hasta que sea transportada al respectivo laboratorio. Las mismas suministrantes pueden traer la leche en bolsas isotérmicas y acumuladores de frío para mantener la cadena de frío. Lo recomendable es que 15 días antes de su obtención sea transportada congelada al mismo laboratorio. La cantidad para suministrar debe ser de acuerdo a la capacidad de proporcionarnos leche la suministrante y durante un periodo concreto; según lo pactado en el contrato. Si en el periodo de abastecimiento la suministrante sufriera algún tipo de enfermedad es necesario informar al laboratorio su problema de salud y precisar el problema en donde sea necesario medicación, de saber el laboratorio podría tomar en cuenta la suspensión del suministro y/o se cancela el contrato, en definitiva.

Tabla 4. Materias primas

Materia prima	Cantidad (ml)
Leche Materna	150
Total	150

Elaboración Propia

8.4.3. Estudio tecnológico:

El estudio tecnológico que se realizó en la empresa BANLEMA S.A.C van a permitir determinar qué máquinas se va a utilizar en la obtención de la leche materna y con esto se podrá determinar los costos de producción.

1.8.4.1.1 Características de las instalaciones y equipo

a. Selección de la maquinaria y equipos

- Refrigerador de laboratorio:

Sirve para el almacenamiento seguro de leches maternas en el laboratorio a temperaturas frías entre +4°C y +15°C con múltiples controles.



Capacidad:

Mín.= 200 l (52,8 gal)

Máx.= 223 l (58,9 gal)

Rango de temperatura:

Mín.= 0 °C (32 °F)

Máx.= 15 °C (59 °F)

Características:

Con ruedas

Con descongelación automática

Material:

Acero inoxidable

Puerta de cristal

Tensión de red = 195-230 V/50

Hz.

Nevera entre +0/+15°C y está ajustada a +4°C

Figura 10: Refrigerador de laboratorio para leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Medicaexpo (2020)

- **Congelador para leche materna:**

El congelador proporciona la oportunidad de almacenar entre -5°C /-30°C. Además, el aislamiento del congelador está provisto de un material de poliuretano de alta densidad.



Rango de temperatura:

Máx.: -5 °C (23 °F)

Mín.: -25 °C (-13 °F)

Capacidad:

Máx.: 207 l (54,7 gal)

Mín.: 180 l (47,6 gal)

Características:

Con ruedas

Con descongelación automática

Composición:

Acero inoxidable, con 1 puerta

Figura 11. Congelador de leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Medicaexpo (2020)

- **Pasteurizador de leche materna automático:**

Sirve para facilitar la retención de los factores inmunológicos que de otro modo serían destruidos por los tratamientos a altas temperaturas e incluso puede eliminar el VIH.



Dispositivo = completamente automático.

Pasteurización = sin agua controlada electrónicamente de la leche materna.

Técnica: en seco elimina los riesgos de transmisión de gérmenes al recién nacido.

Bloques de calentamiento independientes permiten elegir entre una pasteurización de hasta 14, 28 y 42 botellas.

Capacidad máxima de leche pasteurizada de 10 l en biberones de 240 ml. 60ml, 130ml y 240ml pueden ser pasteurizados en el mismo ciclo.

ciclo de pasteurización total, incluidos los procesos de calentamiento, pasteurización y enfriamiento, con 3 bloques, dura aproximadamente 2 horas.

Figura 12. Pasteurizador de leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Medicalexpo (2020)

- **Analizador de densidad:**

Se utiliza como guía de separación de la LM de la leche postrera de alto contenido en lípidos y calorías para acelerar el aumento de peso en los bebés de peso

extremadamente bajo al nacer. Esto es útil para los bancos de leche materna, lo cual permite medir el contenido de grasa de muestras de leche materna.



Uso = Para leche materna

Configuración = Portátil

Muestra: Crematocrito

Calorías por onza, Calorías por 100ml

Centrifugación = 3 min.

Operación = silenciosa de susurros pequeño.

Figura 13. Analizador de densidad

Nota: Imagen referencial

Fuente: Medicaexpo (2020)

- **Máquina de lactancia bomba extractora:**

Sirve para extraer la leche materna; es decir, facilitar la extracción y mantiene la LM fresca; incluso lo protege de posibles infecciones.



Marca = Vakey

Peso = 0.54432 kg

Dimensiones:

Longitud = 21.082 cm

Ancho = 14.986 cm

Altitud = 11.684 cm

Descripción = Construido con material de grado médico 100% libre de BPA (Bisfenol A).

Figura 14. Bomba extractora de leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Ebay (2020)

- **Bolsas para almacenar leche materna:**

Sirve para almacenar y mantener en estado frio a la leche.



Modelo = S4005-IT

Tipo = Bolsas de almacenamiento

Género = Unisex

Dimensiones:

Alto = 0.15cm

Ancho =0.11cm

Profundidad = 0.05cm

Edad mínima recomendada = Recién nacidos

Peso máximo de usuario = 0.214 kg

Figura 16. Bolsa para almacenar leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Falabella (2020)

- **Contenedor de leche materna:**

Sirve para almacenar leche materna. Además, se puede guardar la leche materna en el refrigerador o en el congelador.



Capacidad = 180 ml

Paquete x 4 envases = S/.29

Etapas del desarrollo = 0 a 6 meses

Diseño = fácil de armar, fácil de limpiar
y de cuello ancho

Figura 17. Contenedor de leche materna

Nota: Imagen referencial

Fuente: Mercado Libre (2020)

- Guantes quirúrgico:

Sirve como medida de seguridad imprescindible en el ámbito de la salud, la alimentación y la industria, con el fin de evitar la contaminación bacteriana y el transporte de contaminantes.



Figura 18. Guantes quirurgicos

Nota: Imagen referencial

Fuente: Mercado Libre (2020)

- **Mascarillas quirúrgicas**

Sirve para proteger al paciente de transmisión desde el equipo quirúrgico. Además, protege al equipo quirúrgico de salpicaduras de fluidos potencialmente contaminados y protege al equipo médico y de enfermería de agentes infecciosos presentes en el ambiente.



Marca = Face Mask

Material = Polipropeno

Paquete x 50 = S/.70

Pliegues = 3 capas

Figura 19. Mascarillas quirúrgicas

Nota: Imagen referencial

Fuente: Scentmatic (2020)

b. Proceso de obtención de la leche materna

El proceso que se llevarán a cabo en nuestro laboratorio de leche materna para recolectar, procesar y distribuir el presente producto biológico.

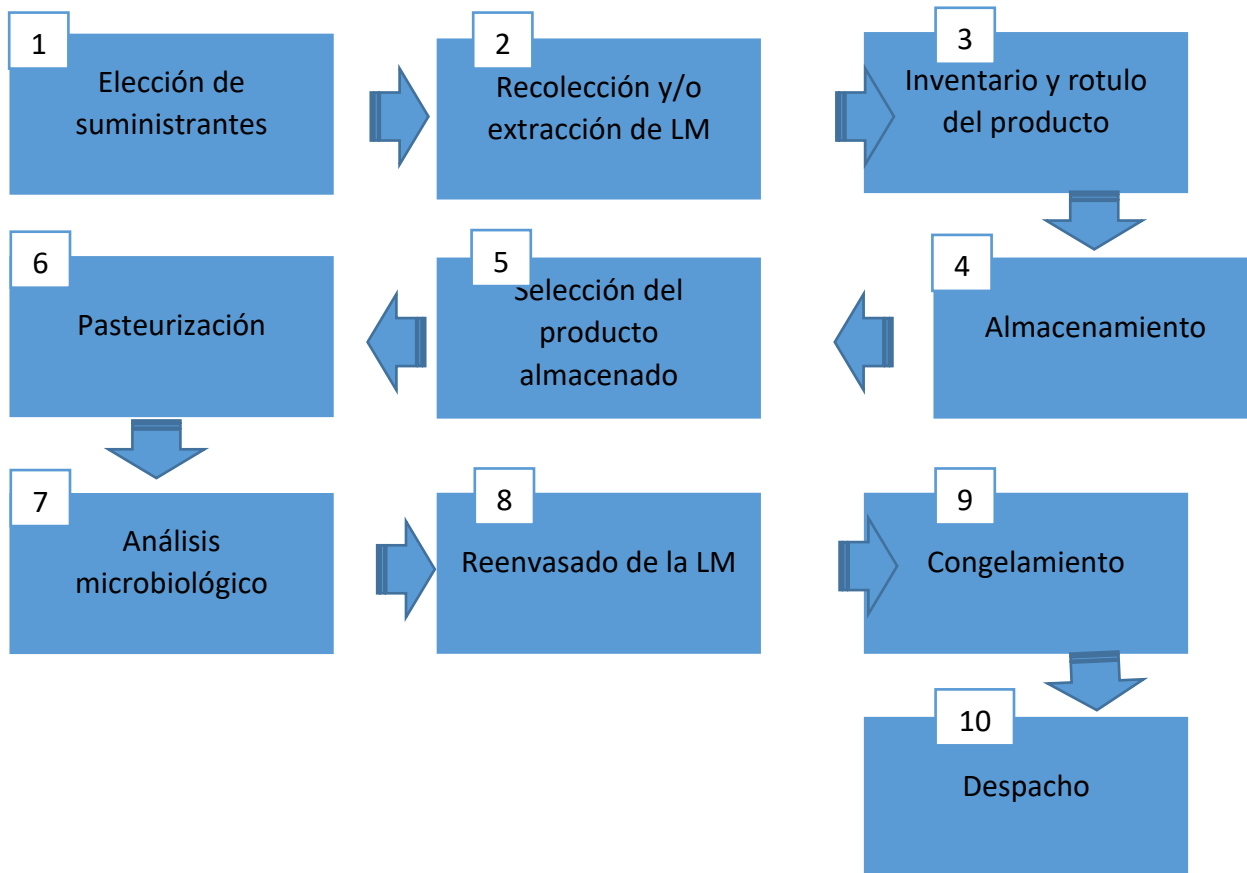


Figura 20. Procesamiento de la leche materna

Fuente: *Elaboración Propia*

1. Selección de suministrantes

Las suministrantes ideales para la entidad son las madres que tienen una mayor cantidad de leche materna a la requerida por su propio hijo; es decir, que cuentan con un excedente de producción y desean de forma voluntario vender su producto biológico; cabe mencionar que esto no debe comprometer a la salud y nutrición de su propio descendiente. Luego de ello, la selección es realizado por un personal experto del caso a tratar, el cual ha sido asignado por el responsable del área médica del laboratorio. Durante el procedimiento de selección el encargado designado llena un formulario de registro. Este formulario contiene especificaciones para considerar la selección de las suministrantes (Ver anexo N° 1). El profesional del área médica es el responsable de evaluar si la suministrante posee los requisitos necesarios para vender su LM, según los ítems del formulario de registro. Generalmente, el uso de medicamentos o drogas de excesivo uso debe ser investigado por medio de la historia clínica y entrevista personal.

En caso de que suministrante sea apta, se le indique la forma de extracción y colecta de la leche; brindándole, información sobre buenas prácticas de manipulación. Además, el personal encargado debe estar capacitado para responder y aclarar cualquier duda que pueda tener la suministrante.

La entidad contará con un programa cuyo objetivo principal sea asegurar que el suministro de leche materna no se encuentre interfiriendo con el crecimiento del lactante. Periódicamente, se debe llevar un registro del crecimiento del bebé en la consulta externa por un médico capacitado.

2. Extracción de leche materna:

Al momento de extraer la leche se debe tomar los siguientes aspectos:

- a) Cualquier instrumento, material u otro que estarán en contacto directo con la leche materna deben estar esterilizados.
- b) Usar elementos de bioseguridad tales como: gorro, mascarilla y guantes quirúrgico.
- c) Descartar las primeras gotas de leche.

Asimismo, el personal a cargo orientará a las suministrantes sobre aspectos de higiene de los pezones y sobre los cuidados personales rutinarios. La colecta del producto biológico depende de la suministrante la cual puede realizarla de forma manual o con las bombas eléctricas.

3. Registro y etiquetado del producto biológico

Los frascos rotulados que contienen la leche materna que se encuentran ya en el laboratorio dependiendo de la particularidad del caso, deben estar etiquetadas y deben contener datos tales como: nombre completo de la suministrante y la fecha de extracción rotulado con el día, mes y año.

4. Acopio de leche materna

Después de la extracción de la LM, el producto biológico debe ser sometido de forma inmediata a una zona de temperatura baja igual a -20 grados centígrados.

5. Selección de la leche materna

Para la selección de la leche materna es necesario que el producto posea características físicas.

5.1. Características físicas

El producto biológico que va ser recibido en el laboratorio será sometida a procedimientos para seleccionar según los criterios ya establecidos. El personal calificado es el encargado de verificar que el envase utilizado se encuentre íntegro y además esté cumpliendo las normas de higiene. Otra característica a verificar es el color de la leche; esto debido a que el color delimita indica la calidad del producto; es decir, si la leche materna tiene un color blanco o amarillo pastel es considerado un producto valorado como “normal”, por otro lado, si la leche materna es de color rosa, rojizo o café será valorado como un producto “anormal” debido a que posiblemente contenga sangre.

Por otro lado, el hecho de combinar el sabor y olor de la leche materna es conocido como “flavor”; asimismo, el personal encargado debe poseer habilidades sensitivas olfativas para calificar si la leche materna es la adecuada para los neonatos, también el personal tiene el deber de verificar la composición de la leche materna, ello, dado por factores externos (incorporación de sustancias químicas volátiles provenientes del medio) o internos (producto adulterado). Tal es el caso, cuando la leche presenta olores que indiquen su descomposición, se perciben características tales como olores a leche o yogurt cortada, huevo podrido, pescado, entre otros que impliquen un olor fétido. Asimismo, luego de realizarse la evaluación de color y olor es necesario realizar una prueba adicional para descartar posible contaminación física de la leche; es decir, se descartan muestras que contengan presencia de cuerpos extraños: uñas, vidrio, restos de alimento, cabellos y/o pelos, entre otros. En resumen, de encontrarse anomalías mencionadas anteriormente en la leche el personal debe descartarse definitivamente, puesto que el consumidor final es para consumo de los neonatos por tanto debe cumplir los estándares establecidos para prevenir cualquier tipo de eventualidades.

5.2. Características químicas:

a. Concentración de grasa y las calorías totales de la leche materna

Según el Ministerio de Salud (2019) señala en sus “Normas Técnicas de Salud para la implementación, funcionamiento y promoción de Bancos de Leche Humana” la necesidad de un estudio químico a la leche materna que se pretende emplear, luego se procede con la centrifugación de los capilares por 15 min. en el cual se genera la separación del suero de la leche materna con la crema de la leche y presenta un aspecto más denso. El suero, de aspecto menos denso queda debajo de la zona llamada “crema”. El presente estudio químico permite establecer las calorías que aportan 1000 ml de leche materna. Para proceder con el estudio químico es necesario colocar tubos de ensayo que contenga 2 ml de leche materna, el tubo debe estar contenida en una gradilla; luego de ello, se procede a realizar el baño

María a aprox. 40 grados Celsius alrededor de 10 min, con el fin de disolver la grasa; para ello, es necesario homogenizar la muestra en el equipo agitador. Después, procedemos a llenar hasta $\frac{3}{4}$ del capilar, 3 capilares de cada tubo de ensayo. Seguidamente, procedemos a sellar una de los lados del capilar con cera.

Para analizar los capilares, Ministerio de Salud (2019) sugiere “colocar los capilares en la centrífuga de 3 en 3 para equilibrarlo, con el extremo sellado hacia afuera; en caso que el número de tubos sea impar, completar con un capilar lleno de agua” (p.34-36); esto ayuda a tener mejor manejo del porcentaje de error.

Existen diferentes formas de evaluar muestras de leche materna. En particular se recomienda utilizar la centrifugación:

Es sumamente necesario realizar la centrifugación por un periodo de 15 minutos, a la rapidez que indica el fabricante para un micro-hematocrito. Asimismo, deben ser extraídos de la columna donde se observen dos fracciones. Por uno de los lados se muestra la crema y en el otro, el suero. Posteriormente, se debe medir los milímetros de la fracción de crema y del total de leche de cada capilar para la evaluación correspondiente. Finalmente, para obtener los resultados: de cada frasco de leche materna evaluada se toma tres muestras, el resultado final será el promedio de las muestras (MINSa, 2019, pp. 37).

De ese modo, la centrifuga aporta lo necesario para el correcto análisis de las muestras extraídas.

8.4.4. Diseño de Planta.

En la empresa BANLEMA S.A.C. se cuenta con un espacio aproximado de 720 m² entre el primer y segundo piso, en el primer piso exactamente en la parte media de la planta se recepcionará la leche materna (si la extracción fue en la casa de la

suministrante); asimismo, las suministrantes podrán realizarse la extracción en la misma planta. En la parte delantera de la empresa se encuentra la oficina administrativa y de ventas. En el fondo de la planta se encontrarán las oficinas tanto de los médicos como del biólogo. Y por último en el segundo piso se encontrarán las áreas relacionadas a la obtención de leche materna tales como: acopio y recepción de leche materna (LM) y data de las suministrantes. Asimismo, la planta está diseñada para tener un lugar específico y adecuado para la extracción y almacenamiento de LM, incluido departamentos de vestuario privado, para el procesamiento, control de calidad, y otros.

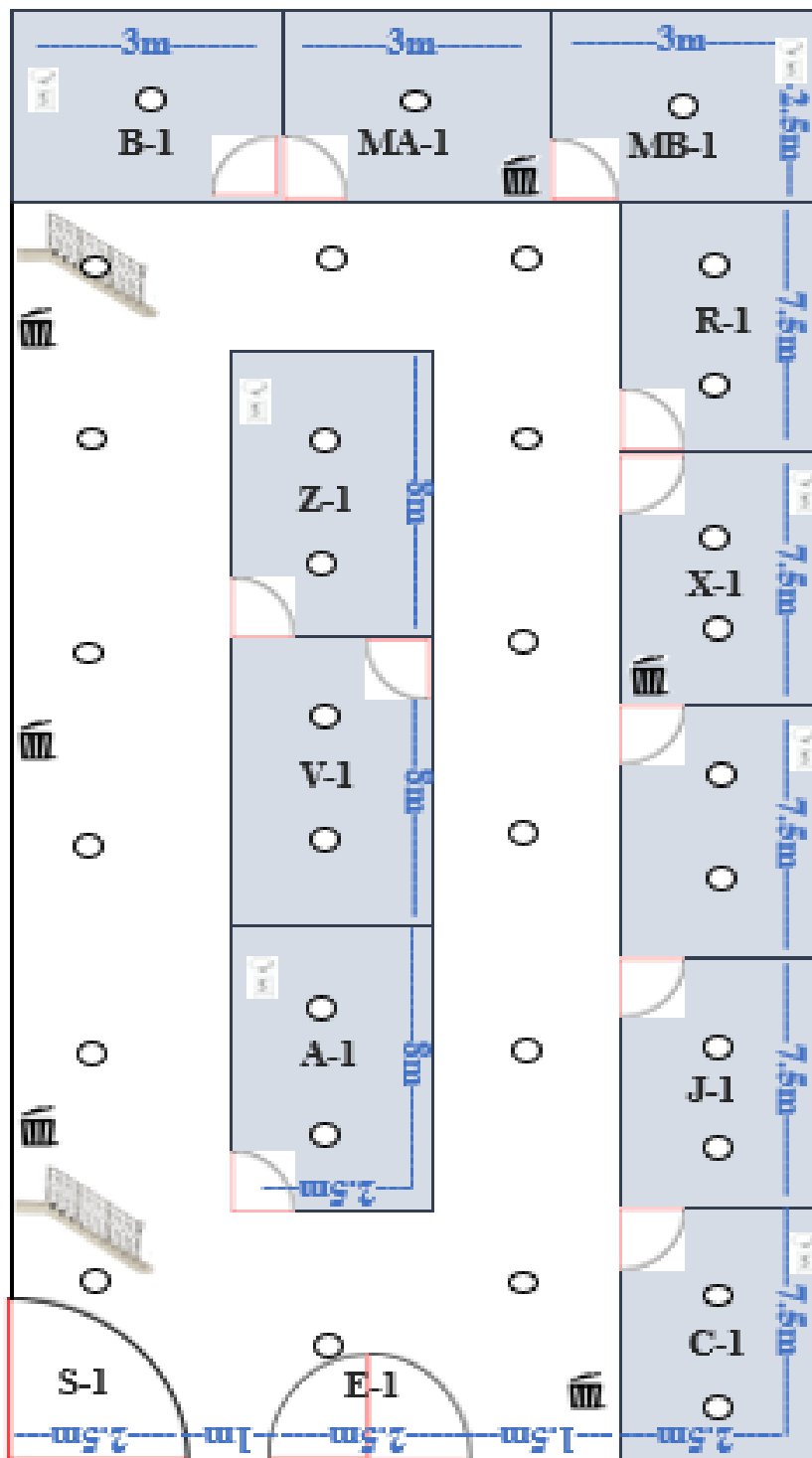


Figura 21. Diseño de planta BANLEMA S.A.C (PRIMER PISO)

Fuente: *Elaboración Propia*

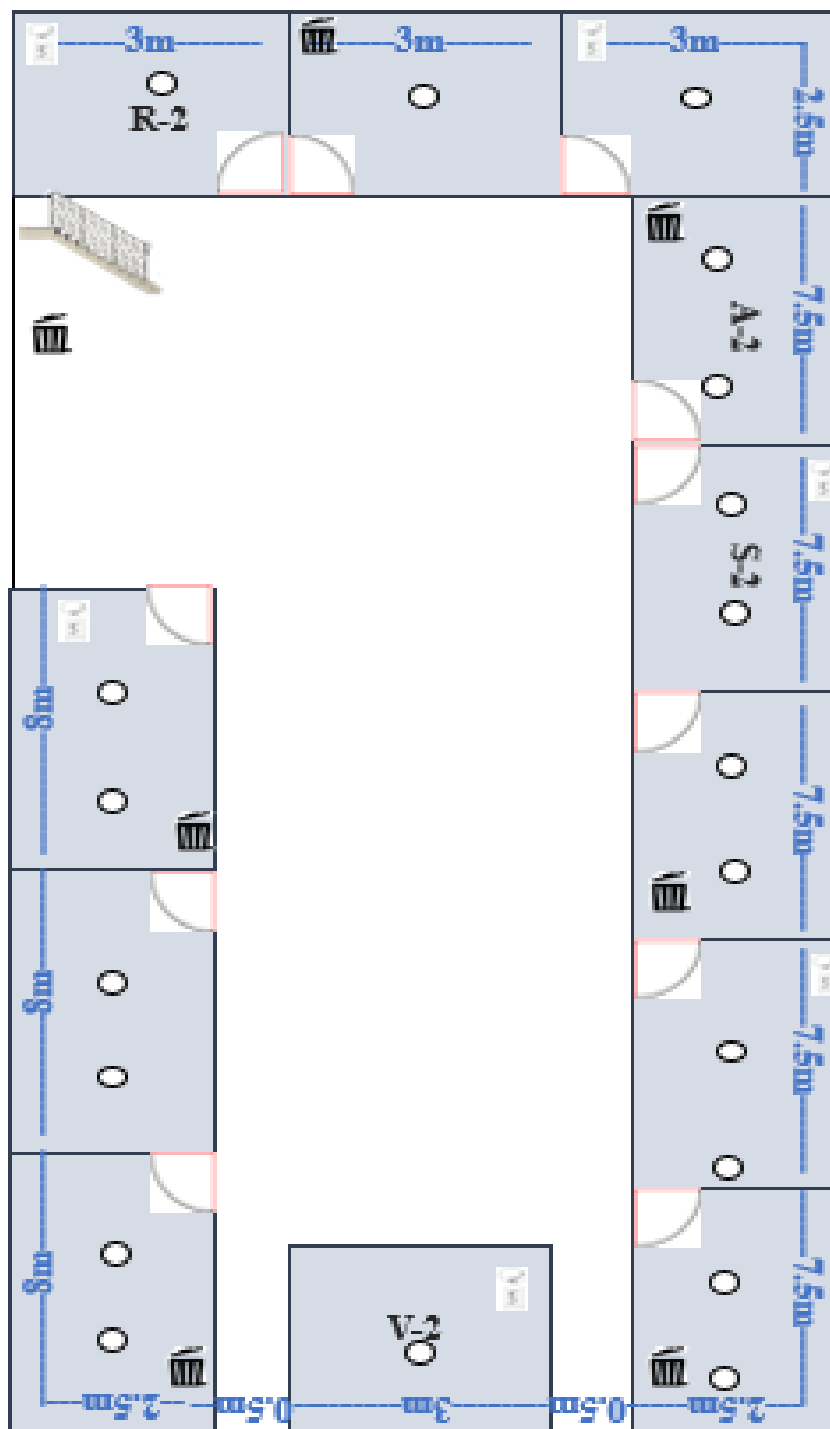


Figura 22. Diseño de planta BANLEMA S.A.C (SEGUNDO PISO)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Descripción de áreas

Código	Descripción (PISO 1)	Código	Descripción (PISO 2)
E-1	Entrada	V-2	Vestidores para personal
S-1	Salida	P-2	Área de procesamiento
V-1	Vestidores para suministrantes	S-1	Departamento de control de la calidad
R-1	Área de recepción de LM	F-2	Fraccionamiento
X-1	Área de extracción	R-2	Etiquetado y registro del producto
C-1	Consultorio de consejería	A-2	Lugar de almacenamiento
J-1	Jefatura de apoyo		
Z-1	Central de esterilización		
A-1	Área de venta		
MA-1	Consultorio médico A		
MB-1	Consultorio médico B		
B-1	Oficina del biólogo		
D-1	Área administrativa		

Fuente: Elaboración Propia

Áreas físicas de BANLEMA S.A.C. para la obtención de Leche Materna

El laboratorio de BANLEMA S.A.C. contará con una infraestructura adecuada para el desarrollo de los procesos para obtener el producto final, por ello, contará con los siguientes espacios:

- Espacio de recepción para leche de las madres y registro de suministrantes, en este espacio se va a realizar actividades como recibir el suministro interno y externo de leche humana, realizar la reunión con las madres, brindar consejería a las nuevas madres ingresantes para facilitar todo lo concerniente al suministro.
- Área de extracción y almacenamiento de leche humana, este espacio debe ser lo más discreto para que la suministrante se sienta cómoda para que se le extraiga la leche, además la leche no debe presentar algún riesgo de contaminación y se realiza la conservación de la leche hasta el momento de la entrega para su consumo.
- Vestuario: El establecimiento debe facilitar ambientes idóneos para que las madres suministrantes puedan cambiarse de vestimenta, así como contar con facilidades para el lavado y desinfección de las manos. Se colocarán indicaciones sobre la obligación de lavarse las manos.
- Área de procesamiento: Espacio donde se llevarán las actividades de descongelamiento, la selección, clasificación, envase, pasteurización, almacenamiento y entrega como producto final del Biomom.
- Área de control de calidad: lugar donde se realizará el análisis microbiológico para poder certificar la idoneidad de los productos y procesos, así como determinar si es apto para el consumo de la leche humana.

- Área de almacenamiento de leche humana: es el espacio físico donde están ubicados los congeladores para conservar la leche hasta el momento de la entrega para el siguiente proceso.
- Área de vestidores y de higiene: espacio físico donde el personal se podrán cambiar con la ropa estéril y lavarse las manos.
- Área de fraccionamiento: espacio físico que debe ser acondicionado para cumplir las medidas de bioseguridad para garantizar la calidad de la leche materna.
- Área de almacenamiento de leche humana pasteurizada: lugar físico donde están ubicados los congeladores y refrigeradoras que garantizan la conservación de la leche en óptimas condiciones hasta el momento de la distribución para su administración.
- Área de vestidores y de higiene: ambiente para cambio de ropa estéril y lavado de manos del personal.
- Área de control microbiológico.
- Área de análisis inmunológico.
- Central de esterilización de materiales y ambiente para jefatura de servicio y apoyo secretarial.
- Consultorio de consejería en lactancia materna y Central de esterilización de materiales.

8.5. Estudio de Mercado

El presente estudio tiene como finalidad encontrar la demanda estimada del producto, así como definir algunos aspectos trascendentales del mercado con el propósito de reforzar la inversión en el banco de leche materna BANLEMA S.A.C. Pregunta de investigación ¿Cuál será el nivel de demanda que alcanzará la leche materna en Lima durante los años 2021-2030?

8.5.1. Investigación cualitativa: (público objetivo y expertos)

Elementos de la investigación cualitativa:

Propuesta de investigación:

“Estudio cualitativo para realizar una prueba de concepto y factibilidad de venta de leche materna”

Objetivos del estudio:

Objetivo general:

- Realizar una prueba de concepto y factibilidad de venta de leche materna.

Objetivos específicos:

- Identificar la recordación espontánea de comercios que ofrezcan la venta de leche materna.
- Establecer cuáles son las motivaciones de adquirir leche materna de terceros.
- Determinar los factores que influyen en la elección de un proveedor de leche materna.
- Perfilar el proveedor de leche materna IDEAL.
- Identificar la imagen de los principales proveedores de leche materna dentro del mercado.
- Indagar sobre los hábitos de consumo del producto es decir de la leche materna de terceros. (frecuencia y cantidad)
- Realizar una prueba de concepto del servicio.

Metodología:

Técnica para emplear: Entrevistas en profundidad

Ámbito geográfico: Lima.

Universo a investigar:

Mamás que no tienen la posibilidad de producir leche y que tienen entre 25 a 35 años de edad, que tienen hijos recién nacidos de hasta 2 años de edad, y que están dispuestas a alimentar a sus hijos con leche materna de terceros, pertenecientes a los niveles socioeconómicos en aquellos distritos predominantes de los niveles socioeconómicos A y B siendo el caso de Miraflores, Santiago de Surco, La Molina, San Isidro, Magdalena del Mar, Pueblo Libre y San Miguel.

Reclutamiento:

Para el reclutamiento de los entrevistados se empleará las técnicas no probabilísticas denominadas bola de nieve y por conveniencia.

Supervisión:

Se inspeccionará el 100% de la muestra antes de realizar las entrevistas en profundidad.

Guía de pautas:

“Estudio cualitativo para realizar una prueba de concepto y factibilidad de venta de leche materna”

Dirigido a:

Mamás que no tienen la posibilidad de producir leche y que tienen entre 25 a 35 años de edad, que tienen hijos recién nacidos de hasta 2 años de edad, y que están dispuestas a alimentar a sus hijos con leche materna de terceros, pertenecientes a los niveles socioeconómicos en aquellos distritos predominantes de los niveles

socioeconómicos A y B siendo el caso del distrito de Miraflores, Santiago de Surco, La Molina, San Isidro, Magdalena del Mar, Pueblo Libre y San Miguel.

Fase de calentamiento:

-Presentación del entrevistador.

-Explicación de la entrevista en curso, en la cual se les pide su participación y sinceridad en sus respuestas.

1. ¿Conoces algún establecimiento de banco de leche? En caso sea positiva la respuesta, ¿Quisiera puedas mencionar todos aquellos establecimientos que se dedican a la venta de leche materna?
2. Quisiera me menciones, ¿cuáles son las razones para adquirir leche materna de terceros? Priorizar las razones y profundizar en cada una de ellas.
3. ¿Qué factores consideras si tuvieras que elegir un determinado proveedor de leche materna? Priorizar los factores y profundizar en cada uno de ellos.
4. Ahora quisiera me menciones todas las características / atributos de un proveedor de leche materna ideal que satisfaga todas sus necesidades y también sus expectativas.
 - a. Obtenemos un listado de características y atributos.
 - b. Además profundizar en cada uno de ellos.
 - c. Priorizarlos.
5. ¿Qué proveedor ubicaría en 1er, 2do lugar? ¿Por qué?
6. Preguntar por cada proveedor lo siguiente:

- a. ¿Qué opinas en general?
 - b. ¿Qué ventajas ofrece?
 - c. ¿Qué desventajas ofrece?
 - d. ¿Cuál es su ventaja principal? ¿Por qué?
 - e. ¿Cuál es su desventaja principal? ¿Por qué?
 - f. ¿Cómo conociste a este proveedor?
 - g. ¿Es fácil de encontrar?
 - h. ¿Cómo promociona su marca dentro del mercado?
7. ¿Con qué frecuencia y en qué cantidad demandaría este tipo de producto para su menor hijo? ¿Por qué?

Prueba de concepto:

Ahora te voy a contar sobre un producto:

La Leche materna es irremplazable, porque ofrece todos los nutrientes que un niño necesita para el desarrollo físico y cognitivo. Entendemos que hay madres que no pueden dar de lactar directamente a sus hijos porque no producen suficiente LM o tienen algún impedimento patológico, etc. Por ello, nace “Biomom”, un producto biológico de leche materna que cumple con todos los estándares de calidad y reglamentación, dirigido a satisfacer la necesidad de alimento, nutrición y desarrollo de bebés prematuros, recién nacidos y/o infantes de hasta 2 años de edad que no pueden ser amamantados directamente por la madre.

Preguntas con respecto al **CONCEPTO**:

1. ¿Qué te pareció la idea expresada? ¿Por qué?
2. ¿Qué tanto te intereso el producto? ¿Por qué?
3. ¿Qué fue lo que más te gusto de la idea expresada? ¿Por qué?
4. ¿Hay algo que no te gustó? ¿Por qué?

5. Considerando los precios de sustitutos de este producto dentro del mercado, ¿cuánto consideras que debería ser su precio?
6. ¿Estarías dispuesta a pagar ese precio? ¿Por qué?
7. ¿Y si te digo que el precio de este producto es...? ¿Estarías dispuesta a comprar este producto? ¿Por qué?
8. ¿Qué tan dispuesto se encontraría a cambiar por otro proveedor? (En caso lo tuviese) ¿Por qué?
9. ¿Algo más que decir?

¡Muchas gracias por tu participación!

8.5.2. Investigación cuantitativa

Hay 4 tipos de mercados:

- **Mercado potencial: (habitantes por distrito + niveles socio-económicos + géneros)**

Mamás que tienen entre 25 a 35 años de edad, que tienen hijos recién nacidos de hasta 2 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos en aquellos distritos predominantes de los niveles socio-económicos A y B siendo el caso de los distritos como Miraflores, La Molina, San Isidro, Magdalena del Mar, Santiago de Surco, Pueblo Libre y San Miguel.

Pregunta Filtro 1: ¿Usted es mamá de un recién nacido de hasta 2 años de edad?

- **Mercado disponible:**

Mamás que no tienen la posibilidad de producir leche y que tienen entre 25 a 35 años de edad, que tienen hijos recién nacidos de hasta 2 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos en aquellos distritos predominantes de los niveles socio-económicos A y B siendo el caso de Miraflores, Santiago de Surco, La Molina, San Isidro, Magdalena del Mar, Pueblo Libre y San Miguel.

PREGUNTA FILTRO 2: ¿Usted tiene algún impedimento para producir leche materna de forma natural para su menor hijo (a)?

- **Mercado efectivo: (Es la demanda de PERSONAS que desean tu PRODUCTO)**

Mamás que no tienen la posibilidad de producir leche y que tienen entre 25 a 35 años de edad, que tienen hijos recién nacidos de hasta 2 años de edad, y que están dispuestas a alimentar a sus hijos con leche materna de terceros, pertenecientes a los niveles socioeconómicos en aquellos distritos predominantes de los niveles socio-económicos A y B siendo el caso de Miraflores, La Molina, San Isidro, Magdalena del Mar, Santiago de Surco , Pueblo Libre y San Miguel.

PREGUNTA FILTRO 3: ¿Usted estaría dispuesta a alimentar a su menor hijo (a) con leche materna de terceros?

- **Mercado objetivo:**

Son aquellas personas a las cuales se puede alcanzar en base a la **CAPACIDAD INSTALADA** del negocio. Se debe de tomar en cuenta:

- Recursos
- Capacidades

Cuestionario para clientes

1. ¿Cuál es su sexo?

- a) Femenino
- b) Masculino

2. ¿Cuál es su edad?

- a) Entre 14 a 20 años
- b) Entre 21 a 27 años
- c) Entre 28 a 34 años
- d) Entre 35 a 41 años
- e) Entre 42 a 49 años

- f) Entre 50 a más
3. ¿Usted tiene un menor hijo de hasta 2 años?
- a) Sí
 - b) No
4. ¿Cuántos meses tiene su niño/niña?
- a) Menos de 2 meses
 - b) Entre 2 a 6 meses
 - c) Entre 7 a 11 meses
 - d) Entre 12 a 16 meses
 - e) Entre 17 a 21 meses
 - f) Más de 21 meses
5. ¿Qué tipo de alimentación le da usted a su niño/niña?
- a) Exclusivamente leche materna
 - b) Fórmulas para bebés
 - c) Leche materna y fórmulas
 - d) Leche materna y papilla
 - e) Leche materna y otros alimentos (comida casera)
 - f) Todas las anteriores
 - g) No tengo niños(as)
6. ¿Cuáles son las razones por las que requeriría alimentar a su niño/niña con leche de terceros?
- a) Produzco insuficiente leche materna
 - b) Por cuestiones de estética mamaria.
 - c) Me encuentro trabajando y cuento con insuficiente tiempo para amamantar.

- d) Soy padre soltero
 - e) Otros impedimentos
7. ¿Usted estaría dispuesto a alimentar a su hijo con leche materna de una empresa supervisada por el Ministerio de Salud?
- a) Sí
 - b) Tal vez
 - c) No
8. ¿En qué presentación le gustaría comprar este producto?
- a) 150 ml
 - b) 180 ml
 - c) 250 ml
 - d) Todas
9. ¿En qué tipo de recipiente le gustaría comprar este producto?
- a) Botes de cristal
 - b) Bolsas especiales para leche materna
 - c) Envases de plástico
10. Con qué frecuencia compraría usted leche materna
- a) Una vez por semana
 - b) Dos veces por semana
 - c) Tres veces por semana
 - d) Cuatro veces por semana
 - e) Cinco veces por semana
 - f) Seis veces por semana
 - g) Siete veces por semana

11. ¿Qué factores consideras si tuvieras que elegir un determinado proveedor de leche materna?

1. Seguridad alimentaria

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Precio

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Calidad de producto

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Cantidad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Calidad de servicio

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. ¿Por qué medios te gustaría enterarte del producto?

- a) Redes sociales
- b) Página Web
- c) Televisión
- d) Revista/Periódico
- e) Correo electrónico
- f) Otro _____

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una onza de leche materna?

- a) Entre 10 a 12 soles
- b) Entre 13 a 15 soles
- c) Entre 16 a 18 soles
- d) Entre 19 a 21 soles

CUESTIONARIO PARA SUMINISTRANTES

1. ¿Cuál es su edad?

- a) Entre 14 a 20 años
- b) Entre 21 a 27 años

- c) Entre 28 a 34 años
 - d) Entre 35 a 41 años
 - e) Entre 42 a 49 años
 - f) Entre 50 a más
2. ¿Usted tiene un menor de hasta dos años?
- a) Si
 - b) No
3. ¿Cuántos meses tiene su niño/niña?
- a) Menos de 2 meses
 - b) Entre 2 a 6 meses
 - c) Entre 7 a 11 meses
 - d) Entre 12 a 16 meses
 - e) Entre 17 a 21 meses
 - f) No tengo bebés
4. ¿Qué tipo de alimentación le da usted a su niño/niña?
- a) Exclusivamente leche materna
 - b) Fórmulas para bebés
 - c) Leche materna y fórmulas
 - d) Leche materna y papilla
 - e) Leche materna y otros alimentos (comida casera)
 - f) Todas las anteriores
 - g) No tengo bebés
5. ¿Usted da lactancia materna a su menor?
- a) Sí
 - b) No

c) No tengo bebés

6. Usted considera que la cantidad de leche que produce es:

- a) Muy suficiente
- b) Suficiente
- c) Moderado
- d) Insuficiente
- e) Muy insuficiente

7. ¿Usted ha donado su leche a algún Banco de Leche Materna?

- a) Sí
- b) No

8. En el caso de que produzca más leche materna de lo que su hijo requiere, ¿estaría dispuesto a suministrar a cambio de un incentivo económico a un banco de leche materna?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Nada probable

Muy probable

9. ¿En qué lugar preferiría extraerse la leche materna que suministraría al banco de leche materna?

- a) En el Banco de Leche Materna
- b) En casa
- c) Ambos lugares
- d) Ninguna de las anteriores

10. ¿Qué método de extracción de leche materna utilizaría?
- a) Extracción manual
 - b) Con ayuda de bombas manuales
 - c) Con ayuda de bombas eléctricas

8.6. Estudio Organizativo

8.6.1. Manual Organización y funciones.

Es un documento formal que BANLEMA S.A.C elaboró para direccionar la forma organizada que han adoptado, y esto servirá como una guía para todo el personal; en donde, en este manual se encontrará un conjunto de derechos, deberes de cada área y se deben cumplir de forma obligatoria; es decir, los colaboradores y personas que pertenecen al área interna de la empresa de maneja general que deben ceñir su actuar a una serie de disposiciones hechas por la empresa.

a. Cargo, especialización y las principales funciones.

El Objetivo que tiene el manual de organización y funciones de la empresa BANLEMA S.A.C. es que sirve para detallar el cargo y funciones de los trabajadores en general, para que así podamos conocer cuál es el perfil profesional de cada cargo; ello, con el fin de que ejerzan sus funciones de manera eficiente.

1) Puesto: Gerente General.

Será el encargado de la empresa BANLEMA S.A.C. desde la jerarquía más alta, y con capacidad de toma de decisiones; con el objetivo de que la entidad obtenga una mayor rentabilidad. Asimismo, el gerente supervisará el trabajo de los demás trabajadores, para de esta manera se logre alcanzar los objetivos que la entidad BANLEMA S.A.C. se ha planteado.

Funciones:

- ❖ Sus principales funciones son planificar, organizar, dirigir y controlar la operatividad de la empresa.

- ❖ Se encargará contratar al personal competente de cada área; es decir, se entrevistará con cada uno de ellos para ver el potencial que podría generarle valor agregado a la entidad.
- ❖ Se encargará de la administración y gestión de la empresa BANLEMA S.A.C. de acuerdo
- ❖ Se encargará de velar por el cumplimiento los objetivos planteados por la entidad BANLEMA S.A.C.
- ❖ Asistencia con el directorio de la empresa BANLEMA S.A.C., en las cuales puede opinar, pero la decisión final la dará el directorio.
- ❖ Se encargará de la ejecución del Plan de Negocios de la empresa BANLEMA S.A.C., el cual será aprobado por el directorio de la misma entidad.
- ❖ Controlar la ejecución de actividades de la empresa BANLEMA.
- ❖ Se encargará de las firmas de contratos u otros documentos con los vendedores, clientes, entre otros de la empresa BANLEMA S.A.C.

Requisitos:

- ❖ Experiencia laboral de 3 años a más en puestos similares.
- ❖ Egresado de la carrera de Administración y/o Economía.
- ❖ Manejo de office avanzado (Excel, Power Point, Word)
- ❖ Manejo fluido de inglés avanzado u otro idioma.

2) Puesto: Secretaria de Gerencia

La secretaria de gerencia se encargará del apoyo administrativo de la gerencia de la empresa de BANLEMA S.AC., para que así se puedan lograr de una manera eficiente los objetivos trazados por la misma.

Funciones:

- ❖ Atender las llamadas a la Gerencia.
- ❖ Recibir y atender a las personas que quieren comunicarse con la gerencia.
- ❖ Realizar y preparar documentos a nombre de la gerencia.

- ❖ Organizar documentos de manera ordenada.
- ❖ Manejar y organizar el calendario del gerente general.
- ❖ Preparar las presentaciones del gerente general
- ❖ Realizar tareas afines al puesto y que resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Excelente redacción de documentos, con una adecuada gramática y ortografía.
- ❖ Manejo de Office a nivel avanzado.
- ❖ Expresarse de forma fluida.
- ❖ Experiencia Laboral de 2 años a más en puestos similares.

3) Puesto: Jefe de Administración

El Jefe de administración realiza actividades tales como: coordinar, supervisar y controlar la ejecución de los procedimientos administrativos en general; ello, con el fin de ayudar al correcto funcionamiento interno de la empresa BANLEMA S.A.C.

Funciones:

- ❖ Realizar el seguimiento del desempeño de cada área de la empresa.
- ❖ Hacer una revisión de los procesos financieros y de despacho.
- ❖ Contratar y despedir personal de la empresa BANLEMA S.A.C.
- ❖ Revisión de las nóminas del personal de la empresa BANLEMA S.A, C.
- ❖ Garantizar la calidad del servicio prestado por la empresa BANLEMA S.A.C.
- ❖ Revisión de documentos legales y financieros de la entidad BANLEMA S.A.C.
- ❖ Supervisar, hacer seguimiento y verificar los pagos a organismos oficiales.
- ❖ Hacer cumplir las obligaciones de la empresa a tiempo.
- ❖ Evaluar el desempeño del personal de la entidad BANLEMA S.A.C. continuamente.
- ❖ Administrar los procesos de seguridad e higiene, sistema de protección de los colaboradores de la entidad BANLEMA S.A.C.

- ❖ Realizar las tareas con relación al puesto y que le sean encargadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Egresado o Licenciado en Administración de Negocios, Contabilidad o carreras afines.
- ❖ Conocimiento en leyes fiscales, Calidad Total y Supervisión de personal.
- ❖ Manejo de Office avanzado.
- ❖ Que tenga buen trato con el público.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Puntualidad
- ❖ Experiencia Laboral de 3 años a más

4) Puesto: Jefe de logística

Es aquel que gestiona las etapas del desarrollo de producción de la empresa, desde su concepción del producto, hasta su logística en los diferentes puntos de venta.

Funciones:

- ❖ Revisar y satisfacer las necesidades de la empresa relacionadas con la producción
- ❖ Supervisar la realización de actividades diarias del personal.
- ❖ Atender las exigencias de los clientes.
- ❖ Administrar y también controlar el manejo de los inventarios, fondos fijos y todos los recursos de la empresa.
- ❖ Coordinar toda cadena de suministro
- ❖ Gestionar y planificar las compras, también la producción, el transporte, almacenaje y la distribución.

Requisitos:

- ❖ Egresado de la carrera de ingeniería industrial, administración de empresas o afines.
- ❖ Manejo de Office avanzado
- ❖ Especialización, o tener un diplomado en Logística, en la gestión de almacenes.
- ❖ Excelente manejo de inventarios y Kárdex.
- ❖ Conocimientos en normas y estándares de seguridad.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Experiencia Laboral de 3 años a más

5) Puesto: Vendedores

Funciones:

- ❖ Conocer el producto a detalle.
- ❖ Llegar a la cantidad de ventas meta propuesta por el jefe de ventas.
- ❖ Se encargará de establecer un vínculo entre el cliente y la empresa.
- ❖ Ofrecer el producto.
- ❖ Captar a los clientes.
- ❖ Explicar a los clientes acerca del producto, para lograr su venta
- ❖ Cuidar la imagen de la empresa BANLEMA S.A.C.
- ❖ Reportar las ventas que se realiza con el asistente de ventas.

Requisitos:

- ❖ Vocación de servicio y habilidades para vender.
- ❖ Excelente habilidad para la comunicación.
- ❖ Capacidad de persuasión
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Experiencia Laboral de 2 años a más

6) Puesto: Jefe de producción

Este se encargará de hacer cumplir eficientemente los pedidos realizados de la empresa BANLEMA S.A. por el área de ventas.

Funciones:

- ❖ Realizar un plan de producción.
- ❖ Supervisar la cantidad de insumos necesarios para la realización del producto.
- ❖ Supervisar los procesos de producción
- ❖ Coordinar y hacer seguimiento a la preparación de muestras para clientes
- ❖ Asegurar que todos los trabajadores sigan los reglamentos de salud y seguridad en la empresa
- ❖ Realizar tareas encargadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Conocimiento amplio del insumo y producto.
- ❖ Manejo de las maquinarias utilizadas.
- ❖ Poder para trabajar bajo presión.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Experiencia Laboral de 2 años a más
- ❖ Egresado de la carrera de Químico(a) farmacéutico y/o Egresado de Ciencias Biológicas o carreras afines.
- ❖ Proactivo
- ❖ Experiencia laboral de un año a más

7) Puesto: Neonatólogo/ Médico Pediatra

Se el encargadomde la especificación de los insumos que se utilizarán para la elaboración del producto

Funciones:

- ❖ Establecer normas y seguridades para el proceso de producción del producto.
- ❖ Elaborar el proceso oficial de la obtención de leche materna.

- ❖ Se encargará de cumplir con las reglas para el manejo y procedimientos para la adquisición, recepción, almacenamiento, dispensación y distribución del producto
- ❖ Manejar equipos de instrumentación médico.
- ❖ Realizar tareas encomendadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Egresado de Medicina o afines
- ❖ Limpio y organizado.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Experiencia Laboral de 3 años a más.

8) Puesto: Nutricionista/ analista de calidad del contenido calórico de la leche materna

Funciones:

- ❖ Verificar que el contenido calórico de la leche materna y si es apto para el consumo de los bebés.
- ❖ Revisar que se respeten los estándares de calidad del producto.
- ❖ Vigilar las fechas de expiración de los envases rotulados de leche materna.
- ❖ Hacer cumplir las normas y seguridades para el proceso productivo
- ❖ Realizar encomendadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Egresado de Nutrición y dietética o profesiones afines
- ❖ Conocimiento de las leyes para los productos orgánicos
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Experiencia Laboral de 2 años a más

9) Puesto: Enfermero(a)

Funciones:

- ❖ Asistir a las suministrantes durante todo el proceso que dure el suministro.
- ❖ Asesorar a las madres interesadas en suministrar a la empresa BANLEMA S.A.C. de leche materna.
- ❖ Realizar tareas encomendadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Egresada en Enfermería o carreras afines.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Puntualidad.
- ❖ Proactivo
- ❖ Experiencia Laboral de 1 año a más.

10) Puesto: Personal de limpieza

Funciones:

- ❖ Dedicarse exclusivamente a limpiar las instalaciones del banco.
- ❖ Realizar tareas afines al puesto y que le sean encomendadas, o resulten necesarias en su puesto.

Requisitos:

- ❖ Estudios secundarios truncos
- ❖ Mayor de 18 años

8.6.2. Reglamento de organización y funciones.

El reglamento de organización de la empresa tiene como objetivo especificar las funciones de las de cada área, para lograr la producción de nuestro producto. Se ha dividido a la empresa en 3 áreas:

1) Área de administración. Esta área se encargará que la empresa sea productiva y solvente, para ello tendrá que cumplir con ciertas actividades.

- Se encargará de la parte administrativa de la empresa.

- Se encargará de velar siempre por la reducción de costes y así tener una mayor rentabilidad, sin reducir la calidad del producto.
- Se encargará de realizar planes de acción para el correcto funcionamiento de la empresa, y de esta manera llegar a alcanzar los objetivos trazados.
- Se encargará de la planificación financiera y el mantenimiento de registros.
- Realizará el registro de la facturación, el personal, la distribución física y la logística.
- Se encargará de Administrar los recursos de la empresa.
- Se encargará del registro de todo el inventario.
- Se encargará de la revisión del personal necesario para cada puesto.

2) Área Operaciones: Esta área se encargará de transformar los insumos en productos terminados.

- Planificará la cantidad de insumos necesarios para la realización del producto.
- Realizará un registro de las compras de los materiales utilizados.
- Realizará un plan de producción.
- Cumplirá con las reglas para el manejo y procedimientos para la adquisición, recepción, almacenamiento, dispensación y distribución del producto.
- Establecerá normas y seguridades para el proceso de producción del producto.
- Inspeccionará el correcto uso de los insumos, materia prima y maquinaria.

3) Área Ventas: Esta área se encargará de la venta de los productos terminados. Para ello se trazará un monto de venta, la cual será la meta que debe cumplir el personal de esta área. • Se encargará de fidelizar al cliente.

- Se definirá el objetivo de venta.
- Se realizarán acciones para la promoción del producto.

- Distribuirá el trabajo entre el personal del área.
- Se diseñará estrategias de venta.
- Determinará los lugares donde será vendido el producto.
- Proyectará la distribución del producto.
- Se informará sobre las ventas realizadas.

8.7. Estudio Ambiental

Toda actividad económica produce contaminación ambiental en diferente magnitud, directa e indirectamente. No se puede ser cero contaminantes, pero se puede hacer el máximo esfuerzo para tratar de que el impacto sea menor, el reto está en encontrar la forma de lograr el objetivo. Entiéndase por contaminación a la presencia de residuos en el medioambiente (aire, agua, suelo), que impactan negativamente, pudiendo afectar al bienestar de los seres vivos en general, y al planeta. Encinas (2011) indica que algo que no provoca efectos negativos, no puede considerarse como contaminante, y que la contaminación en el agua, suelo, y tierra, se encuentran completamente relacionados entre sí, y no se pueden separar, debido que los contaminantes fácilmente pasan de un medio a otro.

En los últimos 10 años, la contaminación ambiental, es un problema que ha tomado importancia en todos los agentes económicos, desde los productores hasta los demandantes. Siendo estos últimos, quienes de otra forma exigen a través de su elección de comprar o no en una empresa, a que no solo venda un producto o servicio, si no también, la experiencia, valores, que tengan un impacto positivo. Ello sumado a que uno de los objetivos de la ONU para el 2030, es la ODS 13, “Acción por el clima”. Tomando en cuenta, las exigencias de los nuevos consumidores, y también siendo cocientes de que necesitamos como empresa, ser capaces de entregar la mejor experiencia de compra, y generar el mínimo residuo por la

actividad, estamos comprometidos con cumplir ambos objetivos. Por ello, es esencial identificar los contaminantes que se produce en toda la cadena d valor, en relación con las proveedoras, clientes y otros.

a) Contaminantes

A continuación, presentamos los principales contaminantes y/o residuos que la empresa generará:

Tabla 6. Principales contaminantes y/o residuos de la empresa BANLEMA S.A.C.

Fuente	Residuo
Proveedoras de LM	Se ha identificado, que los principales contaminantes provienen de los gorros, guantes quirúrgicos, mascarillas, que las proveedoras de LM utilizarán para cumplir con las medidas sanitarias durante el proceso de extracción de la leche.
Producto	<p>El producto no requiere un proceso de producción que genere contaminantes por sí mismo. Sin embargo, se debe considerar que, pasará por tres empaquetados y una bolsa adicional para despacho del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En el caso de que sea necesario el recojo de LM del domicilio de la proveedora, se utilizará una bolsa de plástico con cierre hermético. -Al llegar al banco de leche la bolsa anterior debe ser desechada para que la LM pase por las pruebas de calidad y pasteurización. -Luego será empaquetado en doble bolsa o en botella, de acuerdo con la presentación. -Finalmente, será necesario utilizar un nuevo empaque para la entrega al cliente final.
Clientes	No se puede controlar directamente, el uso que el cliente dará a los paquetes y/o botellas al acabar el producto, y al

	<p>momento de desechar. En promedio por cada producto tendrá dos residuos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bolsa o botella del empaquetado -Empaque de despacho del producto.
--	---

Fuente: Elaboración Propia

b) Medidas de reducción del impacto negativo

Tras identificar las principales fuentes de contaminación que la actividad económica de la empresa generará, es importante mitigar el impacto. Por ello, se ha desarrollado un plan de mitigación.

- Entregar como primera opción a las proveedoras, la extracción de LM en BANLEMA S.A.C, para tener un control de los residuos que se genera, separarlos y darle un trato acorde al tipo de residuo. De no ser posible, las proveedoras serán concientizadas para que generen el mínimo impacto negativo.
- Para reducir el uso de un paquete por producto, se incentivará a que, la LM de las proveedoras que viven cerca al BL, para la extracción y recolección, utilicen directamente, recipientes reutilizables, para que pase al siguiente proceso, sin necesidad de almacenarlo en una bolsa hermética que se utilizaba para conservar la leche hasta que la empresa recogía del domicilio. Las proveedoras que cumplan con ello tendrán incentivos.
- Para reducir las bolsas de despacho, se entregará a los clientes, cartillas que acumulen puntos cada vez que utilicen sus propias bolsas reutilizables.
- Se implementará tachos para cada grupo de residuos que se generen en el BL.
- Otros

8.8. Plan de Operaciones

Las operaciones se darán inicio el 04 de enero del 2021 en la planta establecida, fecha a partir de la cual se pondrá en marcha el proyecto por 10 años consecutivos.

8.9. Plan de Marketing

8.9.1. El mix del marketing (4 Ps)

8.9.1.1.1. *Producto.*

El producto es, leche materna pasteurizada para el consumo directo del recién nacido y/o infante.

b) Marca del Producto.

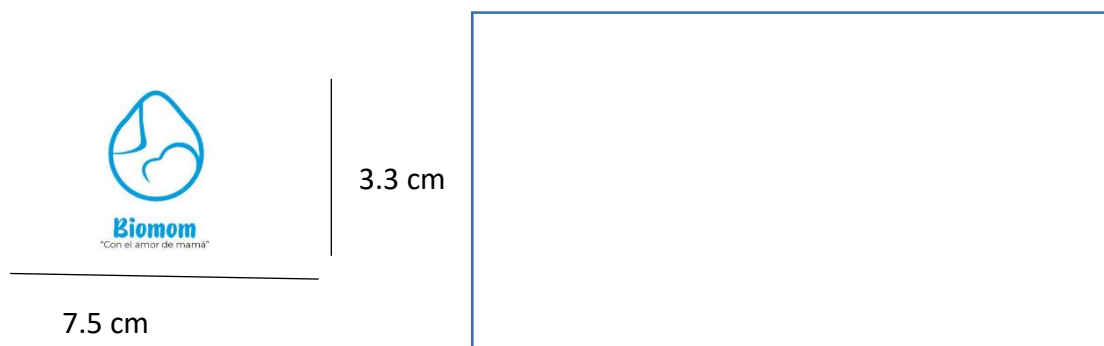
El nombre de la marca elegida se denomina “Biomom”, combinación de la Biología, “Bio” que representa a la vida, y “mom” como acrónimo de mamá, que relaciona el amor de la madre, que al no poder producir leche materna para amamantar a su hijo, elige como mejor alternativa, alimentarlo con leche materna de terceros.

c) Diseño de la etiqueta

Se diseñó un par de etiqueta exclusivamente para la presentación de 5 onzas en bolsas conservadoras de 150 ml.

- Parte delantera
- Parte trasera

Bolsa conservadora



9 cm

5.5 cm

Contenido de la etiqueta delantera (Etiqueta 1)

- Logo de la empresa
- Logo de la marca
- Contenido neto

Contenido de la etiqueta trasera (Etiqueta 2)

- Logo de la empresa
- Logo de la marca
- Información nutricional
- Fecha /día/año/hora de pasteurización
- Fecha de vencimiento
- Componentes de la leche materna
- Información de procedencia del producto
- Dirección del banco de leche
- RUC
- Autorización
- Registro sanitario
- Información sobre el producto

a) Presentación

Biomom contará con una presentación exclusiva:

Tabla 7. Presentación exclusiva de Biomom

Presentación	Contenido
LM en bolsa hermética ideal para conservar y refrigerar leche materna.	150 ml

Fuente: Elaboración Propia

b) Tipo de envase

Tabla 8. Tipo de envase

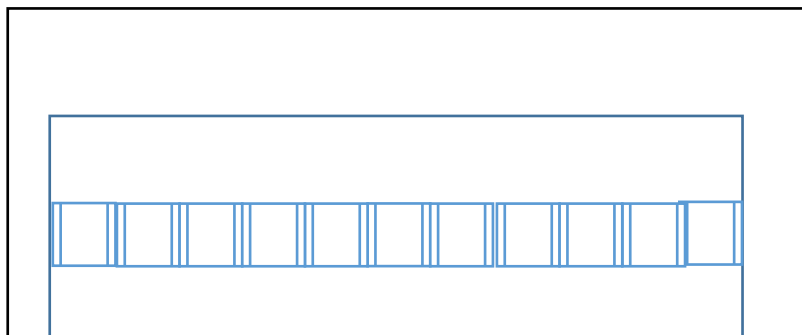
Presentación	Descripción
Bolsa preestirilizada	Material transparente, doble capa, y doble cierre hermético para evitar fugas, independiente, con área de escritura para documentar la fecha, perfil plan para almacenamiento de 150 ml. Ideal para conservar la LM y ahorrar espacio en el congelador.

Fuente: Elaboración propia, obtenida de Mercado Libre

c) Diseño del producto

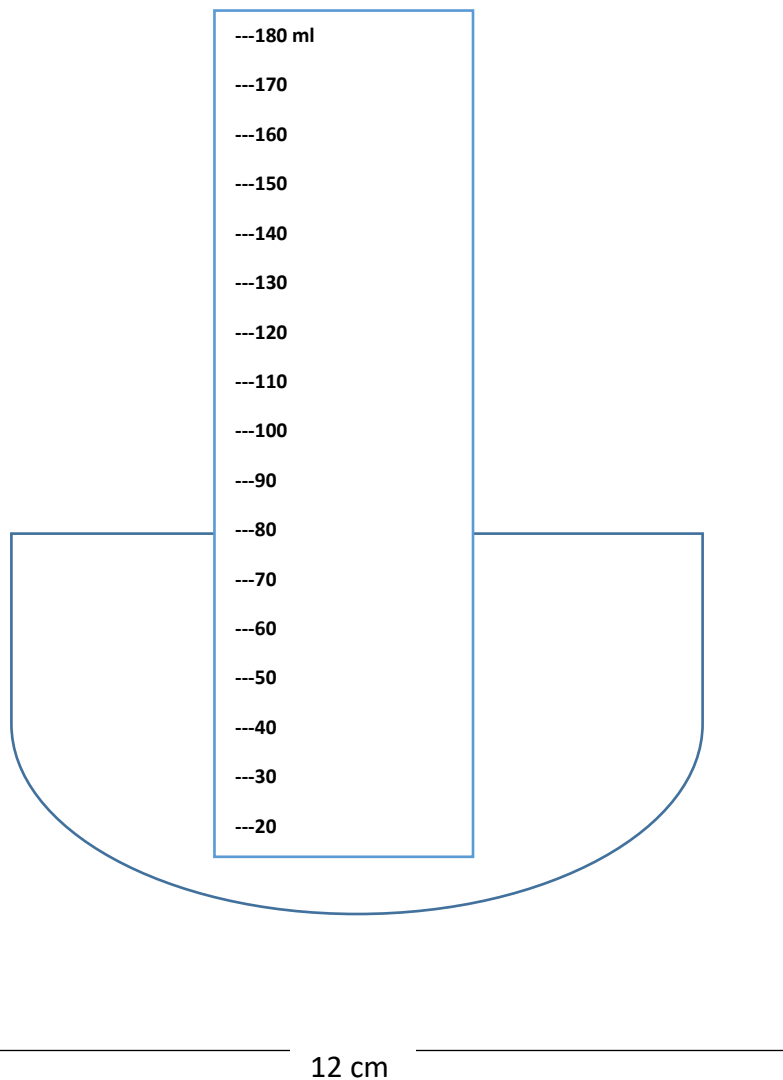
Bolsa preestirilizada

Envase con etiqueta/vista delantera

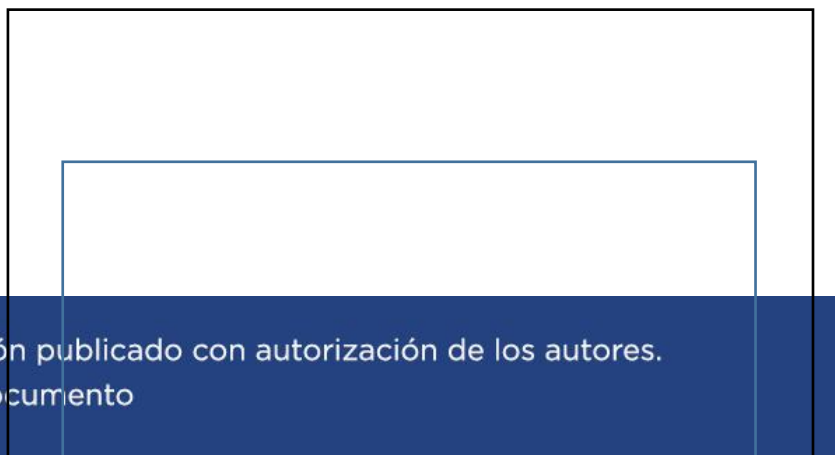




Biomom
"Con el amor de mamá"



Envase con etiqueta/vista trasera





20 cm

12 cm

8.9.1.1.2. Precio

El producto que se comercializará es nuevo en el mercado peruano, con excepción a los bancos de leche sin fines lucrativos, y establecimientos informales (páginas web). Los cuales serían nuestros principales competidores. Los precios de nuestro producto será lo más asequible posible, para cubrir una mayor demanda.

Consideramos que nuestros principales competidores son los bancos de leche materna (BLM) existentes en el Perú, particularmente, el que se ubica en Lima, el cual tienen más de 10 años de experiencia, sin embargo, no incide de manera directa en el precio de nuestro producto. Como no existe otro BLM con fines lucrativos, no tenemos una referencia nacional de precios con quién competir. Por ello, el precio del producto dependerá de los costos y margen de ganancia, para cada una de las presentaciones.

Se tiene:

Tabla 9. Referencias para el precio

Competidores	Precio referencia
Instituto Moderno Perinatal	Gratuita
Venta online (México-Noruega)	Oscila alrededor de S/. 14.00 la onza

Fuente: *Elaboración Propia*

a) Precio y margen de producto

El costo unitario calculado sin considerar inflación equivale a 32.66 soles por cada unidad de producto de 150 ml aproximadamente 5 onzas. La tabla 10 muestra en resumen el cálculo del mismo.

Tabla 10. Cuadro de costos y márgenes de la leche materna

Unidad	Producto
1	LM en bolsa de 150 ml

Fuente: *Elaboración Propia*

En la determinación del precio del producto, se hicieron los cálculos tomando en cuenta a la mejor fórmula de leche para bebés que se comercializa en el mercado peruano, debido a que no se conoce un margen exacto de ganancia para este tipo de producto. La tabla muestra el detalle de la base, en donde, 1 onza en promedio tiene un costo de S/. 8.93.

Referencia de la mejor fórmula para bebé comercializado en Perú (PURAMINO)		
Onza	Precio con IGV	Precio sin IGV
1	10.5354	8.93

b) Precio sin IGV

Calculamos el precio sin IGV en base a la referencia que se menciona en el ítem anterior, bajo el supuesto de que la Leche Materna es el mejor alimento para una persona durante los dos primeros años de vida, particularmente para menores de 6 meses. Por lo tanto, se considera que la LM es 40% mejor, lo cual 1 onza tendría un precio sin IGV de S/. 12.502 sin considerar inflación.

Leche Materna "Biomom"	
Onza	Precio sin IGV
1	12.502
Leche Materna "Biomom" 150 ml	
Onza	Precio sin IGV
5	62.51

c) Precio con IGV

La tabla muestra el detalle del cálculo para 150 ml de LM que se comercializará en la presentación de 150 ml en bolsas especiales pre-estilizadas. El producto se comercializará a un precio unitario de S/. 73.7618.

Leche Materna "Biomom" 150 ml			
Onza	ml	Precio sin IGV	Precio con IGV
5	150	62.51	73.7618

8.9.1.1.3. Plaza

El producto se comercializará directamente en el banco de leche de la empresa, y con entrega a domicilio. Este último, siguiendo un estricto protocolo para la conservación de la LM hasta llegar al punto de entrega.

8.9.1.1.4. Promoción

Se dará en cada etapa del ciclo del producto. Inicialmente, se realizará campañas publicitarias, haciendo uso de afiches publicitarios, que permitan dirigirnos particularmente a los actuales y futuras madres y/o padres del neonato e infante. Se informará a cerca del producto, se realizará videos publicitarios para dar conocimiento al público sobre los beneficios de la LM.

Tabla 11. Presupuesto de publicidad pre-apertura de BANLEMA S.A.C.

Presupuesto Publicidad Preapertura	
Página Web	S/.1000 sin IGV
Spot publicitario	S/. 150 sin IGV

Fuente: Elaboración Propia

Publicidad

Marketing Disruptivo

Contacto: Lic. MBA. Luigi Doménico León Trisoglio

Correo: lleon@marketing-disruptivo.com

Móvil: 971-145895

Oficina: 01-270-085

D´ Todo Eventos BTL

Contacto: Víctor Rosales Sánchez

Correo: victor.rosales@dtodoeventosbtl.net

Móvil: 965730707

Oficina: 065254726

Tabla 12. Presupuesto de publicidad post-apertura de BANLEMA S.A.C.

Publicidad Post-apertura	
Videos publicitarios en IG-FB	S/. 150 sin IGV

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Gastos de publicidad de BANLEMA S.A.C.

GASTOS DE MARKETING	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	PERIODO
DISEÑO DE PÁGINA WEB	S/1,000.00	S/1,180.00	Mensual (primer mes)
Videos publicitarios para redes sociales	S/150.00	S/177.00	Trimestral (primer año)
TOTAL	S/1,150.00	S/1,357.00	

8.9.2. Diseño del producto

El diseño de producto forma parte importante para la captación de clientes y su fidelización en la compra. El diseño de nuestro producto es muy importante, ya que nos permitirá diferenciarnos de otros productos sustitutos, gracias a las características físicas y de contenido, esto se podrá lograr gracias al proceso de fabricación del producto, donde el producto final será un producto de calidad a un buen precio.

A continuación, se detalla el diseño del producto, teniendo en cuenta que habrá dos tipos de presentaciones:

- El producto será presentado en estado natural, es decir en estado líquido, de esta manera el lactante consuma directamente el alimento.

- El producto será envasado en botella de material biodegradable de 180 ml y 150 ml, esta tendrá estaré callada con una tapa rosca.
- También tendrá la segunda presentación en bolsa biodegradable con cierre hermético para evitar derrames, también en contenido de 180 ml y 150 ml.
- Tanto la botella y la bolsa contarán con etiquetado, en la parte delantera de ambas presentaciones irá el logo de la empresa, en la parte trasera irá una etiqueta que presenta el contenido nutricional del producto, cantidad, registro sanitario.
- Fácil transporte: no ocupa mucho espacio y es fácil de manipular y transportar.
- Presentación innovadora: para las madres y apoderados es llamativo, puesto que el envase y logo es agradable para la vista.
- Tapa inteligente: tiene seguridad para el cliente y asegura el producto, gracias a la tapa rosca que asegura el contenido del producto.
- Envase hecho de material biodegradable: no contamina, además tiene una facilidad de uso para hacer compost con el envase.
- No tiene preservantes químicos: mejora la salud al consumir el producto, el lactante no tiene riesgo de salud.
- Producto peruano: orgullo propio por consumir un producto nacional.

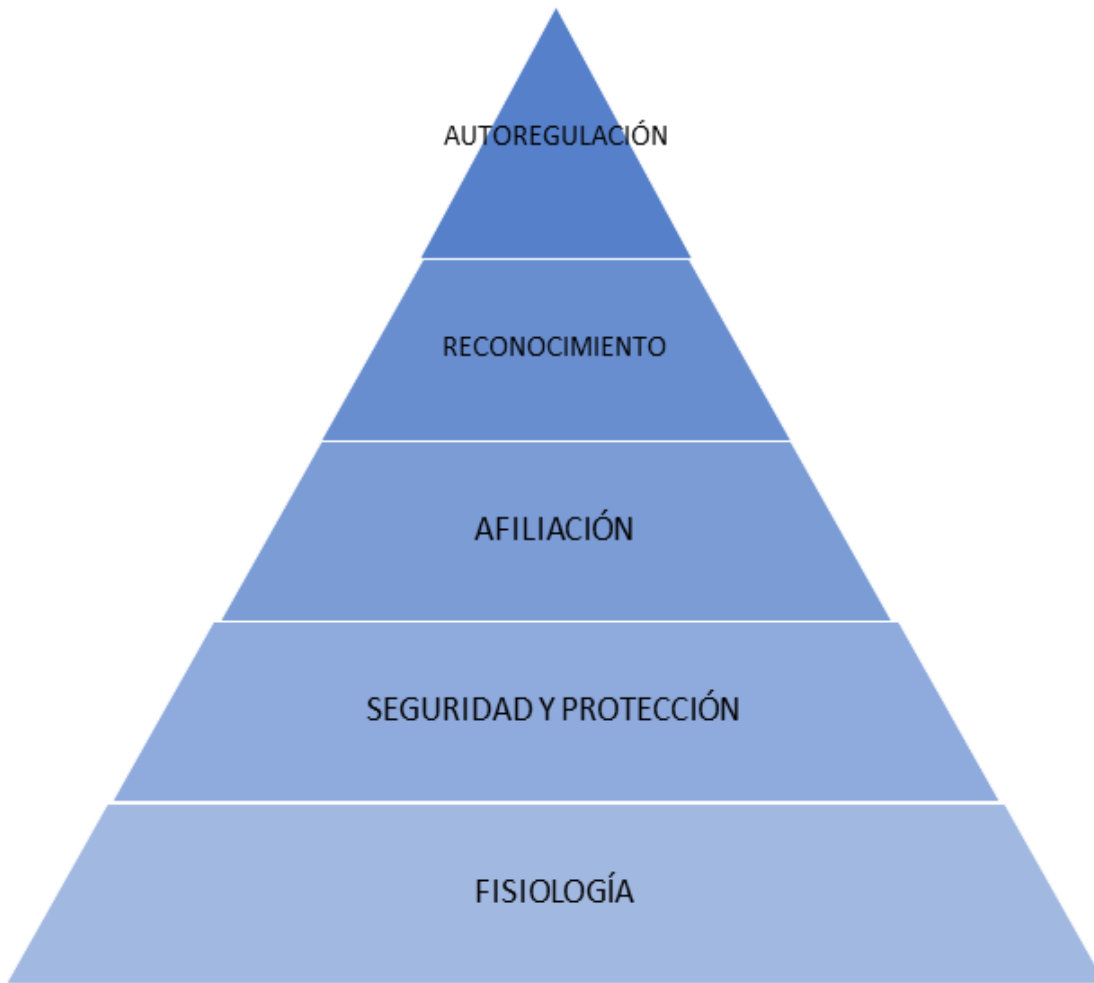


Figura 22. Pirámide de Maslow de la empresa BANLEMA S.A.C

Fuente: Elaboración propia

Fisiología

Satisface la necesidad básica de alimentación y nutrición, ya que nuestro producto, es el alimento indispensable para el lactante.

Seguridad y protección

- Protege al lactante de infecciones que pueda contraer, gracias al contenido biológico de la leche materna, además contiene factores antiinflamatorios, antibacterianos, antivíricos, enzimas, hormonas entre otros organismos biológicos que protegen y dan seguridad a la vida del lactante.

- Contribuye al crecimiento del lactante, mejora el fortalecimiento de sus huesos y sus defensas, con un mejor sistema inmunológico.
- Producto básico: como beneficio esencial es satisfacer la necesidad de alimentarse del lactante.

Producto real: ofrecemos un producto de calidad, está compuesta por una diversidad de nutrientes que cuenta con muchas proteínas, también grasas, vitaminas y minerales, adicionalmente contiene hormonas y enzimas, este alto contenido proteico mejorará la calidad de vida del lactante, protegiéndolo de enfermedades infecciosas entre.

Flor del servicio: facilitadores y enaltecedores.

Facilitadores: como llegar, horario de servicios, precios, condiciones de la venta.

- Cómo llegar. Empleando el blog en la página de Facebook e Instagram, que a través de un link se guiará a la ubicación de la empresa.
- Horario de servicios. Los horarios de servicio son todos los días las 24 horas a excepción de días feriados, u otros casos especiales que se decrete.
- Precios. Los precios son accesibles para el público objetivo al que va dirigido el producto. Adicionalmente, el producto puede ser comprado en diversas cantidades por paquetes de docena, teniendo algunos beneficios extra. El pago, puede realizarse con tarjeta o efectivo al contado.
- Condiciones de venta. Se puede solicitar el pedido por la página oficial de la empresa, o comunicarse con la central de ventas.

Enaltecedores: asesorías, amabilidad, seguridad, excepciones.

- Asesorías. Las personas interesadas en conocer a cerca del producto, tendrán asesoría por profesionales del BLM para garantizar su compra, y además dar las indicaciones pertinentes respecto del suministro a los lactantes.

- Amabilidad. Se entiende que todas las empresas tienen comentarios positivos y negativos, lo cual serán recibidos en todas las plataformas digitales de la compañía. Asimismo, el gerente tiene disponibilidad para recibir a las personas y
- Seguridad. La empresa enviará un estado de cuenta al cliente de acuerdo al producto escogido.
- Excepciones. Se darán en caso en el que, el cliente compre mínimamente 6 unidades del producto, para aplicar a entrega a domicilio gratis.

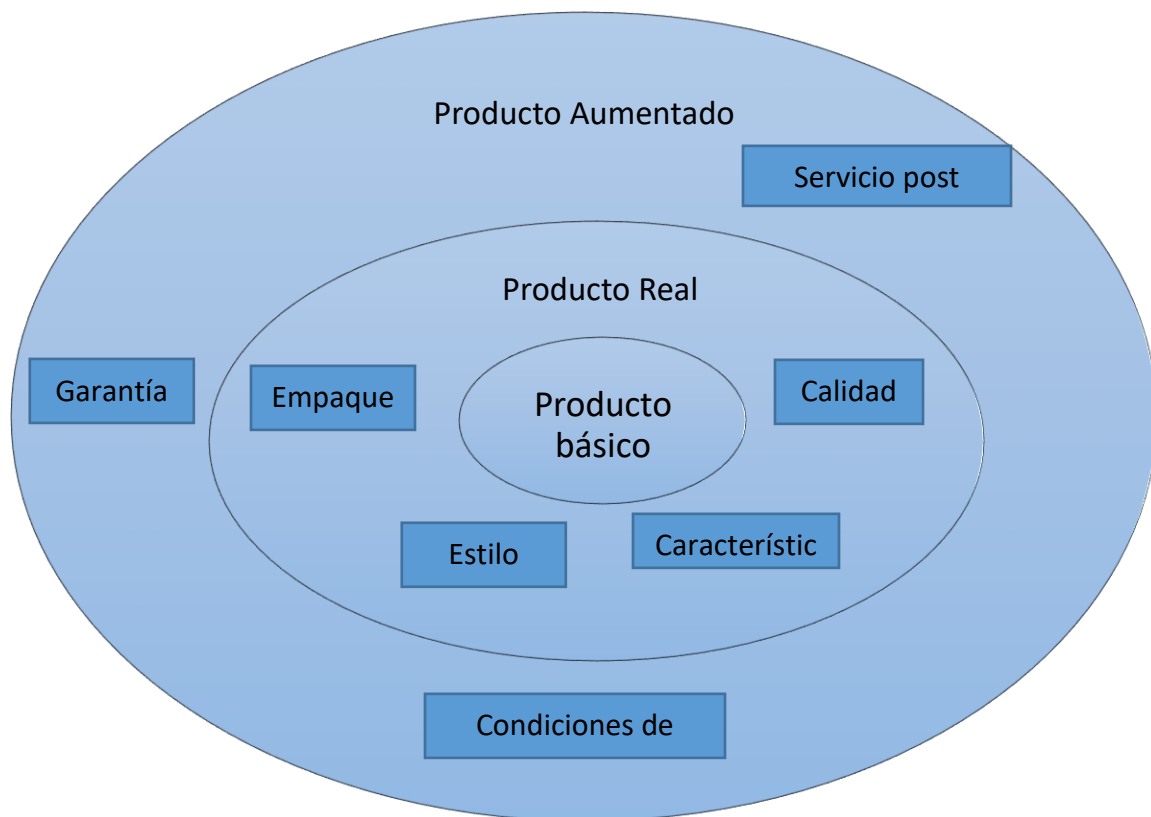


Figura 23. Niveles del Producto

Fuente: Elaboración propia.

Producto básico

Satisfacer la necesidad de alimento, desarrollo y nutrición del lactante.

Producto real. Diseñado para una presentación exclusiva, de acuerdo a los resultados de la encuesta realizada. En empaques especial de 150 ml para almacenar Leche Materna, de fácil almacenamiento, transporte y manipulación, además ocupa menos espacio.

Características y contenido

El producto cumple con todos los requisitos de sanidad y permisos correspondientes, que garantiza la calidad del mismo. Los componentes principales de LM, son: las proteínas, grasas, también muchas vitaminas y minerales, por otro lado contiene hormonas y enzimas, este alto contenido proteico mejorará la calidad de vida del lactante, protegiéndolo de enfermedades infecciosas.

Servicio post venta

Las personas que quieran dar su opinión de los productos se recibirán por el blog de Facebook Definición del “Perfil de cliente objetivo”.

Condiciones de venta

Previo a la compra, el cliente recibirá asesoría sobre el producto. Para la venta, el cliente deberá aceptar las condiciones estipuladas, y asegurarse de que el producto que compra, se encuentra en las condiciones adecuadas. No se permitirá devoluciones, porque el contenido es especial, y la constante manipulación podría jugar en contra.

Tabla 13. Descripción del Perfil del cliente objetivo

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Demográfico • 	Mujeres y Hombres mayores de años que se encuentren a cargo de un menor de dos años lactante.
<ul style="list-style-type: none"> • Geográfico 	Habitantes de Lima Metropolitana
<ul style="list-style-type: none"> • Psicográfico 	Madres que no lactan lo suficiente, y apoderados de niños menores a un año.
<ul style="list-style-type: none"> • Conductual 	Personas que están al cuidado de menores de dos años y desean que tenga una buena nutrición, y desarrollo físico cognitivo.
<ul style="list-style-type: none"> • Condición Socio económica 	Clase social "A" y "B"

Fuente: Elaboración Propia

8.10. Sistema de Cadena de Valor

INFRAESTRUCTURA Planificación, finanzas, contabilidad, asesoría legal, gestión de la calidad.				
DESARROLLO TECNOLÓGICO: Maquinarias y equipos de alta calidad para la industria de leche materna				
RECURSOS HUMANOS: Correcta selección del personal, en este personal calificado se identifican sus habilidades para que den un valor agregado a funciones, ya sea en el ámbito de producción y administrativo Cultura organizacional basada en valores, capacitación del capital humano, remuneración justa, ambiente adecuado.				
APROVISIONAMIENTO: Compra del principal insumo, que es la leche materna, para ello habrá personal calificado que se encargue de la negociación Compra de la maquinaria requerida para la producción Compra de los equipos para el área administrativa				
LOGÍSTICA DE ENTRADA Recepción del insumo principal (leche materna) de las madres que se encuentren en condiciones y cumplan con el requisito; siendo ellas las principales suministrantes. Recepción de datos y la información de nuestros clientes.	PRODUCCIÓN Se cuenta con un proceso de preselección de suministrante, estas deben contar de buena salud. Además, pasaran por controles periódicamente, para asegurarse de que el producto no tenga contaminantes dañinos para la salud del lactante. Se extrae la leche de la lactante en un ambiente adecuado, los utensilios que se utilizan para la extracción son esterilizados, la leche extraída se coloca en un envase especial, este debe ser inocuo a la leche humana y soportar temperaturas de -25°C y 128°C, luego pasa por un proceso de pasteurización.	LOGÍSTICA DE SALIDA Centro de distribución, será en la plata y el local en ubicado en Surco. Camión Sprinter acondicionado para transporte y abastecimiento a toda Lima.	MARKETING Y VENTAS Publicidad por plataformas digitales, como Instagram, Facebook y pagina web de la empresa.	SERVICIOS Asesoramiento para la compra y suministro del producto. Capacitación, tips, y concientización sobre la importancia de alimentar al lactante con leche materna.

MARGEN

Figura 24. Diagrama de cadena de valor de la empresa BANLEMA S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

8.11. Cronograma del proyecto

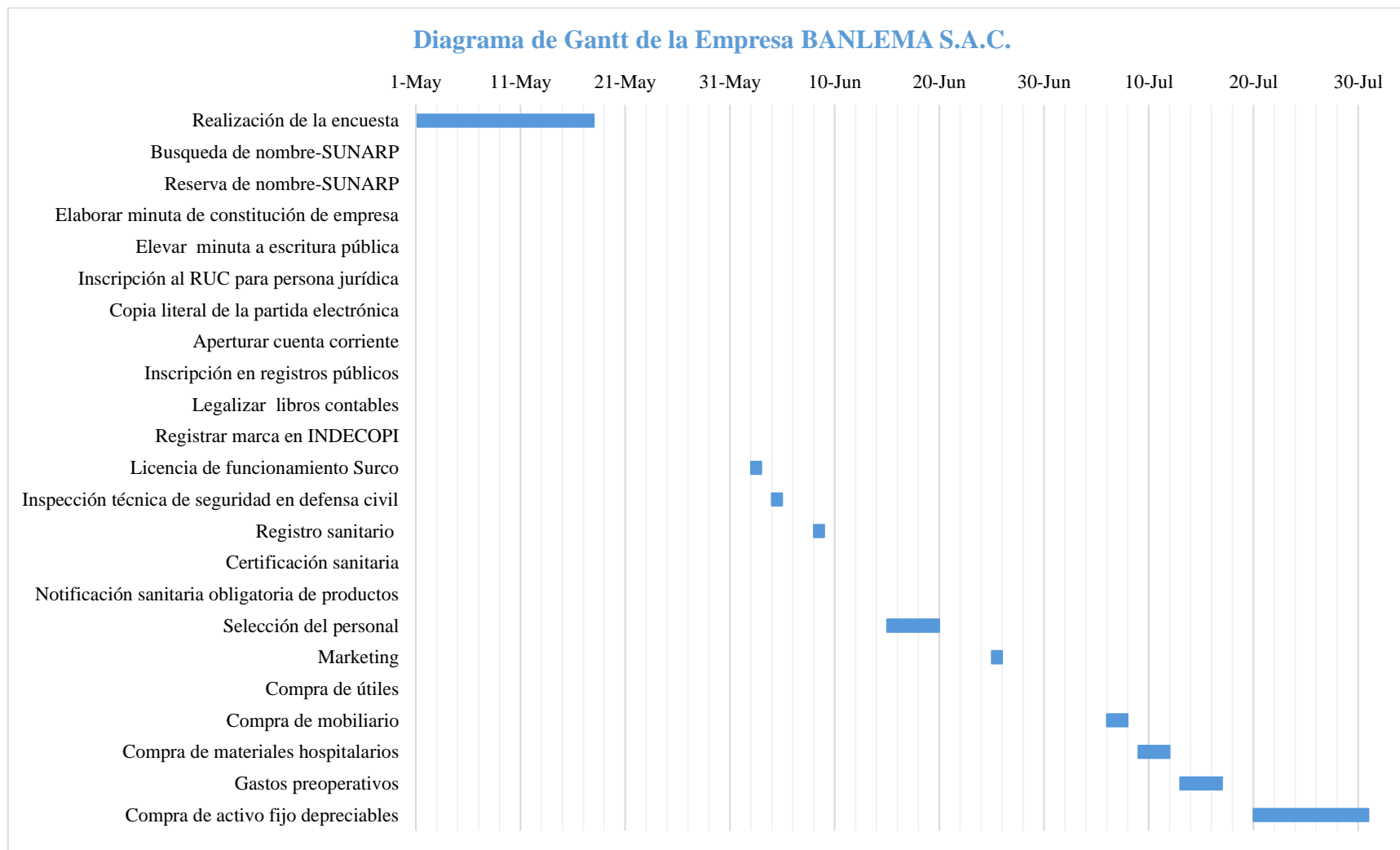


Figura 25. Diagrama de Gantt de la empresa BANLEMA S.A.C

Fuente: *Elaboración Propia*

8.12. Plan de Recursos Humanos

La empresa estará conformada por un directorio de 4 accionistas, una gerencia general, además, de las tres áreas principales: área administrativa, área de ventas y el área de producción, las cuales contarán con una jefatura administrativa, jefatura de ventas y jefatura de producción, respectivamente. Y dentro del área administrativa, también, se tendrá una jefatura de logística.

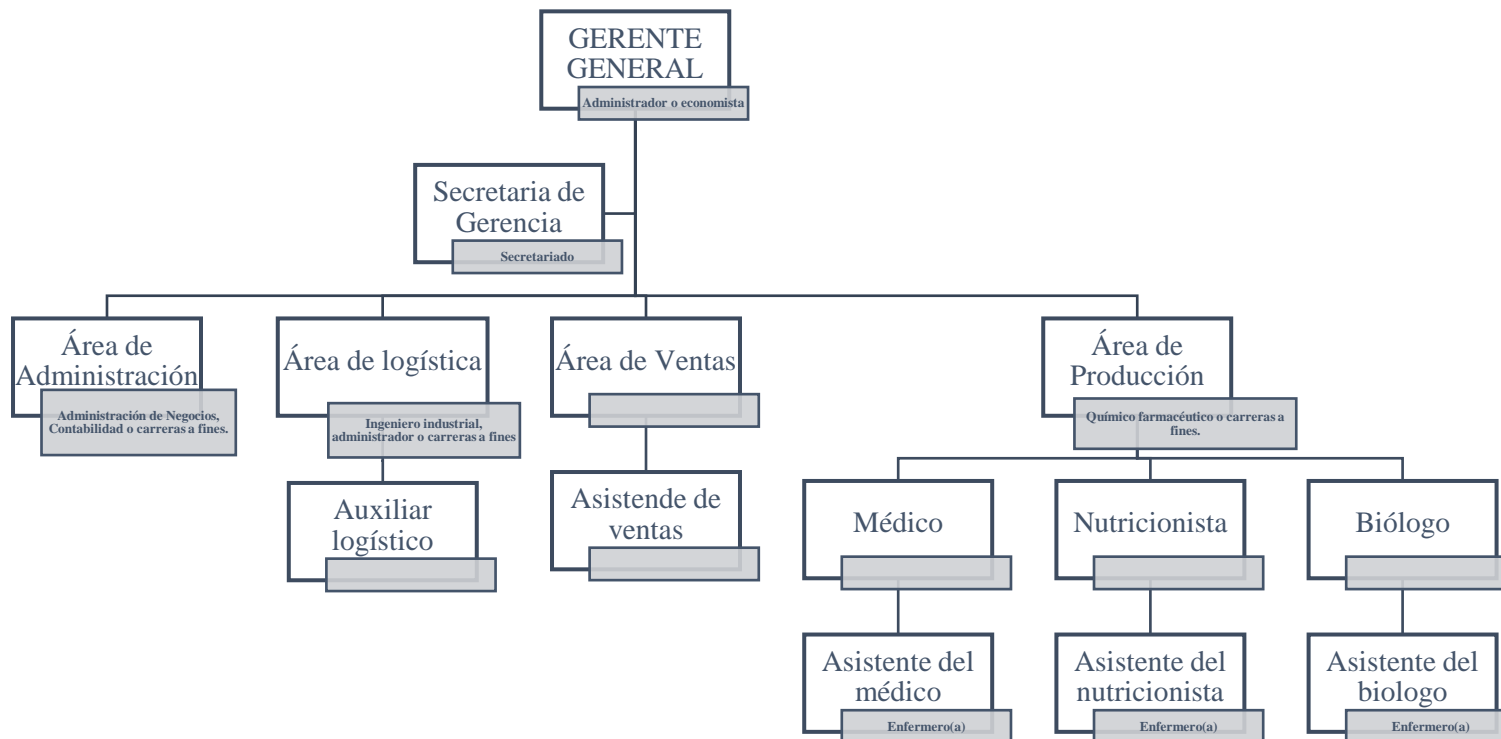


Figura 26. Estructura Organizacional de la Empresa BANLEMA S.A.C.

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 14: Personal Operaciones

Descripción	Cantidad
Jefe de logística	1
Médicos	2
Enfermeras	3
Nutricionista	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15: Personal Administrativo

Descripción	Cantidad
Gerente general	1
Secretaria	1
Jefe de producción	1
Jefe de administración	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16: Personal de Ventas

Descripción	Cantidad
Vendedores	2

Fuente: Elaboración Propia

Las responsabilidades de cada persona ya se encuentran especificadas en el Manual de operaciones y funciones (MOF).

Tabla 17: Trabajadores tercerizados

Descripción	Cantidad
Chofer operador del Furgón	1
Personal de limpieza	2

Fuente: Elaboración Propia

8.12.1. Plan Económico

Para las ventas del producto se abarca Lima, el nivel socioeconómico A y B, el mismo que corresponde un 25.7% respecto al total de la población de esta zona según INEI, con una nata de crecimiento anual de 3.66%.

Tabla 18: Población a considerar (Nacimientos inscritos)

Distrito	Población	% NSE (A y B)	NSC (Mercado Meta)
Lima	17'059,500	25.7%	4'384,292
Total	17'059,500		4'384,292

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI.

Elaboración Propia

- Estimación de la demanda

Usando la tasa de crecimiento anual de nacimientos inscritos es de 3.66%. La siguiente tabla muestra las proyecciones de crecimiento de nacidos inscritos en Lima que pertenecen a nuestra población.

Tabla 19: Crecimiento proyectado de Lima

Crecimiento proyectado	
Año	Población
Lima	
2021	4'544,932
2022	4'711.458
2023	4'884,085
2024	5'063,038
2025	5'248,548
2026	5'440,854
2027	5'640,207
2028	5'846,864
2029	6'061,092
2030	6'283,171

Fuente: Elaboración Propia

- Estimación de la demanda potencial:

Para realizar la estimación correspondiente, se requiere información de la pregunta N°3, ¿Usted tiene un menor hijo de hasta 2 años?, tuvo como respuesta

que el 64.2% de las personas de Lima del nivel socioeconómico A y B tiene hijos de hasta 2 años.

Tabla 20: Estimación de la demanda potencial

Demanda potencial	
Año	Población
Lima	
2021	2'917,846
2022	3'024,756
2023	3'135,583
2024	3'250,470
2025	3'369,568
2026	3'493,028
2027	3'621,013
2028	3'753,686
2029	3'891,221
2030	4'033,796

Fuente: Elaboración Propia

- Estimación de la demanda disponible

Para la estimación se requiere información de la pregunta N°7 ¿Usted estaría dispuesto a alimentar a su hijo con leche materna de una empresa supervisada por el Ministerio de Salud?, el cual tuvo como respuesta que el 48.2% sí está dispuesto alimentar a su hijo con leche materna de una empresa supervisada por el Ministerio de Salud.

Tabla 21: Estimación de la demanda disponible

Demanda disponible	
Año	Población
Lima	
2021	1'406,402

2022	1'457,932
2023	1'511,351
2024	1'566,727
2025	1'624,132
2026	1'683,640
2027	1'745,328
2028	1'809,277
2029	1'875,569
2030	1'944,289

Fuente: Elaboración Propia

- Estimación de la demanda efectiva

Para la estimación se requiere información de la pregunta N°12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una onza de leche materna?, el cual tuvo como respuesta que el 64.4% está dispuesto a usar una crema facial orgánica.

Tabla 22: Estimación de la demanda efectiva

Demanda efectiva	
Año	Población
Lima	
2021	905,723
2022	938,908
2023	973,310
2024	1'008,972
2025	1'045,941
2026	1'084,264
2027	1'123,991
2028	1'165,174
2029	1'207,866
2030	1'252,122

Fuente: Elaboración Propia

- Demanda objetivo

Se considera que la empresa BANLEMA SAC tendrá participación de mercado de 7.91%.

Tabla 23: Demanda objetivo

Demanda objetivo	
Año	Población
Lima	
2021	71,658
2022	74,284
2023	77,006
2024	79,827
2025	82,752
2026	85,784
2027	88,927
2028	92,185
2029	95,563
2030	99,064

Fuente: Elaboración Propia

- Cuantificación de la demanda real

Para cuantificar la demanda, se requiere información de la pregunta N°10, ¿Con qué frecuencia compraría usted leche materna? En base a ello, para determinar la demanda anual, se procede a multiplicar la cantidad de demanda objetivo de Lima por la frecuencia de compra que es 3 veces por semana. Sin embargo, la encuesta la tendremos como referencia, realizaremos la venta al año 24 veces.

Tabla 24: Demanda real

Demanda real	
Año	Población
Lima	

2021	1'719,798
2022	1'782,812
2023	1'848,134
2024	1'915,849
2025	1'986,046
2026	2'058,814
2027	2'134,249
2028	2'212,448
2029	2'293,512
2030	2'377,546

Fuente: Elaboración Propia

Quitando la merma al 3% se obtuvo una producción mensual promedio el primer año 143317 unidades.

- Estacionalidad

Se consideran los meses de octubre y setiembre aquellos donde mayor demanda de leche materna hay, debido a los diferentes al mayor número de nacidos inscritos en esa fecha.

Tabla 25: Estacionalidad de venta

Ventas	
Año	Población
Lima	
Enero	11.90%
Febrero	11.84%
Marzo	11.83%
Abril	11.87%
Mayo	12.01%
Junio	11.90%
Julio	12.22%
Agosto	12.12%
Setiembre	12.74%

Octubre	12.46%
Noviembre	12.22%
Diciembre	11.91%

Fuente: Elaboración Propia

8.12.2. Plan Contable

Nuestra metodología de trabajo en el ámbito tributario y de manejo de nuestras cuentas contables estará encargado a un tercero, debido a que el requerimiento constante de un contador no lo vemos necesario, tercerizaremos el servicio de contaduría, el cual estará encargado de realizar nuestras partidas contables, esto nos ayudara también a minimizar costos, debido a que no contrataremos a un contador fijo, si no que a una empresa que se encargue de realizar nuestros estados financieros, además de encargarse de nuestra responsabilidad tributaria, mediante el neto a pagar por el Impuesto General a las Ventas (IGV), la empresa que nosotros consideraremos para que nos realice el servicio de elaboración contable será Contabilium S.A.C, el cual estará encargado de realizar las siguientes funciones:

Planeamiento Tributario.

Revisión del correcto cumplimiento de todas las obligaciones tributarias

Elaboración de las declaraciones juradas de renta

Elaboración de planilla electrónica mensual de pagos (PLAME)

8.12.3. Plan Financiero

8.12.4. Supuestos y políticas

El capital de trabajo para el año 1 del proyecto va a ser financiada por terceros y por los accionistas lo que permitirá el buen funcionamiento de la empresa. Asimismo, la depreciación se realizará de manera lineal al igual que la amortización, por el

período de 10 años. En adición, el crecimiento poblacional anual para el número de nacidos en Lima es de 3.6% y la tasa de inflación es de 2.4%.

8.12.5. Estimación del presupuesto de inversión inicial

El presupuesto de inversión inicial es de suma importancia debido a que representa la cantidad de dinero necesario a invertir para poder realizar el proyecto. Después de un detallado cálculo se estima que para realizar el proyecto se requiere una inversión total de S/224,727.

Tabla 26: Resumen de inversión

Por lo tanto, en la siguiente tabla se detalla las inversiones en tangibles e intangibles necesarias para cada área de la empresa.

a) Inversión en activos tangibles

La inversión en activos tangibles son bienes fácilmente identificables y se deprecian de acuerdo con la vida útil, en la siguiente tabla se muestra a detalle la inversión tangible necesaria para el proyecto.

Tabla 27: Activos tangibles

TASA DE DEPRECIACIÓN (SUNAT)	Descripción	Cant.	Costo Unitario	Costo Total (Sin. IGV)	Dep. anual	Dep. mensual	Vida Útil (SUNAT)
EXTRACCIÓN DE LECHE MATERNA							
10.00%	Aire acondicionado split 18000 BTU	1	S/1,185.59	S/1,185.59	S/118.56	S/9.88	10
25.00%	PC All in One 24" Rayzer 3 4GB 1TB HP	1	S/1,694.07	S/1,694.07	S/423.52	S/35.29	4
Total activo Fijo Tangible- Área de Extracción de Leche Materna			S/2,879.66	S/2,879.66	S/542.08	S/45.17	
CONSULTORIO DE CONSEJERIA							
25.00%	PC All in One 24" Rayzer 3 4GB 1TB HP	1	S/1,694.07	S/1,694.07	S/423.52	S/35.29	4
Total activo Fijo Tangible- Consultorio de Consejería			S/1,694.07	S/1,694.07	S/423.52	S/35.29	
JEFATURA DE APOYO							
25.00%	Matebook 15.6" AMD Ryzen 8GB 1 TB + 256 GB SSD	1	S/2,288.05	S/2,288.05	S/572.01	S/47.67	4
Total activo Fijo Tangible- Jefatura de Apoyo			S/2,288.05	S/2,288.05	S/572.01	S/47.67	
CONSULTORIO MÉDICO A							
10.00%	Máquina de electrocardiograma	1	S/2,838.98	S/2,838.98	S/283.90	S/23.66	10
10.00%	Desfibrilador	1	S/22,966.10	S/22,966.10	S/2,296.61	S/191.38	10
10.00%	Ultrasonido de diagnóstico	1	S/10,868.64	S/10,868.64	S/1,086.86	S/90.57	10
Total activo Fijo Tangible- Consultorio Médico A			S/36,673.73	S/36,673.73	S/3,667.37	S/305.61	

CONSULTORIO MÉDICO B							
10.00%	Audiómetro	1	S/7,796.61	S/7,796.61	S/779.66	S/64.97	10
Total activo Fijo Tangible- Consultorio Médico B			S/7,796.61	S/7,796.61	S/779.66	S/64.97	
BIOLÓGO							
25.00%	Laptop HP 5ta generación	1	S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	4
Total activo Fijo Tangible- Biólogo			S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	
AREA ADMINISTRATIVA							
25.00%	Laptops HP 5ta generación	1	S/673.31	S/673.31	S/168.33	S/14.03	4
Total activo Fijo Tangible- Área Administrativa			S/673.31	S/673.31	S/168.33	S/14.03	
AREA DE PROCESAMIENTO							
10.00%	Pasteurizador de leche materna automático	1	S/25,423.73	S/25,423.73	S/2,542.37	S/211.86	10
10.00%	Congelador de tipo armario	1	S/3,389.83	S/3,389.83	S/338.98	S/28.25	10
10.00%	Refrigerador de laboratorio	1	S/3,707.63	S/3,707.63	S/370.76	S/30.90	10
10.00%	Congelador para leche materna	1	S/5,190.68	S/5,190.68	S/519.07	S/43.26	10
10.00%	Dispensador para medios de cultivo con volumen de 1 a 10 mililitros.	1	S/2,758.47	S/2,758.47	S/275.85	S/22.99	10
10.00%	Incubadora de cultivo bacteriológico	1	S/1,779.66	S/1,779.66	S/177.97	S/14.83	10
10.00%	Lavador de frasco	1	S/1,483.05	S/1,483.05	S/148.31	S/12.36	10
10.00%	Destilador de agua de 4L	1	S/1,171.61	S/1,171.61	S/117.16	S/9.76	10
Total activo Fijo Tangible- Área de Procesamiento			S/44,904.66	S/44,904.66	S/4,490.47	S/374.21	
AREA DE CONTROL DE CALIDAD							
10.00%	Balanza analítica	1	S/1,737.29	S/1,737.29	S/173.73	S/14.48	10
10.00%	Meza de trabajo de acero inoxidable de 70x200	1	S/1,525.42	S/1,525.42	S/152.54	S/12.71	10

Total activo Fijo Tangible- Área Control de Calidad			S/3,262.71	S/3,262.71	S/326.27	S/27.19	
FRACCIONAMIENTO							
10.00%	Analizador ultrasónico de leche	1	S/3,305.08	S/3,305.08	S/330.51	S/27.54	10
10.00%	Analizador de densidad	1	S/8,898.31	S/8,898.31	S/889.83	S/74.15	10
Total activo Fijo Tangible- Área Fraccionamiento			S/12,203.39	S/12,203.39	S/1,220.34	S/101.69	
ETIQUETADO							
25.00%	Laptops HP 5ta generación	1	S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	4
Total activo Fijo Tangible- Etiquetado			S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	
ALMACENAMIENTO							
25.00%	Laptops HP 5ta generación	1	S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	4
Total activo Fijo Tangible- Almacenamiento			S/1,346.61	S/1,346.61	S/336.65	S/28.05	
REPARTO Y RECOJO							
20.00%	Mini van changan	1	S/28,813.56	S/28,813.56	S/5,762.71	S/480.23	5
Total activo Fijo Tangible- Reparto y Recojo			S/28,813.56	S/28,813.56	S/5,762.71	S/480.23	
Total activo Fijo Tangible			S/145,229.58	S/145,229.58	S/18,962.71	S/1,580.23	

Fuente: *Elaboración Propia*

- b) En este rubro de inversión se considera a todos los activos intangibles necesarios para la realización del proyecto, estos activos no se identifican físicamente y son amortizables. En la siguiente tabla se muestra a detalle la composición de la inversión intangible.

Tabla 28: Activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES			
Inversión en Activo Intangible: Constitución de Empresa			
Legal			
Actividades	Costo Total (Inc. IGV)	IGV	Costo Total (Sin IGV)
Reserva de nombre	18	0	18
Elaboración de minuta (de acuerdo a notaria)	254.24	38.78	215.46
Gastos notariales y registrales	500	76.27	423.73
Inscripción a registros públicos	46.44	0	46.44
Legalización de libros	114	17.39	96.61
Constitución de la empresa	932.68	132.44	800.24
Licencia de funcionamiento de planta	304.88	0	304.88
Licencia de funcionamiento de local de ventas en San Borja	279	0	279
Licencia de Software Office	219	33.41	185.59
Total de inversión en Activo Intangible	2,668.24	298.30	2,369.94

Fuente: Elaboración Propia

c) Capital de trabajo

El capital de trabajo se ha calculado mediante el método de déficit calculado, siendo la necesidad para el primer año S/ 437,305.95; con un porcentaje de cambio en las ventas de un 25.41%.

Tabla 29: Capital de trabajo

CÁLCULO CAPITAL DE TRABAJO - AÑO 1 (2021)												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS EN EFECTIVO												
Ventas unidades	S/ 1,422.15	S/ 1,396.05	S/ 1,668.01	S/ 1,695.20	S/ 1,740.53	S/ 1,767.72	S/ 1,501.25	S/ 1,938.85	S/ 1,947.51	S/ 1,947.51	S/ 2,846.67	S/ 2,504.27
Precio de Venta	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52
Ventas sin IGV	S/ 91,017.81	S/ 89,347.07	S/ 106,752.35	S/ 108,492.87	S/ 111,393.75	S/ 113,134.28	S/ 96,080.26	S/ 124,086.34	S/ 124,640.91	S/ 124,640.92	S/ 182,187.07	S/ 160,273.57
IGV	S/ 16,383.21	S/ 16,082.47	S/ 19,215.42	S/ 19,528.72	S/ 20,050.88	S/ 20,364.17	S/ 17,294.45	S/ 22,335.54	S/ 22,435.36	S/ 22,435.36	S/ 32,793.67	S/ 28,849.24
Total Ingresos Efectivo	S/ 107,401.02	S/ 105,429.54	S/ 125,967.77	S/ 128,021.59	S/ 131,444.63	S/ 133,498.45	S/ 113,374.70	S/ 146,421.88	S/ 147,076.28	S/ 147,076.28	S/ 214,980.75	S/ 189,122.81

EGRESOS EN EFECTIVO

Material es	S/ 67,730 .05	S/ 66,486 .79	S/ 79,438 .76	S/ 80,733 .95	S/ 82,892 .62	S/ 84,187 .81	S/ 71,497 .22	S/ 92,337 .68	S/ 92,750 .37	S/ 92,750 .37	S/ 135,57 2.80	S/ 119,26 6.07
Materia Prima (Leche Materna)	S/ 46,488 .45	S/ 45,635 .10	S/ 54,525 .05	S/ 55,414 .05	S/ 56,895 .71	S/ 57,784 .71	S/ 49,074 .16	S/ 63,378 .60	S/ 63,661 .86	S/ 63,661 .86	S/ 93,054 .26	S/ 81,861 .67
Etiquetas, empaque y transporte	S/ 18,001 .36	S/ 17,670 .92	S/ 21,113 .31	S/ 21,457 .55	S/ 22,031 .28	S/ 22,375 .52	S/ 19,002 .60	S/ 24,541 .60	S/ 24,651 .28	S/ 24,651 .28	S/ 36,032 .67	S/ 31,698 .65
IGV Materiales	S/ 3,240. 24	S/ 3,180. 77	S/ 3,800. 40	S/ 3,862. 36	S/ 3,965. 63	S/ 4,027. 59	S/ 3,420. 47	S/ 4,417. 49	S/ 4,437. 23	S/ 4,437. 23	S/ 6,485. 88	S/ 5,705. 76
Personal	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 90,587 .57	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 61,263 .91	S/ 90,587 .57
Mano de obra directa fijo (sueldo)	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00	S/ 28,906 .00
Personal Administrativo	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00	S/ 22,230 .00
Personal de Ventas	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00	S/ 3,000. 00

Vacaciones personal	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67	S/ 2,255. 67
EsSalud	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24	S/ 4,872. 24
CTS						S/ 29,323 .67						S/ 29,323 .67
Servicios	S/ 22,067 .02	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 23,168 .91	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 22,139 .79	S/ 23,168 .91
Energía Eléctrica	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21	S/ 5,036. 21
Agua	S/ 342.62	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29	S/ 404.29
Teléfono e Internet Fábrica	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
Servicio de limpieza	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00	S/ 1,200. 00
Servicio de contabilidad	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
Servicio de seguridad	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00	S/ 2,400. 00

Mantenimiento						S/ 872.14						S/ 872.14
Alquiler	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00	S/ 11,000 .00
IGV Servicios	S/ 1,688. 19	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,856. 27	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,699. 29	S/ 1,856. 27
Impuestos												
Pago a cuenta Impuesto Renta (1.5%)	S/ 1,611. 02	S/ 1,581. 44	S/ 1,889. 52	S/ 1,920. 32	S/ 1,971. 67	S/ 2,002. 48	S/ 1,700. 62	S/ 2,196. 33	S/ 2,206. 14	S/ 2,206. 14	S/ 3,224. 71	S/ 2,836. 84
Pago de IGV	S/ 11,454 .77	S/ 11,202 .42	S/ 13,715 .74	S/ 13,967 .07	S/ 14,385 .96	S/ 14,480 .30	S/ 12,174 .69	S/ 16,218 .76	S/ 16,298. 84	S/ 16,298 .84	S/ 24,608 .50	S/ 21,287 .21
Total egresos efectivo	S/ 151,06 0.97	S/ 149,89 0.48	S/ 162,84 2.45	S/ 164,13 7.65	S/ 166,29 6.31	S/ 197,94 4.30	S/ 154,90 0.92	S/ 175,74 1.38	S/ 176,15 4.06	S/ 176,15 4.06	S/ 218,97 6.50	S/ 233,02 2.55
Saldo de Caja (Ingresos - Egresos)	-S/ 43,659 .96	-S/ 44,460 .94	-S/ 36,874 .68	-S/ 36,116 .06	-S/ 34,851 .68	-S/ 64,445 .84	-S/ 41,526 .21	-S/ 29,319 .50	-S/ 29,077. 78	-S/ 29,077 .78	-S/ 3,995. 75	-S/ 43,899 .74
Saldo de Caja Inicial		-S/ 43,659 .96	-S/ 88,120 .89	-S/ 124,99 5.58	-S/ 161,11 1.64	-S/ 195,96 3.32	-S/ 260,40 9.17	-S/ 301,93 5.38	-S/ 331,25 4.88	-S/ 360,33 2.67	-S/ 389,41 0.45	-S/ 393,40 6.20
Saldo de Caja Final	-S/ 43,659 .96	-S/ 88,120 .89	-S/ 124,99 5.58	-S/ 161,11 1.64	-S/ 195,96 3.32	-S/ 260,40 9.17	-S/ 301,93 5.38	-S/ 331,25 4.88	-S/ 360,33 2.67	-S/ 389,41 0.45	-S/ 393,40 6.20	-S/ 437,30 5.95

8.12.6. Estructura de los gastos administrativos

Tabla 30. Área de vestidores para suministrantes

VESTIDOR PARA SUMINISTRANTE				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
4	Banca camarín	S/222.95	-	S/891.80
12	Toallas de tela	S/24.90	S/45.58	S/253.22
4	Locker 9 casilleros de metal	S/629.90	S/384.35	S/2,135.25
2	Porta papel Higiénico	S/32.90	S/10.04	S/55.76
2	Dispensador de gel antibacterial	S/39.90	S/12.17	S/67.63
2	Porta jabón líquido	S/94.90	S/28.95	S/160.85
24	Sandalias modelo Crocs	S/12.00	S/43.93	S/244.07
2	Tacho de acero con pedal INOX 20 L	S/49.90	S/15.22	S/84.58
2	Porta papel toalla	S/21.90	S/6.68	S/37.12
TOTAL		S/1,129.25	S/546.93	S/3,930.27

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Área de recepción BAMLEMA S.A.C.

RECEPCIÓN DE LECHE MATERNA				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
2	Refrigeradora ELECTROLUX 144 L	S/599.90	S/183.02	S/1,016.78
2	Estante de metal 36 x 83 x 136	S/549.90	S/167.77	S/932.03
1	Estante mesa cube 135 x 69 x 169	S/299.90	S/45.75	S/254.15
200	Frascos con tapa rosca de 180 ml.	S/5.25	S/160.17	S/889.83
5000	Bolsas conservadoras de LM 150ml	S/0.05	S/38.14	S/211.86
12	Fuente de aluminio 30 x 22 x 5mm	S/26.90	S/49.24	S/273.56
4	Estante metal 40x90x180 cm	S/179.90	S/109.77	S/609.83
1	Armario mediano barú 45 x 65 x 101 cm	S/249.90	S/38.12	S/211.78
1	Mesa auxiliar tizziano	S/99.90	S/15.24	S/84.66
1	Sillas de visita niza negro	S/69.90	S/10.66	S/59.24
2	Aire acondicionado split 18000 BTU	S/1,399.00	S/426.81	S/2,371.19
TOTAL		S/3,480.50	S/1,244.68	S/6,914.92

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Área de extracción BAMLEMA S.A.C.

EXTRACCIÓN LECHE MATERNA				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
12	Mesa redonda 60 cm	S/59.90	S/109.65	S/609.15
12	Sillón fijo negro	S/59.90	S/109.65	S/609.15
2	Frigobar 100 L blanco	S/499.90	S/152.51	S/847.29
12	Mantel de tela 1m2	S/10.00	S/18.31	S/101.69
1	Escritorio con 3 cajones jasmo	S/269.90	S/41.17	S/228.73
2	Vanitorio abrantes	S/299.90	S/91.49	S/508.31
4	Estante metal 37x34x86	S/59.90	S/36.55	S/203.05
2	Tachos	S/49.90	S/15.22	S/84.58
1	Aire acondicionado split 18000 BTU	S/1,399.00	S/213.41	S/1,185.59
24	Bomba extractora manual de LM	S/112.90	S/413.33	S/2,296.27
2	Dispensador de agua	S/229.90	S/70.14	S/389.66
10	Vasos de almacenamiento para leche materna x 10 unid.	S/57.47	S/87.67	S/487.03
1	Led 43" Full HD Smart TV Ai - 43LM6300PSB LG	S/1,099.00	S/167.64	S/931.36
1	PC All in One 24" Rayzer 3 4GB 1TB HP	S/1,999.00	S/304.93	S/1,694.07
1	Equipo de Sonido M40D Bluetooth Karaoke SONY	S/749.90	S/114.39	S/635.51
24	Set de biberones de almacenamiento boca ancha x3 unid.	S/52.90	S/193.67	S/1,075.93
300	Mandil con abertura frontal para las ministrantes	S/1.58	S/72.08	S/472.50
TOTAL		S/7,009.37	S/2,139.73	S/12,359.87

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Consultorio BAMLEMA S.A.C.

CONSULTORIO DE CONSEJERÍA				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
2	Tiendas Amueble * Armour * Escritorio melanina 18mm	S/199.00	-	S/398.00
12	Silla Master Confort	S/37.90	S/69.38	S/385.42
1	Pizarra Corcho 100 x 54.7cm	S/39.90	S/6.09	S/33.81
1	Pizarra acrílica 120 x 80 cm	S/79.90	S/12.19	S/67.71
1	PC All in One 24" Rayzer 3 4GB 1TB HP	S/1,999.00	S/304.93	S/1,694.07
1	Escritorio de melamina con repisa + Silla de oficina Avignon negro HC Office	S/179.90	S/27.44	S/152.46

2	Parlante B115 20 BLT Pedestal BAZZUKA	S/529.00	S/161.39	S/896.61
1	Proyector Vivibright GP100UP Android 6 3500 Lúmenes WiFi LAN Bluetooth	S/1,199.00	S/182.90	S/1,016.10
2	Villa Hogar - ESTANTE ORGANIZADOR CIRYL SMALL	S/249.00	S/75.97	S/498.00
TOTAL		S/4,512.60	S/840.28	S/5,142.19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Jefatura de apoyo BAMLEMA S.A.C.

JEFATURA DE APOYO				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Escritorio de melanina con repisa y silla de oficina Avignon negro HC Office	S/179.90	S/27.44	S/152.46
1	Mate book 15.6" AMD Ryzen 8GB 1 TB + 256 GB SSD	S/2,699.90	S/411.85	S/2,288.05
1	Estante Bagan 180 cm 2 puertas Nogal	S/219.00	S/33.41	S/185.59
3	Silla Ada con brazos Taupe	S/79.90	S/36.56	S/67.71
1	Set papelerero 5 piezas gris	S/29.90	S/4.56	S/25.34
TOTAL		S/3,208.60	S/513.82	S/2,719.15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Área de ventas BAMLEMA S.A.C.

ÁREA DE VENTAS				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Mueble alto para atención al cliente	S/450.00	S/68.64	S/381.36
2	Porta lapicero	S/24.50	S/7.47	S/41.53
2	Cajas registradoras	S/165.00	S/50.34	S/279.66
2	Sillas-base de metal	S/199.00	S/60.71	S/337.29
2	Mostradores de productos	S/280.00	S/85.42	S/474.58
2	POS(Lector de tarjetas)	S/328.40	S/100.19	S/556.61
1	Extintor	S/90.00	S/13.73	S/76.27
2	Aire acondicionado	S/99.99	S/30.51	S/169.47
1	Teléfono fijo	S/30.00	S/4.58	S/25.42
TOTAL		S/1,666.89	S/421.59	S/2,342.19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. Consultorio médico A BAMLEMA S.A.C.

CONSULTORIO MÉDICO A				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Escritorio 2 largo x 1 ancho metros	S/300.00	S/45.76	S/254.24
12	Brazalete Nibp Para Monitor De Signos Vitales Neonatal	S/50.00	S/91.53	S/508.47
1	Máquina de electrocardiograma	S/3,350.00	S/511.02	S/2,838.98
1	Desfibrilador	S/27,100.00	S/4,133.90	S/22,966.10
1	Ultrasonido de diagnóstico	S/12,825.00	S/1,956.36	S/10,868.64
3	Tacho de basura (clasificar residuos)	S/61.50	S/28.14	S/156.36
1	Estante	S/399.00	S/60.86	S/338.14
TOTAL		S/44,085.50	S/6,827.57	S/37,930.93

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Consultorio médico B BAMLEMA S.A.C.

CONSULTORIO MÉDICO B				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Escritorio 2 largo x 1 ancho metros	S/300.00	S/45.76	S/254.24
3	Camillas para pacientes	S/667.60	S/305.51	S/1,697.29
1	Termómetro Digital Infrarrojo Médico Original	S/600.00	S/91.53	S/508.47
1	Oxímetro de pulso / saturómetro	S/390.00	S/59.49	S/330.51
1	Audiómetro	S/9,200.00	S/1,403.39	S/7,796.61
2	Balanza Digital Pediátrica Pesa Bebes 20kg Modelo 354-seca 1	S/740.00	S/225.76	S/1,254.24
1	Extintor	S/90.00	S/13.73	S/76.27
1	Teléfono	S/30.00	S/4.58	S/25.42
1	Estante	S/399.00	S/60.86	S/338.14
TOTAL		S/12,416.60	S/2,210.61	S/12,281.19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38. Oficina del biólogo BAMLEMA S.A.C.

OFICINA BIÓLOGO				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Escritorio 2 largo x 1 ancho metros	S/300.00	S/45.76	S/254.24
1	Laptop HP 5ta generación	S/1,589.00	S/242.39	S/1,346.61
1	Estante pequeño	S/399.00	S/60.86	S/338.14

3	Tacho de basura (clasificar residuos)	S/61.50	S/28.14	S/156.36
1	Teléfono	S/30.00	S/4.58	S/25.42
TOTAL		S/2,379.50	S/381.74	S/2,120.76

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Área administrativa BAMLEMA S.A.C.

ÁREA ADMINISTRATIVA				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
2	Escritorio 2 largo x 1 ancho metros	S/300.00	S/91.53	S/508.47
1	Laptops HP 5ta generación	S/1,589.00	S/242.39	S/1,346.61
1	Estante grande	S/600.00	S/91.53	S/508.47
4	Lockers	S/350.00	S/213.56	S/1,186.44
3	Telefono	S/30.00	S/13.73	S/76.27
1	Aire acondicionado	S/99.99	S/15.25	S/84.74
1	Extintor	S/90.00	S/13.73	S/76.27
1	Impresora EPSON	S/550.00	S/83.90	S/466.10
TOTAL		S/3,608.99	S/765.61	S/4,253.38

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Vestidores para personal BAMLEMA S.A.C.

VESTIDORES PARA PERSONAL				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Taquilla metálica con 5 separaciones	S/1,400.00	S/213.56	S/1,186.44
1	banqueta de madera	S/1,000.00	S/152.54	S/847.46
1	Lava mano milano blanco	S/150.00	S/22.88	S/127.12
1	secador de manos automático	S/380.00	S/57.97	S/322.03
1	mueble botiquín con espejo	S/270.00	S/41.19	S/228.81
TOTAL		S/3,200.00	S/488.14	S/2,711.86

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. Área de procesamiento BAMLEMA S.A.C.

AREA DE PROCESAMIENTO				
CANT	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Pasteurizador de leche materna automático	S/60,000.00	S/9,152.54	S/50,847.46
1	Congelador de tipo armario	S/12,000.00	S/1,830.51	S/10,169.49
5	Extractor de leche materna eléctrico	S/750.00	S/572.03	S/3,177.97
1	Aire acondicionado	S/99.99	S/15.24	S/84.66
1	Extintor	S/90.00	S/13.73	S/76.27
2	Agitador por vibración para tubos 220 VAC o 230 VAC, 60 Hz.	S/245.00	S/74.75	S/415.25
2	Calentador a baño maría para calentamiento y descongelado rápido de leche humana extraída	S/315.00	S/96.10	S/533.90

1	Refrigerador de laboratorio	S/8,750.00	S/1,334.75	S/7,415.25
1	Congelador para leche materna	S/12,250.00	S/1,868.64	S/10,381.36
3	Centrífuga para micro hematocritos confeccionado en chapa de acero	S/770.00	S/352.37	S/1,957.63
1	Dispensador para medios de cultivo con volumen de 1 a 10 mililitros.	S/2,800.00	S/427.12	S/2,372.88
3	Cabina de flujo laminar, protección del producto	S/2,170.00	S/993.05	S/5,516.95
3	Lavadora automática de pipetas de pipetas dos depósitos	S/350.00	S/160.17	S/889.83
3	Bureta automática	S/70.00	S/32.03	S/177.97
3	Desionizador de agua a base de resinas de intercambio ionico	S/87.50	S/40.04	S/222.46
6	Caja isotermica, cuerpo termoplástico de pared doble	S/178.50	S/163.37	S/907.63
6	Termómetro digital, con cable extensor	S/73.50	S/67.27	S/373.73
6	Termómetro calibrado y certificado de fábrica	S/73.50	S/67.27	S/373.73
1	Incubadora de cultivo bacteriológico	S/4,200.00	S/640.68	S/3,559.32
1	Lavador de frasco	S/3,500.00	S/533.90	S/2,966.10
2	Mesas de acero inoxidable	S/175.00	S/53.39	S/296.61
1	Destilador de agua de 4L	S/2,765.00	S/421.78	S/2,343.22
12	Desinfectante para industria alimenticia sin olor ni color 236.5 ml	S/34.93	S/63.94	S/355.22
2	Marcador permanente x 30	S/48.97	S/14.94	S/82.99
12	Jabón líquido concentrado para cristalería de industria alimenticia (detergente no iónico neutro)	S/10.50	S/19.22	S/106.78
12	Detergente enzimático	S/130.00	S/237.97	S/1,322.03
24	Agua destilada.	S/20.00	S/73.22	S/406.78
24	Papel aluminio Paq.	S/115.00	S/421.02	S/2,338.98
TOTAL		S/112,072.30	S/19,741.04	S/109,672.45

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42. Área de control de calidad BAMLEMA S.A.C.

ÁREA DE CONTROL DE CALIDAD				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.		COSTO TOTAL
1	Analizador de leche LAC-SP	S/8,500.00	S/1,296.61	S/7,203.39
1	Balanza analítica	S/2,050.00	S/312.71	S/1,737.29
1	Meza de trabajo de acero inoxidable de 70x200	S/1,800.00	S/274.58	S/1,525.42
1	Aire acondicionado	S/90.00	S/13.73	S/76.27
1	Paquete de guantes descartables de latex	S/70.00	S/10.68	S/59.32
12	Pipeta graduada 20 ml	S/14.49	S/26.52	S/147.36
5	Lentes de seguridad Steelpro Nitro Claro	S/20.00	S/15.25	S/84.75
TOTAL		S/12,544.49	S/1,950.08	S/10,833.80

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43. Área de fraccionamiento BAMLEMA S.A.C.

AREA DE FRACCIONAMIENTO				
CANT	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
1	Aire acondicionado	S/99.90	S/15.24	S/84.66
2	Calentador a baño maría para calentamiento y descongelado rápido de leche humana extraída	S/315.00	S/96.10	S/533.90
2	Analizador ultrasónico de leche	S/3,900.00	S/1,189.83	S/6,610.17
2	Analizador de densidad	S/10,500.00	S/3,203.39	S/17,796.61
TOTAL		S/14,814.90	S/4,504.56	S/25,025.34

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44. Área de etiquetado BAMLEMA S.A.C.

ETIQUETADO				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
5000	Etiquetas	S/0.01	S/7.63	S/42.37
1	Laptops HP 5ta generación	S/1,589.00	S/242.39	S/1,346.61
1	Impresora	S/250.00	S/38.14	S/211.86
1	Escritorio y silla	S/300.00	S/45.76	S/254.24
1	Mesa para etiquetado	S/200.00	S/30.51	S/169.49
TOTAL		S/2,339.00	S/356.80	S/1,982.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45. Área de almacenamiento BAMLEMA S.A.C.

AREA DE ALMACENAMIENTO				
CANT.	MATERIALES Y EQUIPOS	PRECIO UNIT.	IGV	COSTO TOTAL
10	Estantes	S/345.00	S/52.63	S/292.37
1	Laptops HP 5ta generación	S/1,589.00	S/242.39	S/1,346.61
TOTAL		S/1,934.00	S/295.02	S/1,638.98

Fuente: Elaboración propia

empresa y el riesgo. El inversionista debe elegir entre un conjunto de propuestas de inversión si es viable o no el tomar una decisión y tomando en cuenta el margen de ganancia del mercado, con la finalidad de tener mayor rentabilidad. Para ello, se determinó el COK tomando como alternativa de inversión a los bonos americanos (T-Bills), por ser activos de menor riesgo.

El modelo empleado para calcular la tasa mínima exigible por los inversionistas, se denomina por sus siglas en inglés CAPM, o Capital Asset Pricing Model.

Fórmula general:

$$\%COK = rf + \beta(rm - rf)$$

Donde:

β = Riesgo país

rm = Rentabilidad del mercado

rf = Rentabilidad del activo menos riesgoso (T-Bills)

$rm - rf$ = Prima de riesgo

Dado que el proyecto se planificó para implementarse en Perú, se requiere realizar ajustes a la fórmula anterior, añadiendo el riesgo y la inflación peruana respecto a la de EE. UU dado que se toma los T-Bills por tener menos riesgo.

Fórmula ajustada a Perú:

$$\%COK = rf + \beta(rm - rf) + \text{Riesgo país} + \left(\frac{1 + \pi \text{ Perú}}{1 + \pi \text{ EE. UU}} \right)$$

Donde:

Riesgo país = Representa el riesgo país de Perú

$1 + \pi \text{ Perú}$ = Inflación peruana

$1 + \pi \text{ EE. UU}$ = Inflación estadounidense

Los datos empleados para el cálculo, son datos reales tomados a junio 2020, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 49: Costo de Oportunidad de Capital

TASA LIBRE DE RIESGO (RF)	
Indicador	Valor
T-Bill 10 años	0.67%
Tasa libre de riesgo (RF)	0.67%
BETA	
Indicador	Valor
Beta	0.88
PRIMA DE RIESGO (RM - RF)	
Indicador	Valor
Rendimiento anual de S&P 500 (RM)	12.33%
Tasa libre de riesgo (RF)	0.67%
Prima de riesgo	11.66%
RIESGO PAÍS PERÚ	
Indicador	Valor anual
Riesgo Perú	1.74%
Prima por riesgo Perú	1.74%
INFLACIÓN	
Indicador	Valor anual
Inflación Perú	3.24%
Inflación USA	2.73%
Inflación	1.00496447
COSTO DE OPORTUNIDAD - COK UTILIZANDO EL MODELO CAPM	
Indicador	Valor anual
Tasa libre de riesgo (RF)	0.67%
Beta	0.88
Prima de riesgo	11.66%
Riesgo país	1.74%
Inflación	100.50%
Costo de oportunidad	12.74%

Fuente: Elaboración propia

COK deberá ser descompuesto a un valor mensual, el cual es de 1.06%, para facilitar la comparación con la información del proyecto, la cual se distribuye por meses.

9.1.2. Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)

El WACC o Weighted Average Cost of Capital en inglés, lo que se traduce al español como, Costo promedio ponderado del Capital. Este último no es una rentabilidad exigida por los accionistas u otros, solo representa una ponderación entre el coste y la rentabilidad exigida. Por lo general, se utiliza para identificar lo que cuesta financiarse con entes entidades externas como los bancos u otras financieras, respecto a la inversión que realiza el accionista con un COK claramente definido.

Los Socios de BANLEMA S.A.C. de mutuo acuerdo decidieron no utilizar financiamiento externo, debido a que cuentan con el financiamiento necesario. Cada uno de los 4 socios realiza un aporte en partes iguales de 25% para financiar a la empresa, que sumado equivalen al 100%.

Dado que no se cuenta con financiamiento externo, no es necesario calcular el promedio del mismo, ya que solo se cuenta con el aporte de los socios. Sin embargo, el cálculo del WACC es relevante en el suponiendo que sea necesario el financiamiento externo. Para el caso, tomamos la tasa de interés efectiva de préstamos a cuota fija de 181 a 360 días de los bancos en promedio para Perú, siendo este el 47.50%, y el COK del accionista calculado páginas arriba con el CAPM que equivale a 12.74% anual. Estos datos se utilizarán para los cálculos siguientes:

Tasa de interés efectiva	47.50%
Cok del accionista mensual	12.74%

Tabla 50: Costo Promedio Ponderado

ESTRUCTURA DEUDA/CAPITAL	INVERSIÓN	% DE INVERSIÓN	EFFECTIVA	
Financiamiento	S/0.00	0%	47.50%	
Aporte de accionistas	S/158,599.52	100%	12.74%	
TOTAL	S/158,599.52			
TASA COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (WACC)=(D*COSTO				12.74%

DEUDA*(1-T)+K*COSTO CAPITAL)/(D+K)				
---------------------------------------	--	--	--	--

9.2. Criterios de evaluación de inversiones

9.2.1. Valor Presente Neto económico y financiero

Para la evaluación de la viabilidad del proyecto, se ha considerado calcular el Valor Neto Económico (VAN) de una serie de flujos futuros descontando la inversión inicial. El capital para la inversión proviene 100% de los accionistas, por ende, no se considera, el criterio financiero.

En la tabla siguiente se muestra la primera parte del resultado del flujo calculado a periodo mensual, para una duración de 10 años del proyecto. El periodo de duración del proyecto, se justifica en la inversión de la maquina más importante para el proceso de pasteurización, el cual posee una vida útil de 10 años, que se especifica en el apartado de las características y especificaciones de los equipos. Dado ello, el TIR (mensual) debe ser mayor al COK para que el proyecto sea rentable y viable.

$$COK < TIR$$

$$1.004\% < 1.67\%$$

- **TIR** mayor al **COK**, se invierte.
- **TIR** menor al **COK**, no se invierte.

Datos:

FLUJO DE CAJA	
Impuesto a la Renta	1.50%
IGV	18.00%
COK anual	12.74%
COK mensual	1.004%
Inflación	2.40%
Precio	73.7500000000

Tabla 50. Flujo de caja anual BANLEMA S.A.C.

	1												
	0	Año 1 (2021)											
	Año 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	2020												
Unidades Vendidas	S/	1,422.15	S/ 1,396.05	S/ 1,668.01	S/ 1,695.20	S/ 1,740.53	S/ 1,767.72	S/ 1,501.25	S/ 1,938.85	S/ 1,947.51	S/ 2,363.95	S/ 2,846.67	S/ 2,504.27
Precio	S/	75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52	S/ 75.52
Ingreso sin IGV	S/	91,017.81	S/ 65,593.22	S/ 67,888.98	S/ 71,059.32	S/ 76,197.46	S/ 81,554.24	S/ 98,171.19	S/ 114,241.53	S/ 141,900.00	S/ 147,038.14	S/ 160,375.42	S/ 161,577.97
INGRESOS TOTALES	S/	107,401.02	S/ 105,429.54	S/ 125,967.77	S/ 128,021.59	S/ 131,444.63	S/ 133,498.45	S/ 113,374.70	S/ 146,421.88	S/ 147,076.28	S/ 178,525.16	S/ 214,980.75	S/ 189,122.81
EGRESOS													
Costos Fijos													
Alquiler de Local	-S/	11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00	-S/ 11,000.00
Sueldos	-S/	54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00	-S/ 54,136.00
Publicidad	-S/	2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00	-S/ 2,350.00
Servicios	-S/	5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50	-S/ 5,440.50
Útiles mensuales	-S/	15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91	-S/ 15,664.91
Costo Variable	-S/	46,488.45	-S/ 45,635.10	-S/ 54,525.05	-S/ 55,414.05	-S/ 56,895.71	-S/ 57,784.71	-S/ 49,074.16	-S/ 63,378.60	-S/ 63,661.86	-S/ 77,274.48	-S/ 93,054.26	-S/ 81,861.67
DEPRECIACIÓN (-)	-S/	1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23	-S/ 1,580.23
Depreciación (vida del activo 10 años)	-S/	883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56	-S/ 883.56
Depreciación (vida del activo 5 años)	-S/	480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23	-S/ 480.23
Depreciación (vida del activo 4 años)	-S/	216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44	-S/ 216.44
AMORTIZACIÓN													
Software	-S/	11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09	-S/ 11.09
TOTAL EGRESOS	-S/	136,671.17	-S/ 135,817.82	-S/ 144,707.78	-S/ 145,596.77	-S/ 147,078.43	-S/ 147,967.43	-S/ 139,256.88	-S/ 153,561.32	-S/ 153,844.58	-S/ 167,457.20	-S/ 183,236.98	-S/ 172,044.39
EBIT	-S/	29,270.16	-S/ 30,388.28	-S/ 18,740.01	-S/ 17,575.18	-S/ 15,633.80	-S/ 14,468.98	-S/ 25,882.17	-S/ 7,139.45	-S/ 6,768.30	-S/ 11,067.95	-S/ 31,743.77	-S/ 17,078.42
Impuesto a la Renta	S/	1,611.02	S/ 1,581.44	S/ 1,889.52	S/ 1,920.32	S/ 1,971.67	S/ 2,002.48	S/ 1,700.62	S/ 2,196.33	S/ 2,206.14	S/ 2,677.88	S/ 3,224.71	S/ 2,836.84
DEPRECIACIÓN (+)	S/	1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23	S/ 1,580.23
Depreciación (Vida del activo 10 años)	S/	883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56	S/ 883.56
Depreciación (Vida del activo 5 años)	S/	480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23	S/ 480.23
Depreciación (Vida del activo 4 años)	S/	216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44	S/ 216.44
AMORTIZACIÓN													
Software	S/	11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09	S/ 11.09
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO OPERATIVO	-S/	26,078.91	-S/ 27,215.52	-S/ 15,259.18	-S/ 14,063.55	-S/ 12,070.82	-S/ 10,875.19	-S/ 22,590.24	-S/ 3,351.81	-S/ 2,970.85	-S/ 15,337.14	-S/ 36,559.79	-S/ 21,506.57
INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO TANGIBLE (TOTAL ÁREAS)													
Total activo Fijo Tangible- Área de Extracción de Leche Materna	-S/	2,879.66											
Total activo Fijo Tangible- Consultorio de Consejería	-S/	1,694.07											
Total activo Fijo Tangible- Jefatura de Apoyo	-S/	2,288.05											
Total activo Fijo Tangible- Consultorio Médico A	-S/	36,673.73											
Total activo Fijo Tangible- Consultorio Médico B	-S/	7,796.61											
Total activo Fijo Tangible- Biólogo	-S/	1,346.61											
Total activo Fijo Tangible- Área Administrativa	-S/	673.31											
Total activo Fijo Tangible- Área de Procesamiento	-S/	44,904.66											
Total activo Fijo Tangible- Área Control de Calidad	-S/	3,262.71											
Total activo Fijo Tangible- Área Fraccionamiento	-S/	12,203.39											
Total activo Fijo Tangible- Etiquetado	-S/	1,346.61											
Total activo Fijo Tangible- Almacenamiento	-S/	1,346.61											
Total activo Fijo Tangible- Reparto y Recojo	-S/	28,813.56											
CAPITAL DE TRABAJO	-S/	437,305.95											
INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO INTANGIBLE (TOTAL)	-S/	1,384.12											-S/ 8,601.37
Constitución y Licencias	-S/	1,384.12											
Gastos Preoperativos	-S/	108,553.64											
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (SIN IMPUESTO)	-S/	693,857.40	-S/ 26,078.91	-S/ 27,215.52	-S/ 15,259.18	-S/ 14,063.55	-S/ 12,070.82	-S/ 10,875.19	-S/ 22,590.24	-S/ 3,351.81	-S/ 2,970.85	-S/ 15,337.14	-S/ 36,559.79
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD IMPUESTO (IGV-IR)	-S/	109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76	-S/ 109,937.76
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (CON IMPUESTO)	-S/	803,795.16	-S/ 26,078.91	-S/ 27,215.52	-S/ 15,259.18	-S/ 14,063.55	-S/ 12,070.82	-S/ 10,875.19	-S/ 22,590.24	-S/ 3,351.81	-S/ 2,970.85	-S/ 15,337.14	-S/ 36,559.79
VAN	S/ 523,883.90												
TIR (MENSUAL)	1.67%	22.00%											
COK	12.74%												
COK MENSUAL	1.0041%												

Fuente: Elaboración propia

9.2.2. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno mensual que genera el proyecto para los 10 años es, 1.67% lo cual, comparado al COK (1.004%) es mayor. Por lo tanto, es sugerente invertir en el proyecto, ya que cubre el rendimiento mínimo que los accionistas esperan.

Se invierte cuando:

$$COK < TIR$$

Resultado de cálculos:

$$1.004\% < 1.67\%$$

9.3. Análisis de sensibilidad

9.3.1. Punto de equilibrio

Conocido también como el umbral de rentabilidad, es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero; asimismo, se realizó el cálculo de la cantidad de unidades que se debe producir para obtener el mismo beneficio.

Para calcular la cantidad de unidades mínimas que se debe producir, se aplica la siguiente formula:

$$Q = \frac{\text{Costo Total Fijo}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Unitario Variable}}$$

$$Q = \frac{293255.4367}{75.52 - 33.47330619}$$

$$Q = 6974 \text{ unidades}$$

Se obtuvo como resultado que, en el primer año se debe vender mínimo 6974 unidades, para cubrir los costos fijos y variables, y para el primer mes, 581 unidades o bolsas de LM de 150 ml.

Las utilidades que se generaría, se determinan de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$Utilidades = P * Q - (CV - CF)$$

$$Utilidades = P * Q - ((CU * q) - CF)$$

Tabla 51: Punto de equilibrio anual

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Costo fijo total	293255.4367	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44	293255.44
Precio de venta unitario	75.52	77.33	79.19	81.09	83.04	85.03	87.07	89.16	91.30	93.49
Costo variable unitario	33.47330619	34.276666	35.099306	35.941689	36.804289	37.687592	38.592095	39.518305	40.466744	41.437946
Punto de equilibrio	6974.518329	6811.0531	6651.419	6495.5264	6343.2875	6194.6167	6049.4303	5907.6468	5769.1863	5633.971

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52: Punto de equilibrio mensual

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Costo fijo total	24438	24438	24438	24438	24438	24438	24438	24438	24438	24438
Precio de venta unitario	75.52	77.33	79.19	81.09	83.04	85.03	87.07	89.16	91.30	93.49
Costo variable unitario	33.47	34.28	35.10	35.94	36.80	37.69	38.59	39.52	40.47	41.44
Punto de equilibrio	581	568	554	541	529	516	504	492	481	469

Fuente: Elaboración Propia

9.4. Conclusiones y recomendaciones

1. Se ha demostrado que el proyecto en cuestión es rentable, puesto que presenta un VAN de S/. **523, 883.90** y **TIR de 1.67%** (mensual) contra un **COK de 1.0041%** (mensual) lo cual indica que el proyecto si es viable y cercano a la realidad. Dadas estas circunstancias, se sugiere la inversión en este tipo de producto biológico como lo es la leche materna, ya que la demanda por los productos básicos y nutritivos de carácter biológico muestra una tendencia creciente como se determina en el estudio de mercado realizado.
2. Asimismo, en el Perú existe motivación por parte del gobierno a través del Ministerio de Salud (MINSA) que busca estandarizar los procesos para la extracción y procesamiento de leche materna para Bancos de Leche Materna (BLM), para regular estas entidades estatales. Lo último en mención, también aplica para surgimientos de posibles BLM no estatales, lo cual se presenta como una oportunidad para la empresa, relacionado a aspectos técnicos ya que deberá emprender su funcionamiento en base a los requerimientos mínimos que se señalan en las Normas Técnicas.
3. La incursión en el mercado debería llevar a la empresa a abarcar canales de distribución, considerando el tamaño de demanda del sector por productos biológicos, a través diversos medios de comunicación y/o publicitarios, principalmente, publicidad en páginas Web y redes sociales en general. La información brindada en esta sección, fue extraída del estudio de mercado realizado para BANLEMA S.A.C.
4. La demanda estimada en el sector nacional podría reflejar quizás un movimiento internacional, por lo menos en la región latinoamericana, a favor del consumo del presente producto biológico (Leche Materna) o incluso verse afectada por las secuelas de la pandemia covid 19.

10. Referencias Bibliográficas

- Aguirre García, A. C., Silva Arquíñego, G. D., Torres Perez Palma, K. D. P., & Cardenas Matto, R. M. (2017). Conocimientos sobre extracción y conservación de leche materna en las madres de los recién nacidos hospitalizados en la Unidad de Cuidados Intensivos Neonatales del hospital Alberto Barton Thompson, Lima 2017. Obtenido de https://repositorio-dev.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/765/Andrea_Trabajo_Investigaci%c3%b3n_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aparicio Alvarado, Karla Gissela (2002). Determinación y reducción de mermas en el área de empaque de los productos tipo “A” en una industria farmacéutica. Tesis Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualData/Tesis/Ingenie/Aparicio_A_K/cap_3.pdf
- Aswath Damodaran (2020). Betas by sector (US). Procesamiento de alimentos. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- Banco Central de Reserva del Perú (2020). Nota semanal N° 26. Tasa Libre de Riesgo. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/ns-26-2020.pdf>
- Bumeran (2020). Bolsa de Trabajo. Sueldos. Medicina. Enfermero. Promedio salarial. Obtenido de https://www.bumeran.com.pe/salarios/medicina/enfermero_565.html
- Bumeran (2020). Bolsa de Trabajo. Sueldos. Logística. Jefe de Logística. Promedio salarial. Obtenido de https://www.bumeran.com.pe/salarios/logistica/jefe-de-logistica_992.html
- Bumeran (2020). Bolsa de Trabajo. Sueldos. Salud, medicina y farmacia. Medicina. Promedio salarial. Obtenido de https://www.bumeran.com.pe/salarios/medicina/medico_564.html
- Bumeran (2020). Bolsa de Trabajo. Sueldos. Secretarías y recepción. Secretaria. Promedio salarial. Obtenido de https://www.bumeran.com.pe/salarios/secretaria/secretaria-ejecutiva_24.html
- Carrión Torres, C. R., & López Chávez, B. E. (2016). Evaluación de procesos del servicio Banco de leche humana del Instituto Nacional Materno Perinatal en el año 2016. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9267/CARRION_LOPEZ_EVALUACION_DE_PROCESOS_DEL_SERVICIO_BANCO_DE_LECHE_HUMANA_DEL_INSTITUTO_NACIONAL_MATERNO_PERINATAL_EN_EL_A%c3%91O_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chaves Quirós. (s.f). Legislación en lactancia materna. Recuperado de https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/lactarios-institucionales/pdf/legislacion_lactancia_materna.pdf
- Compañía peruana de estudios de mercado y Opinión Pública (2019). Perú: Población 2019. Sectores A y B en Lima.
 Market Report N°4, 8-10. Obtenido de https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Diario oficial el peruano. (2016). Ley que establece la implementación de lactarios en las instituciones del sector público y del sector privado promoviendo la lactancia materna. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-desarrolla-la-ley-no-29896-ley-que-est-decreto-supremo-n-001-2016-mimp-1343376-6/>
- Gómez García, G. Z., & Kikukawa Poma, K. Y. (2020). Creencias, actitudes y prácticas sobre donación de leche materna al banco de leche humana en púerperas del Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé, setiembre a diciembre del 2019. Obtenido de <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/UCS/924/TL-%20Kikukawa%20K.%20-%20G.%c3%b3mez%20G.%28Restringido%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Innatal. (2020). ¿Cuál es la composición de la leche materna?. Recuperado de <https://innatal.org/el-parto/lactancia/67-la-leche-materna/396-cual-es-la-composicion-de-la-leche-materna.html>
- León-Mauricio, Z. F., Villanueva-Medina, C., & Dávila-Aliaga, C. (2016). Banco de leche humana: estrategia para la disminución de la morbilidad neonatal Instituto Nacional Materno Perinatal. *Revista Peruana de Investigación Materno Perinatal*, 5(2), 31-36. Obtenido de <file:///C:/Users/equipo/Downloads/63-Article%20Text-321-3-10-20190222.pdf>
- Ministerio de Salud (2019). Norma técnica de Salud para la implementación, funcionamiento y promoción de Bancos de Leche Humana en el Perú. *Editorial Imprenta Cadillo S.R.L.* 1ª. Edición. Obtenido de <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4860.pdf>
- Sabillón Fany (1997). Composición de la leche materna. Obtenido de <http://www.bvs.hn/RHP/pdf/1997/pdf/Vol18-4-1997-7.pdf>
- Perú 21. (2018). Conoce cómo donar leche materna para alimentar a bebés prematuros y enfermos. Recuperado de

<https://peru21.pe/lima/conoce-donar-leche-materna-alimentar-bebes-prematuros-enfermos-nndc-446892-noticia/>

Organización Mundial de la Salud. (2017). Cada día mueren 700 recién nacidos a pesar de los progresos en la supervivencia infantil. Consultado en

https://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/9789241596596/es/

Organización Mundial de la Salud. (2017). Documento normativo sobre la lactancia materna. Consultado en

https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255731/WHO_NMH_NHD_14.7_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial de la Salud. (2004). Lactancia materna. Recuperado de

<https://www.who.int/topics/breastfeeding/es/>

Organización Mundial de la Salud. (2004). Transmisión del VIH a través de la leche materna.

https://www.who.int/maternal_child_adolescent/documents/9789241596596/es/

Organización Panamericana de la Salud (2019). Protejamos la lactancia materna en el lugar del trabajo. Obtenido

de https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&view=download&slug=protejamos-la-lactancia-materna-en-el-lugar-de-trabajo-smlm2019&Itemid=270&lang=es

Unicef para cada niño. (2008). Consecuencias sobre la supervivencia infantil y la situación mundial. Recuperado de

https://www.unicef.org/spanish/nutrition/index_24824.html

Anexo 6: Tabla del IGV

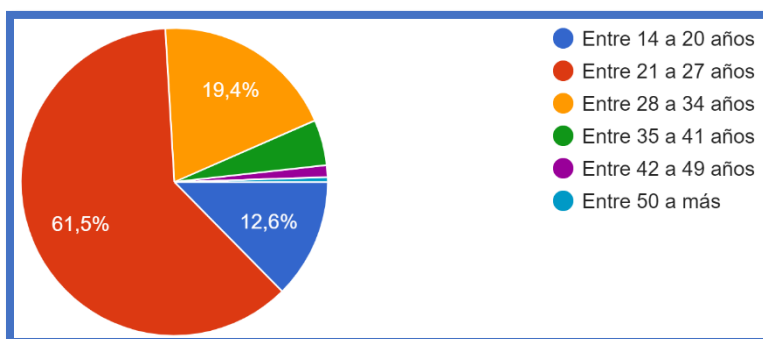
TABLA DE IGV													
IGV		18%											
	Año 0	Año 1 (2021)											
	2020	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
IGV Ingresos		16383.20618	16082.47292	19215.42229	19528.7173	20050.8756	20364.17061	17294.44641	22335.54053	22435.36425	27232.65145	32793.67345	28849.24219
IGV Servicios		-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492	-775.7305492
IGV Costo Variable		-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061	-8359.996061
IGV Gastos Administrativos													
Luz Fábrica (administración)		-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305	-114.5898305
Agua Fábrica (administración)		-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916	-62.5790916
Servicio de Internet y teléfono (administración)		-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763	-35.84745763
IGV Gastos de Ventas		9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299	9348.74299
IGV Inversiones													
Aire acondicionado split 18000 BTU	1244.684746												
PC All in One 24" Rayzer 3 4GB 1TB HP	609.8644068												
Mate book 15.6" AMD Ryzen 8GB 1 TB + 256 GB SSD	823.6983051												
Máquina de electrocardiograma	511.0169492												
Desfibrilador	4133.898305												
Ultrasonido de diagnóstico	1956.355932												
Audiómetro	1403.389831												
Laptop HP 5ta generación	727.1694915												
Pasteurizador de leche materna automático	9152.542373												
Congelador de tipo armario	1830.508475												

Refrigerador de laboratorio	1334.74576 3	-												
Congelador para leche materna	1868.64406 8	-												
Dispensador para medios de cultivo con volumen de 1 a 10 mililitros.	427.118644 1	-												
Incubadora de cultivo bacteriológico	640.677966 1	-												
Lavador de frasco	533.898305 1	-												
Destilador de agua de 4L	-421.779661	-												
Balanza analítica	312.711864 4	-												
Meza de trabajo de acero inoxidable de 70x200	274.576271 2	-												
Analizador ultrasonico de leche	1189.83050 8	-												
Analizador de densidad	3203.38983 1	-												
Mini van changan	5186.44067 8	-												
Software	19.4891666 7	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667	-19.48916667
IGV INTANGIBLES	-132.44													
IGV Egresos	37938.8749 3	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157	-9368.232157
IGV por periodo	37938.8749 3	7014.974024	6714.240766	9847.19013	10160.48514	10682.64344	10995.93845	7926.214256	12967.30838	13067.13209	17864.41929	23425.44129	19481.01004	

FUENTE: *Elaboración propia*

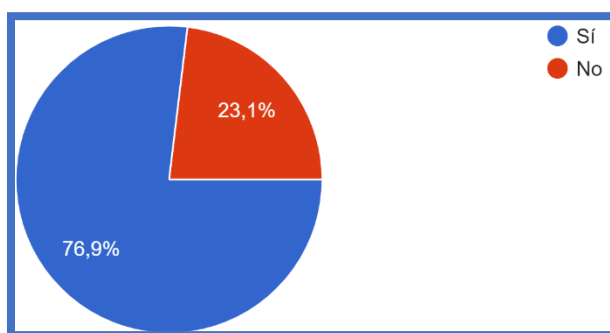
Anexo 7: Resultados de las encuestas para suministrantes

1. ¿Cuál es su edad?



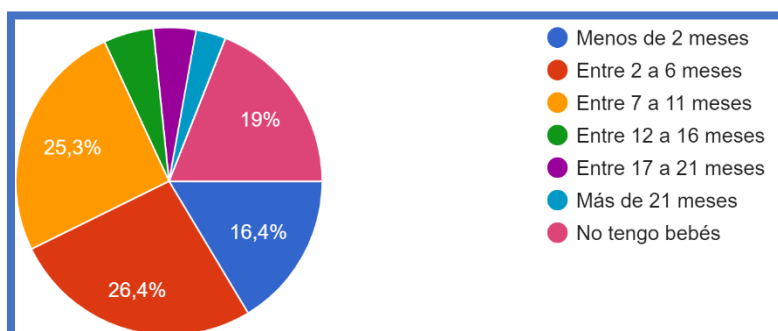
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

2. ¿Usted tiene un menor hijo de hasta 2 años?



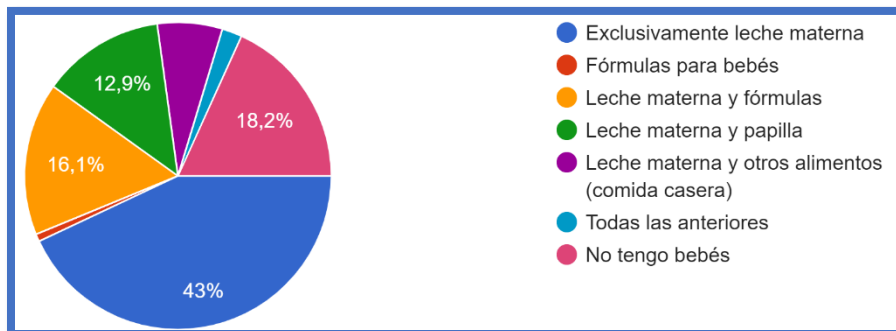
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

3. ¿Cuántos meses tiene su niño/niña?



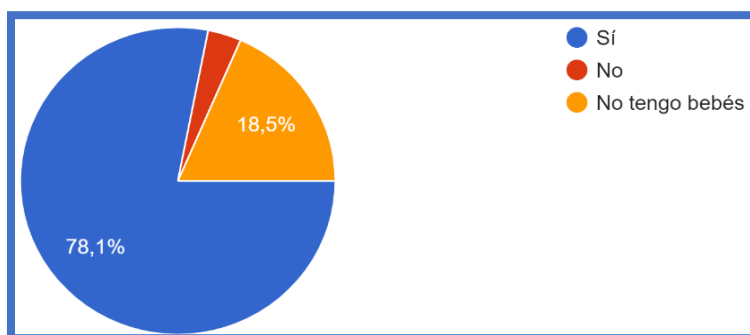
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

4. ¿Qué tipo de alimentación le da usted a su niño/niña?



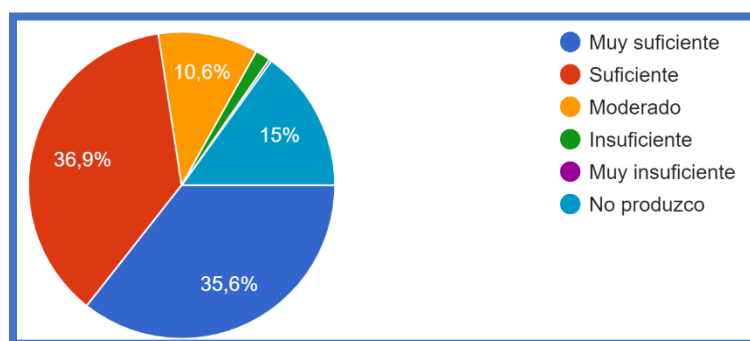
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

5. ¿Usted da lactancia materna a su menor?



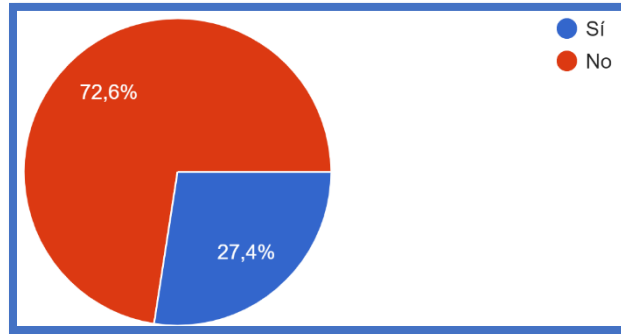
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

6. Usted considera que la cantidad de leche que produce es:



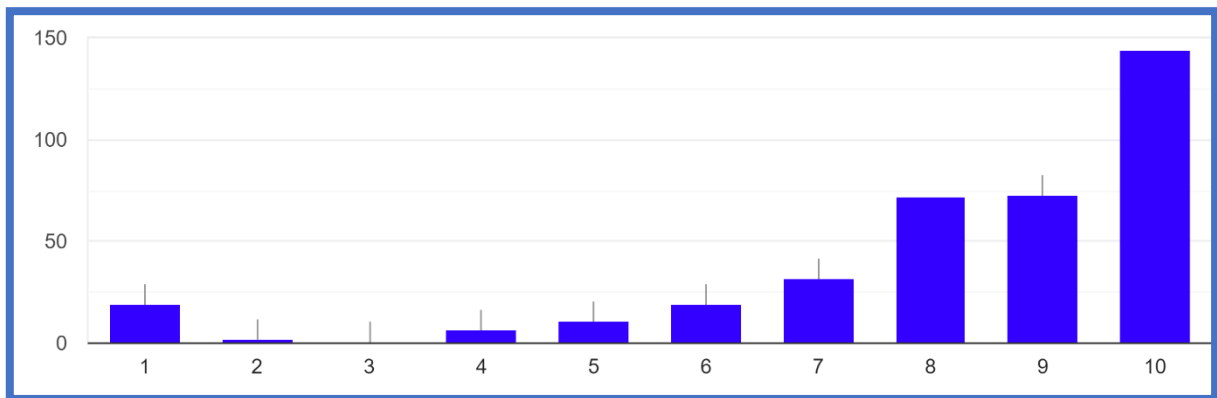
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

7. ¿Usted ha donado su leche a algún Banco de Leche Materna?



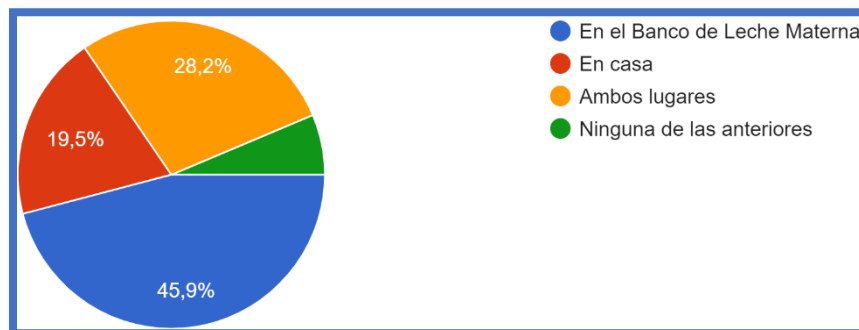
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

8. En el caso de que produzca más leche materna de lo que su hijo requiera o requeriría, ¿estaría dispuesta a suministrarse a cambio de un incentivo económico a un banco de leche materna?



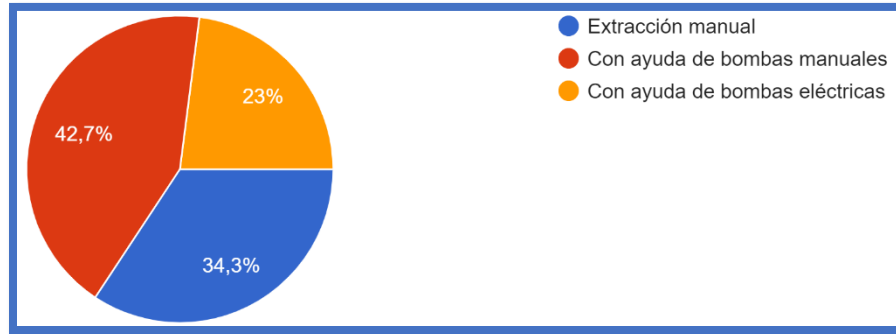
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

9. ¿En qué lugar preferiría extraerse la leche materna que suministraría al banco de leche materna?



Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

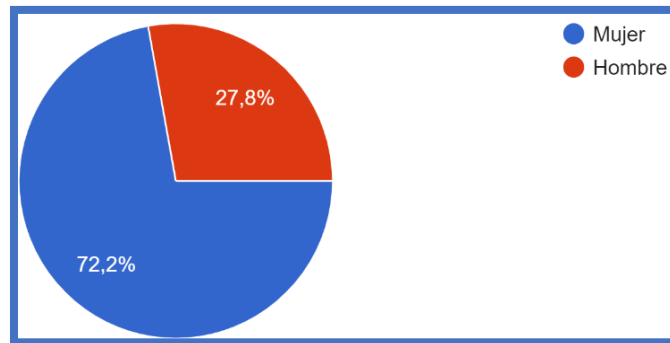
10. ¿Qué método de extracción de leche materna utilizaría?



Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

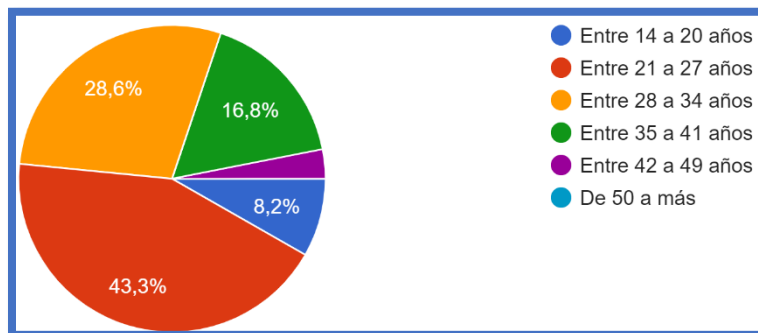
Anexo 8: Resultados de las encuestas para clientes

1. ¿Cuál es su sexo?



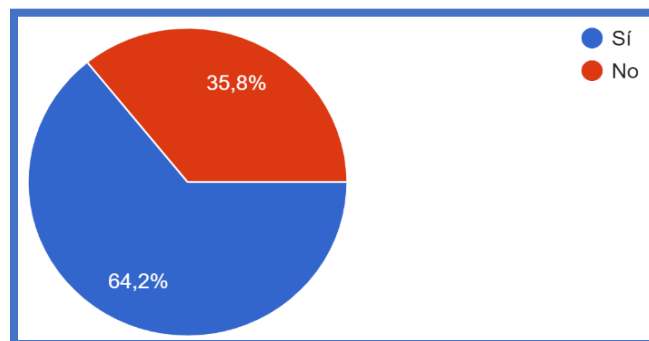
Fuente: Elaboración Propia (Google Forms)

2. ¿Cuál es su edad?



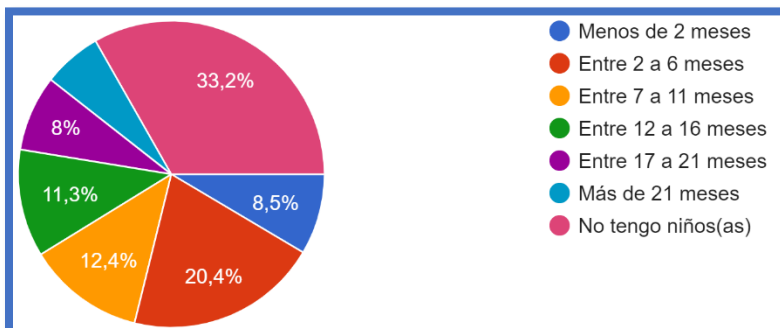
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

3. ¿Usted tiene un menor hijo de hasta 2 años?



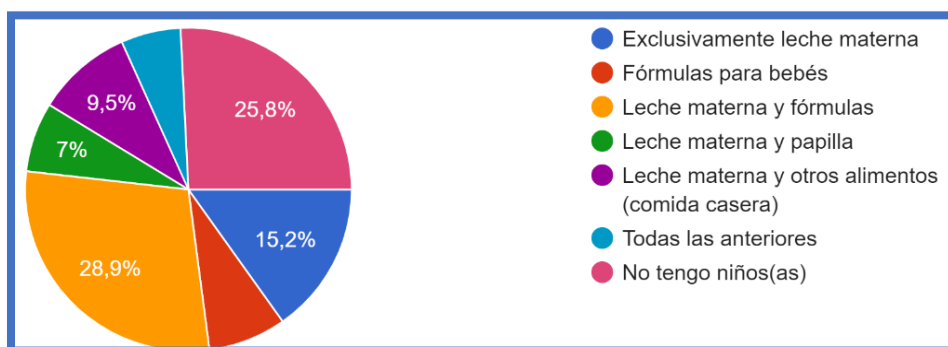
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

4. ¿Cuántos meses tiene su niño/niña?



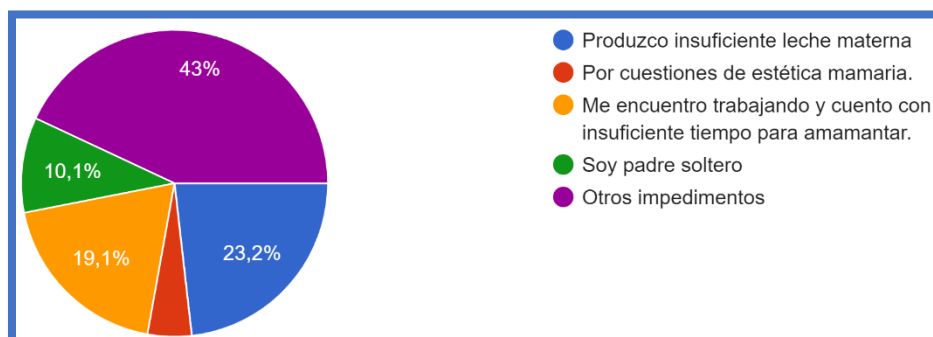
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

5. ¿Qué tipo de alimentación le da usted a su niño/niña?



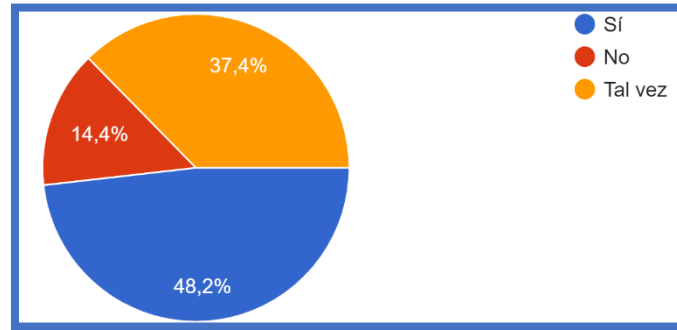
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

6. ¿Cuáles son las razones por las que requeriría alimentar a su niño/niña con leche de terceros?



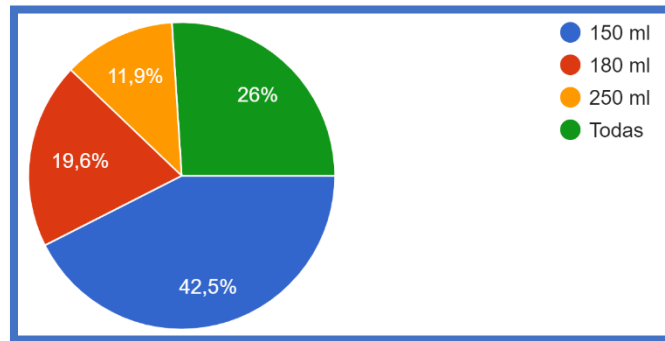
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

7. ¿Usted estaría dispuesto a alimentar a su hijo con leche materna de una empresa supervisada por el Ministerio de Salud?



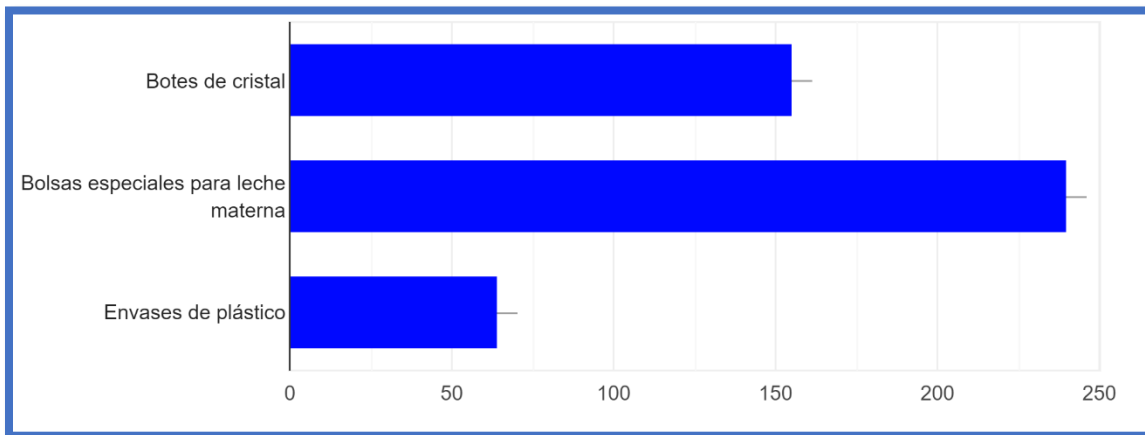
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

8. ¿En qué presentación le gustaría comprar este producto?



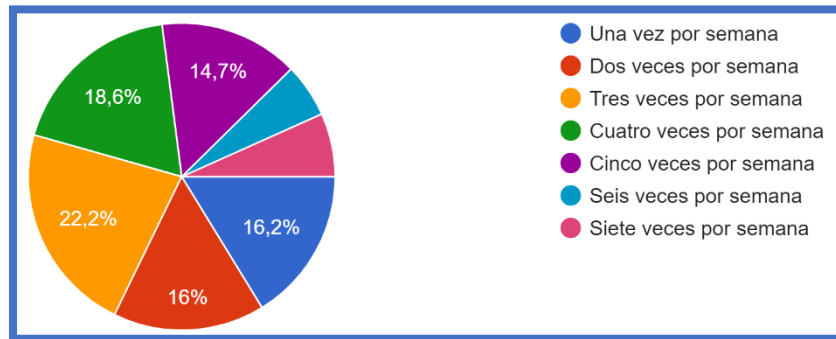
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

9. ¿En qué tipo de recipiente le gustaría comprar este producto?



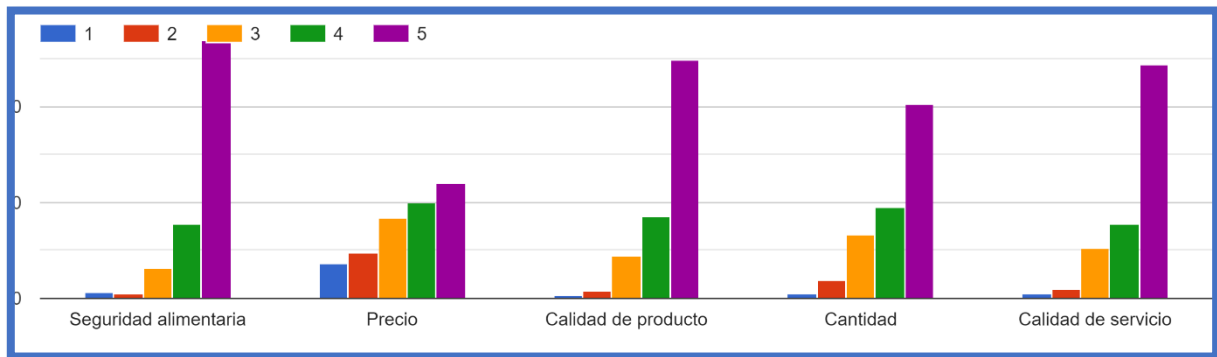
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

10. ¿Con que frecuencia compraría usted leche materna?



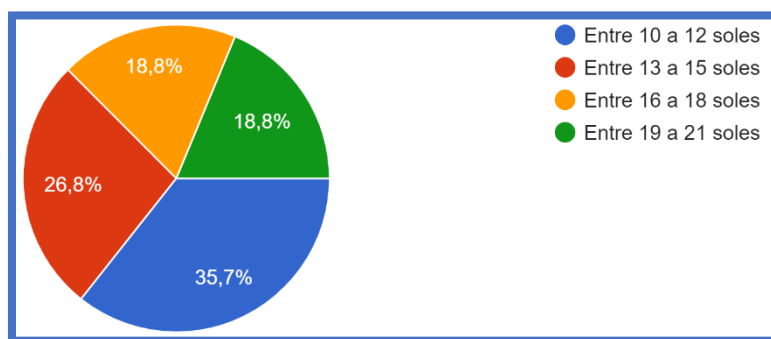
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

11. ¿Qué factores consideras si tuvieras que elegir un determinado proveedor de leche materna? (1=Poco importante al 5=Muy importante)



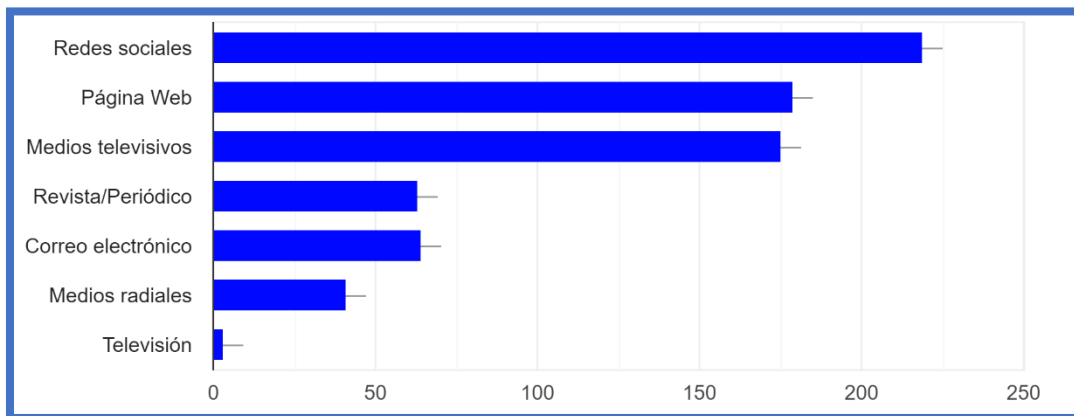
Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una onza de leche materna?



Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

13. ¿Por qué medios te gustaría enterar del producto?



Fuente:Elaboración Propia (Google Forms)

Anexo 8: Carta de presentación para entrevistas emitida por la Universidad Científica del Sur



Carta N° 001CIENTIFICA -DPI-RSU

Villa El Salvador, 12 de junio del 2020

Doctor
Gino André Miranda Cabrera
Presente.-

De nuestra consideración;

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez presentarle a la alumna, *Freitas Chota Melida Rosaura identificada con número de DNI 76660844 con código 180000240 del IX ciclo de nuestra casa de estudios, de la Carrera de Ingeniería Económica y de Negocios.*

La Srta.Freitas a través del curso de Formulación y Evaluación de Proyectos, propone evaluar el proyecto de inversión de la creación de un Banco de Leche Materna en Lima Metropolitana y consta de una serie de entrevistas a profesionales de la salud, con la finalidad de ver la factibilidad de dicho proyecto para posteriormente realizar encuestas cualitativas.

En razón de lo expuesto, agradeceré brindar las facilidades necesarias para llevar a cabo dicha labor y quedo a su disposición para cualquier consulta

Sin otro particular, se despide

Carmen Gabriela Miranda Garcia
Coordinadora de Responsabilidad Social Universitaria
Dirección de Proyección Institucional
Universidad Científica del Sur