



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN,
COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE MACA
GELATINIZADA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS”

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en: Administración de Empresas

Presentado por:

Daniella Roxana Cabrera Pacheco (0000-0002-1370-7852)

Priscilla Derteano Gomez (0000-0003-4161-057X)

Yanara Maritriny Morante Palacios (0000-0003-2094-2671)

Rody Justo Gamarra Flores (0000-0002-8340-1330)

Joel Victor Eusebio Paredes Fuentes (0000-0002-9312-0954)

Lima - Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 20/08/2021

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

MBA José Rondán Yallico Madge

En el curso de:

Business Plan

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"Plan de Negocio para la producción, comercialización y exportación de marca gelatinizada al mercado de Estados Unidos"

Presentada por los estudiantes:

| CÓDIGO | ALUMNO |
|-----------|--------------------------------------|
| 100036551 | Cabrera Pacheco, Daniella Roxana |
| 100024203 | Derteano Gomez, Priscilla |
| 100049257 | Morante Palacios, Yanara Maritryny |
| 100036683 | Gamarra Flores, Rody Justo |
| 100038669 | Paredes Fuentes, Joel Victor Eusebio |

Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas en la carrera de Administración de Empresas, 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 | CALIFICACIÓN |
|-----------|--------------------------------------|-----------------|
| 100036551 | Cabrera Pacheco, Daniella Roxana | Aprobado (15) |
| 100024203 | Derteano Gomez, Priscilla | Aprobado (14) |
| 100049257 | Morante Palacios, Yanara Maritryny | Aprobado (15) |
| 100036683 | Gamarra Flores, Rody Justo | Aprobado (15) |
| 100038669 | Paredes Fuentes, Joel Victor Eusebio | Aprobado (15) |

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



MBA José Rondán Yallico Madge

Índice general

| | |
|--|----|
| Índice general | 2 |
| Índice de figuras | 6 |
| Índice de tablas | 9 |
| Índice de anexos | 12 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 13 |
| ABSTRACT | 15 |
| INTRODUCCIÓN | 17 |
| CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO | 18 |
| 1. Formulación de idea de negocio | 18 |
| 1.1. Descripción de demanda insatisfecha | 18 |
| 1.2. Producto a ofrecer | 18 |
| 1.3. Mercado objetivo | 19 |
| CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE ENTORNO | 22 |
| 2.1. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.1. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.2. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.3. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.4. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.5. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1.6. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.1. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.2. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.3. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.4. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.5. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.3. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.3.1. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.3.2. ¡Error! Marcador no definido. | |
| CAPÍTULO III. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA | 38 |
| 3.1. ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.2. ¡Error! Marcador no definido. | |

| | | |
|--|---|----|
| 3.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.4.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.4.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.4.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| CAPÍTULO IV: SONDEO DE MERCADO | | 42 |
| 4.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 4.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING | | 49 |
| 5.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 5.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| CAPÍTULO VI. PLAN DE OPERACIONES | | 53 |
| 6.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.3.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.4.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.5. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.5.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.5. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.6.6. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.7. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.7.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.8. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.9. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.10. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.11. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.12. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| CAPÍTULO VII. PLAN DE RECURSOS HUMANOS | | 79 |
| 7. | Diseño de estructura y plan de recursos humanos | 79 |

| | | |
|--------|--|----|
| 7.1. | Estructura Organizacional | 79 |
| 7.2. | Objetivos del área de RRHH | 79 |
| 7.3. | Descripción de Cargos y Funciones | 80 |
| 7.4. | Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal | 85 |
| 7.4.1. | Reclutamiento | 85 |
| 7.4.2. | Preselección | 86 |
| 7.4.3. | Selección | 86 |
| 7.4.4. | Evaluación | 86 |
| 7.4.5. | Entrevista | 88 |
| 7.4.6. | Contratación | 88 |
| 7.5. | Estrategias para la inducción, capacitación y evaluación de personal | 89 |
| 7.6. | Desarrollo de personas | 90 |
| 7.7. | Plan de la comunicación interna y relación entre colaboradores | 91 |
| 7.8. | Presupuesto del plan de recursos humanos | 91 |
| 7.9. | Beneficios y descuentos | 91 |
| 8. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.1.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.1.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.4.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 8.4.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.5. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.2.6. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 9.3.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10. | ¡Error! Marcador no definido. | |

| | | |
|-----------------|-------------------------------|-----|
| 10.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.3. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.4. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.4.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.4.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.5. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.6. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.7. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.8. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.9. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.10. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.11. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.12. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.12.1. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| 10.12.2. | ¡Error! Marcador no definido. | |
| Conclusiones | | 129 |
| Recomendaciones | | 131 |
| Bibliografía | | 143 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| <i>Figura 1. Perfil del cliente.</i> | 19 |
| <i>Figura 2. Propuesta de valor.</i> | 20 |
| <i>Figura 3. Modelo Canvas.</i> | 20 |
| <i>Figura 4. Mapa de empatía.</i> | 21 |
| <i>Figura 5. Maca amarilla-Lepidium Meyenii.</i> | 32 |
| <i>Figura 6. Gráfico de Promperú</i> | 42 |
| <i>Figura 7. Curva de Países de la demanda</i> | 50 |
| <i>Figura 8. Análisis de la demanda</i> | 50 |
| <i>Figura 9. Partida arancelaria.</i> | 50 |
| <i>Figura 10. Ficha técnica de la maca amarilla</i> | 57 |
| <i>Figura 11. Flujograma-Proceso de Producción</i> | 59 |
| <i>Figura 12. Bandas transportadoras Industriales</i> | 60 |
| <i>Figura 13. Lavadora Industrial de Tambor rotativo</i> | 61 |
| <i>Figura 14. Tina de Acero Inoxidable</i> | 61 |
| <i>Figura 15. Canastas de plástico con rejillas</i> | 62 |
| <i>Figura 16. Molino Picador</i> | 62 |
| <i>Figura 17. Mezcladora de polvo</i> | 62 |
| <i>Figura 18. Extrusora Industrial</i> | 63 |
| <i>Figura 19. Molienda</i> | 63 |
| <i>Figura 20. Tamizadora Circular</i> | 64 |
| <i>Figura 21. Sistema de dosificación industrial</i> | 64 |
| <i>Figura 22. Envasadora Vertical</i> | 65 |
| <i>Figura 23. Tamices Industriales</i> | 66 |

| | |
|---|-----|
| <i>Figura 24. Pallets y Cajas</i> | 66 |
| <i>Figura 25. Vista del local por fuera</i> | 68 |
| <i>Figura 26. Mapa de ubicación</i> | 69 |
| <i>Figura 27. Mapa de ubicación Micro localización</i> | 72 |
| <i>Figura 28. Calle Los Cedros Asoc.La Capitana Mz.“D”HUACHIPA SAN JUAN DE LURIGANCHO</i> | 73 |
| <i>Figura 29. LAYOUT</i> | 73 |
| <i>Figura 30. Organigrama del Área de Producción. Fuente: elaboración propia</i> | 75 |
| <i>Figura 31. Incoterm FOB</i> | 76 |
| <i>Figura 32. Callao hasta el puerto de Long Beach</i> | 78 |
| <i>Figura 33. Organigrama. Fuente: elaboración propia</i> | 79 |
| <i>Figura 34. Costo de aviso simple</i> | 85 |
| <i>Figura 35. Ficha de postulación</i> | 87 |
| <i>Figura 36. Toma de decisión societaria</i> | 94 |
| <i>Figura 37. Autorización de planillas</i> | 96 |
| <i>Figura 38. Ingreso AFP NET</i> | 97 |
| <i>Figura 39. Registro en Indecopi</i> | 98 |
| <i>Figura 40. Régimen MYPE</i> | 101 |
| <i>Figura 41. Contacto del proveedor</i> | 109 |
| <i>Figura 42. Registro en la plataforma de Odoo</i> | 110 |
| <i>Figura 43. Características Odoo</i> | 111 |
| <i>Figura 44. Módulos a contratar</i> | 112 |
| <i>Figura 45. Propuesta de costo gratuita</i> | 112 |
| <i>Figura 46. Usuario de la plataforma</i> | 113 |

| | |
|---|-----|
| <i>Figura 47. Costo de la plataforma Odoo</i> | 113 |
| <i>Figura 48. Plataforma Odoo experimentación</i> | 114 |
| <i>Figura 49. Plataforma de calidad</i> | 114 |
| <i>Figura 50. Plataforma de registro de visitas</i> | 114 |
| <i>Figura 51. Gráfica Punto de Equilibrio</i> | 120 |
| <i>Figura 52. Estructura de Financiamiento</i> | 124 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1. Análisis externo general Político y Económico.</i> | 24 |
| <i>Tabla 2. Análisis externo general Social y Tecnológico.</i> | 26 |
| <i>Tabla 3. Análisis externo general Ecológico y Legal.</i> | 28 |
| <i>Tabla 4. Análisis externo específico.</i> | 30 |
| <i>Tabla 5. Análisis externo específico.</i> | 31 |
| <i>Tabla 6. Cadena de valor de Porter.</i> | 32 |
| <i>Tabla 7. Análisis del entorno interno Logística de entrada.</i> | 33 |
| <i>Tabla 8. Análisis del entorno interno Operaciones.</i> | 33 |
| <i>Tabla 9. Análisis del entorno interno Logística interna.</i> | 34 |
| <i>Tabla 10. Análisis del entorno interno Marketing.</i> | 34 |
| <i>Tabla 11. Análisis del entorno interno Tecnológico.</i> | 35 |
| <i>Tabla 12. Análisis del entorno interno Finanzas.</i> | 35 |
| <i>Tabla 13. Análisis del entorno interno RRHH.</i> | 36 |
| <i>Tabla 14. Análisis del entorno interno Ventas.</i> | 36 |
| <i>Tabla 15. Análisis FODA.</i> | 37 |
| <i>Tabla 16. Entrevista de profundidad 1.</i> | 44 |
| <i>Tabla 17. Entrevista de profundidad 2.</i> | 46 |
| <i>Tabla 18. Entrevista de profundidad 3.</i> | 48 |
| <i>Tabla 19. Marketing Mix.</i> | 49 |
| <i>Tabla 20. Estrategias de Marketing.</i> | 52 |
| <i>Tabla 21. Puntos clave.</i> | 54 |

| | |
|---|-----|
| <i>Tabla 22. Requerimiento de maquinarias y equipos.</i> | 65 |
| <i>Tabla 23. Requerimiento de Materiales.</i> | 66 |
| <i>Tabla 24. Requerimiento de otros servicios (servicios básicos)</i> | 67 |
| <i>Tabla 25. Requerimiento de Personal.</i> | |
| 67 | |
| <i>Tabla 26. Medidas del local y costo de inversión inicial.</i> | 68 |
| <i>Tabla 27. Macro localización de la empresa a través de puntajes acumulados.</i> | 70 |
| <i>Tabla 28. Micro localización de la empresa a través de puntajes acumulados.</i> | 72 |
| <i>Tabla 28. Diagrama de Gantt.</i> | |
| 74 | |
| <i>Tabla 29. Cronograma de Evaluaciones.</i> | 87 |
| <i>Tabla 30. Plan de operación anual.</i> | 90 |
| <i>Tabla 31. Presupuesto de RRHH.</i> | 91 |
| <i>Tabla 32. Cuadro Comparativo Beneficios sociales MYPES.</i> | 92 |
| <i>Tabla 33. Cuadro de beneficios y descuentos Reg. MYPE.</i> | 92 |
| <i>Tabla 34. Relación de accionistas y porcentaje de participación.</i> | 93 |
| <i>Tabla 35. Gastos legales.</i> | 99 |
| <i>Tabla 36. Aspecto laboral.</i> | 100 |
| <i>Tabla 37. Pagos de régimen MYPE.</i> | 101 |
| <i>Tabla 38. Características régimen MYPE.</i> | 102 |
| <i>Tabla 39. Tabulación a considerar para la elección de ERP's.</i> | |
| 105 | |
| <i>Tabla 40. Criterios de Selección de ERP.</i> | 106 |
| <i>Tabla 41. Listado de los Sistemas ERP de software libre presentes en el mercado.</i> | 108 |

| | |
|---|-----|
| <i>Tabla 42. Estimación de demanda de maca en el mercado de Estados Unidos.</i> | 115 |
| <i>Tabla 43. Estimación del TAM del emprendimiento.</i> | 115 |
| <i>Tabla 44. Evolución del volumen de ventas de la empresa.</i> | 116 |
| <i>Tabla 45. Tasas de crecimiento en la demanda y tasas de participación de mercado</i> | 116 |
| <i>Tabla 46. Presupuesto de Ventas en dólares.</i> | 117 |
| <i>Tabla 47. Presupuesto de Ventas en Soles.</i> | 117 |
| <i>Tabla 48. Costo total anual.</i> | 117 |
| <i>Tabla 49. Costos Variables por año (detallado)</i> | 118 |
| <i>Tabla 50. Costos Fijos por año (detallado incluyendo depreciación y amortización)</i> | 118 |
| <i>Tabla 51. Punto de equilibrio en kilos vendidos y unidades monetarias.</i> | 119 |
| <i>Tabla 52. Punto de equilibrio en kilos vendidos y unidades monetarias sensibilizado.</i> | 119 |
| <i>Tabla 53. Adquisición de materiales e insumos para la producción.</i> | 121 |
| <i>Tabla 54. Activos fijos tangibles.</i> | 122 |
| <i>Tabla 55. Activos fijos intangibles.</i> | 122 |
| <i>Tabla 56. Capital de Trabajo.</i> | 123 |
| <i>Tabla 57. Cálculo de la Inversión total.</i> | 123 |
| <i>Tabla 58. Servicio de Deuda.</i> | 124 |
| <i>Tabla 59. Flujo de Caja Económico.</i> | 125 |
| <i>Tabla 60. Flujo de Caja Financiero.</i> | 126 |
| <i>Tabla 61. VAN, TIR y PAYBACK Económico.</i> | 127 |
| <i>Tabla 62. VAN, TIR y PAYBACK Financiero.</i> | 127 |
| <i>Tabla 63. Análisis Unidimensional.</i> | 127 |
| <i>Tabla 64. Análisis Multidimensional.</i> | 128 |

Índice de anexos

| | |
|--|-----|
| ANEXO 1. Modelo de minuta de constitución de Maca Gelato SAC | 132 |
| ANEXO 2. FORMULARIO 2114 FUENTE SUNAT | 136 |
| ANEXO 3. SOLICITUD DE FUNCIONAMIENTO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO | 137 |
| ANEXO 4. DECLARACIÓN DEFENSA CIVIL | 139 |
| ANEXO 5. MÓDULOS Y EFECTOS DE APLICACIÓN | 141 |
| ANEXO 6: Documento de conocimiento de embarque marítimo. | 142 |

Resumen ejecutivo

En el presente trabajo desarrollaremos un plan de negocio de producción, comercialización y distribución de maca gelatinizada ejecutado en San Juan de Lurigancho, específicamente en Santa María de Huachipa, *donde* daremos a conocer nuestro producto que es la Maca Gelatinizada, constituido como empresa de nombre Maca Gelato S.A.C.

El producto de distribución indirecta de 2º grado será exportado a EE.UU, los distribuidores establecen los principales puntos estratégicos como son los supermercados, minimarket's y ferias orgánicas.

En la parte inicial de nuestra investigación desarrollamos la propuesta de negocio, identificando el mercado objetivo y ajustando los parámetros necesarios para cubrir la demanda del producto.

En el capítulo 2, efectuamos el análisis del entorno, tanto a nivel interno como externo. Continuando con el siguiente capítulo, nos concentramos en el Plan Estratégico de nuestro emprendimiento, estableciendo su visión, misión, valores, objetivos, su estrategia y las ventajas competitivas.

En el cuarto capítulo, estructuramos a Maca Gelato con un minucioso Estudio de Mercado, en donde establecemos a EEUU como nuestro mercado potencial, ya que exportaremos maca gelatinizada e implica búsqueda de certificaciones actuales para ingresar a nuevos mercados extranjeros.

En el capítulo quinto, estableceremos el Marketing Mix y las estrategias a efectuar, donde enfatizamos la estrategia a usar para posicionarnos en los mercados extranjeros.

En el capítulo sexto y séptimo detallaremos cuáles son los procesos y actividades que ejecutaremos seguido por el costo de capital humano estableciendo nuestra estructura organizacional, las políticas de sueldos establecidas y el coste por área.

Posteriormente, en el capítulo octavo detallamos los aspectos legales y tributarios.

Seguido del capítulo noveno detallando el plan de TI y la mejor propuesta de ERP.

Finalmente, el capítulo décimo, mostramos el plan financiero que brinda la viabilidad del proyecto, los costos, la rentabilidad, la generación de utilidades luego de cumplir las deudas de inversión.

Abstract

The present work we will develop a business plan for the production, marketing and distribution of gelatinized maca executed in the district of San Juan de Lurigancho in the area of Santa Maria de Huachipa, a product made from Gelatinized Maca will be released, incorporated as a company named Maca Gelato SAC.

The indirect distribution product of 2nd grade will be exported to the US, the distributors establish the main strategic points such as supermarkets, minimarket's and organic fairs.

In the initial part of our research we develop the business proposal, identifying the target market and adjusting the necessary parameters to meet the demand for the product.

In the following chapter, we carry out analysis of the internal and external environment. As we continue to chapter 3, we focus on the Strategic Plan of our enterprise, establishing its vision, mission, values, objectives, its strategy and competitive advantages.

In the fourth chapter, we structure Maca Gelato with a detailed Market Study, where we establish the US as our potential market, since we will export gelatinized maca and it implies a search for current certifications to enter new foreign markets.

In the fifth chapter, we will establish the marketing mix approach and how we will implement the positioning strategy in foreign markets.

In the sixth and seventh chapters we will detail what are the processes and activities that we will execute followed by the cost of human capital, establishing our organizational structure, the salary policies established and the budget by area.

Later, in the eighth chapter we detail the legal and tax aspects. Followed by the ninth chapter detailing the IT plan and the best ERP proposal.

Finally in the tenth chapter, we show the financial plan that provides the viability of the project, costs, profitability, and the generation of profits after meeting the investment debt.

Introducción

En la actualidad, el Perú es el primer productor y consumidor de maca en el mundo, debido a que es cultivada a más de los 4,000 msnm, brindando beneficios nutritivos únicas con valor agregado a esta conocida raíz.

Actualmente, se producen más de 60 mil toneladas de maca, de este total un aproximado del 95% es adquirido a nivel nacional y alrededor de 2,000 toneladas aproximadamente son exportadas a otros países, de los cuales Estados Unidos y China son los mayores compradores.

Actualmente, asociaciones como PROMPERÚ, ADEX y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo están fomentando el consumo de la maca a nivel nacional como internacional, resaltando la alianza con Alemania de los superfoods o súper alimentos donde la maca es el producto peruano estrella (Ministerio de agricultura y riego – Minagri, 2017)

La maca se pretende comercializar en aspecto gelatinizado propiamente dicho siguiendo paso a paso con los procesos y con protocolos de sanidad y certificaciones adecuadas para ser exportada al mercado extranjero.

Dentro de la presente investigación nos enfocamos en brindar los procedimientos de calidad, gestión y maximización de recursos mediante la ejecución de marketing B2B. Así como también mostrar la formalidad que existe en el sector del mercado peruano.

CAPÍTULO I: IDEA DE NEGOCIO

1. Formulación de idea de negocio

1.1. Descripción de demanda insatisfecha

En el mercado extranjero, existe un público conocedor y que demanda productos orgánicos que complementan y/o potencian su nutrición diaria. Estos productos, tales como la maca, suelen encontrarse en tiendas especializadas y a un alto precio, lo cual puede generar la percepción de ser un producto de difícil acceso. Nuestra idea de negocio nace de ofrecer a las empresas importadoras extranjeras, los beneficios y la versatilidad de la maca gelatinizada como un superalimento de origen peruano.

1.2 Producto a ofrecer

La maca (*o Lepidium meyenii por su nombre científico*), es una planta autóctona de la zona andina del Perú que se cultiva principalmente en la Región Junín, entre los 3,700 y 4,500 msnm, donde se desarrolla a pesar del clima agreste y temperaturas extremas. Es reconocida por ofrecer una amplia lista de beneficios para la salud y por contener un alto valor nutricional. La gelatinización, es el proceso en el que se expone a la maca a altas temperaturas controladas y a lo largo de un lapso de tiempo. Con este proceso de secado, se logra romper las cadenas de almidón y obteniendo la presentación en polvo de color crema claro a oscuro, sin sufrir variación en sus nutrientes y volviéndola apta para procesarla en diferentes productos finales de consumo directo, tales como: cápsulas, batidos, postres, etc., debido a que se elimina el sabor amargo característico de la maca, no requiere cocción adicional y además posee un alto grado de asimilación y fácil digestión en el organismo.

Entre sus beneficios tenemos los siguientes:

- Antioxidante, revitalizante y energizante natural.
- Aporta vitaminas B1, B2, C y E, así como vitaminas y minerales esenciales (hierro, calcio, fósforo, entre otros.)
- Regula el colesterol y ayuda a controlar la diabetes, aumentando el funcionamiento del páncreas.
- Reduce los signos de fatiga, incrementando el aprendizaje y la memoria.
- Incrementa la libido y mejora la fertilidad.
- Disminuye los síntomas y cólicos menstruales.
- Estimula la formación de glóbulos rojos, previniendo la anemia.

1.3 Mercado objetivo

Nuestro producto va dirigido a las empresas importadoras extranjeras que buscan opciones de complementos alimenticios orgánicos, sin químicos y con alto valor nutricional, para convertirlo en producto final y comercializarlo a su vez en zona de venta.

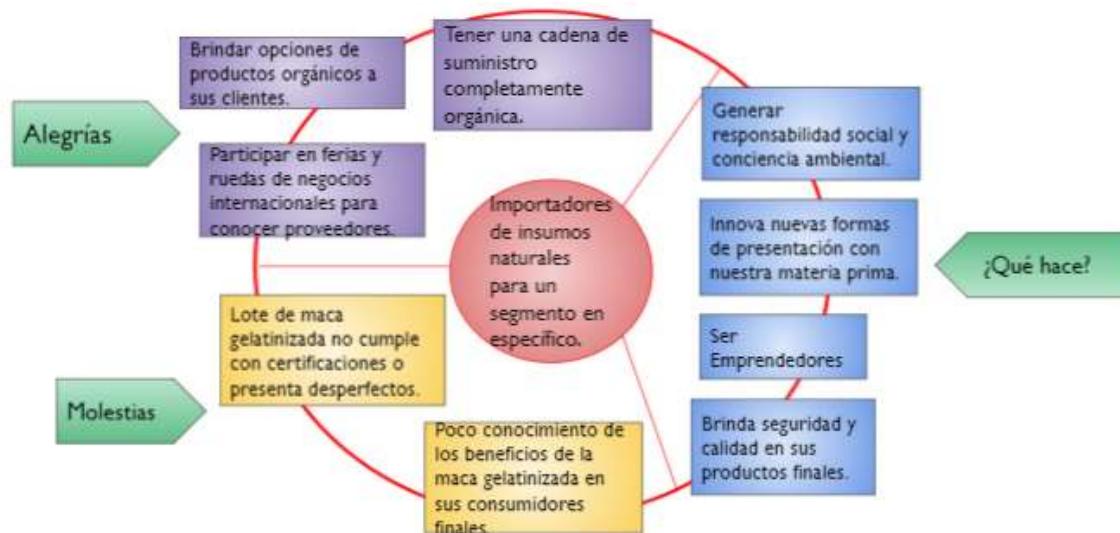


Figura 1. Perfil del cliente. Fuente: Elaboración Propia.

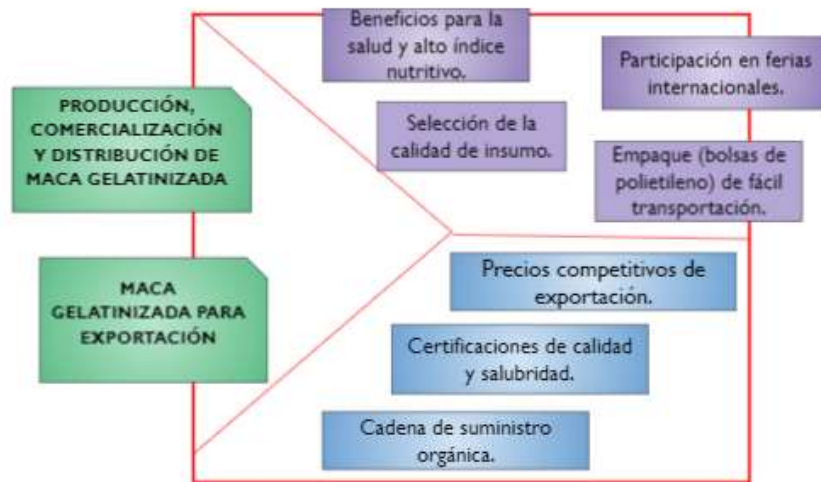


Figura 2. Propuesta de valor. Fuente: Elaboración Propia.

CANVAS "PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MACA GELATINIZADA PARA EXPORTACIÓN"

| Socios Clave | Actividades Clave | Propuesta de Valor | Relación con el Cliente | Segmentos de Cliente |
|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Proveedores de Maca en Junín-Perú. Control Union, emiten certificados de exportación. Precor, ayudan a realizar las divisiones de productos. Ransa, traslada los productos para que se exporten | <ul style="list-style-type: none"> Participación en ferias nacionales e inter. en productos naturales. Expo alimentaria Perú Biofac. | <p>Entrega de materia prima libre de bacterias y de fácil adaptabilidad a diversos tipos de consumo, ya que pasa por un proceso de limpieza profunda y extrusión lo que lo hace más digerible y con sabor neutro.</p> <p>La planta de producción es propia, lo cual nos permite tener mayor control sobre los productos que comercializamos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Desde su requerimiento se realiza un follow up que brinda seguridad, asesoría a los clientes. Brindamos a nuestros clientes visitas guiadas a la planta de procesamiento. | <p>Somos una empresa B2B, exportamos a las más importantes empresas en el rubro de consumo orgánico en EEUU, tales como: como Natural Health, Navitas Natural, Beach Body.</p> |
| | <p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Profesional encargado de la web - Community manager. Aportes de Socios y Financiamiento Web informativa y Local de procesamiento Equipos de procesamiento, equipos de cómputo, dominio, hosting, internet. | | <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> Ferias internacionales y promPerú. Medios de pago.Transferencia interbancarias. | |
| <p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> La condición de compra es FOB (Free on Board). Despacho aéreo hasta un máximo de 500k: \$600 aprox. Despacho marítimo hasta un máximo de 10 tn: \$950 aprox | | <p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Ganancia por despacho aéreo es \$120. Ganancia por despacho marítimo \$190. | | |

Figura 3. Modelo Canvas. Fuente: Elaboración Propia.

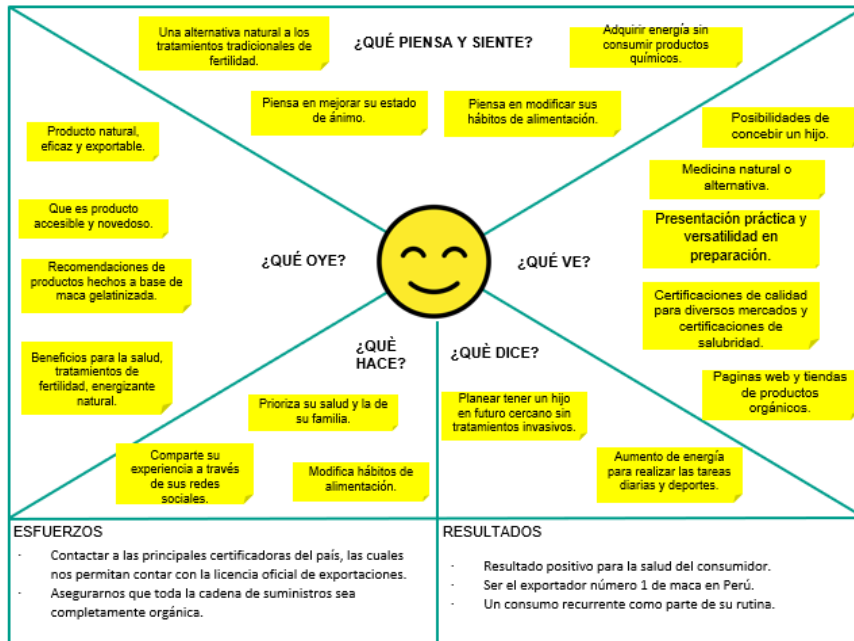


Figura 4. Mapa de empatía del consumidor final. Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis del entorno externo general - PESTEL

2.1.1. Aspecto Político:

La situación actual post elecciones presidenciales, reflejó una división de ideologías que mantiene el país expectante sobre cuál sería el modelo económico-político que va a regir desde el 28 de julio 2021. Debemos considerar la inestabilidad que también ocasionan los enfrentamientos entre seguidores radicalizados de ambos partidos, así como las acusaciones de supuesto fraude, pues contribuyen con la desunión de la población en lugar de la búsqueda de consensos. De igual o mayor importancia, es el efecto que la corrupción tiene en todos los poderes del estado, existen innumerables y conocidos casos que, buscando intereses personales, logran desestabilizar aún más la fuerza política a nivel nacional.

Esperamos que el electo presidente de la república, incentive la creación de proyectos de ayuda a los emprendedores y empresarios a nivel nacional, que durante la crisis producto por la pandemia del Covid19 han visto sus modelos de negocio visiblemente afectados. Proyectos como bonos familiares, préstamos para reactivación empresarial, suspensión perfecta de labores, fraccionamiento deudas, sólo contribuyeron a una solución momentánea mas no fueron suficientes para mantener muchos de los negocios a flote, por lo que se espera se incluyan mayores avances que puedan ser de ayuda también para los emprendedores.

2.1.2. Aspecto Económico

Según lo mencionado por el Banco Mundial en su Informe de Perspectivas económicas mundiales del 08 junio de 2021, se pronostica un crecimiento económico en el Perú del 10.3% para este año, en comparación con el 8.1% indicado en marzo. Este incremento se debería al impulso del consumo privado y la velocidad de la inversión pública. Sin embargo, tengamos en cuenta que el candidato electo, pese a tener tendencias socialistas, ha mencionado entre sus propuestas brindar mayor impulso a los créditos para micro y pequeñas empresas (mypes), por lo cual mantenemos una visión positiva y a la vez prudente ante el manejo de la crisis económica. Siendo los emprendimientos uno de los más importantes motores para el desarrollo sostenible del país, se prevé mayor apoyo en soluciones para la reactivación económica.

También debemos mencionar que nuestro público objetivo es el mercado estadounidense, el cual está mostrando una rápida recuperación debido al avance de sus programas sanitarios, lo cual ha permitido la apertura de grandes ciudades que estaban en cuarentena hasta hace algunas semanas. Esto significa una gran ventaja para nuestra marca, ya que nuestro producto al ser un complemento alimenticio, puede generar alta demanda post cuarentena debido a una tendencia de alimentación saludable.

Mención aparte es la tendencia al alza que se ha visto con respecto al tipo de cambio del dólar. Siendo nosotros una empresa exportadora de materia prima producida en territorio nacional, el tipo de cambio del sol al dólar tendrá un impacto en nuestro margen de ganancia, por lo que deberemos monitorear este índice.

| | Causa / factor / efecto | | Impacto | | | Tipo de impacto | |
|---|---|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| POLÍTICO | Debido a los resultados post-elecciones presidenciales, los seguidores radicalizados de ambos partidos ocasionarían disturbios, por lo que podría afectar el traslado de nuestra materia prima. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido a que el candidato electo a ser proclamado sería de tendencia socialista, podría ser que las políticas de exportación no sean favorables; por lo que afectaría los volúmenes de exportación de nuestra empresa. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| ECONÓMICO | Dado que el BM pronostica un crecimiento económico anual del 10.3% en el Perú, se esperaría contar con estabilidad para las exportaciones, por lo que tendríamos beneficios para los emprendimientos de exportación de maca. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido a que el tipo de cambio a moneda extranjera presenta cambios, podría ser que nuestro margen de venta resulte afectado, por lo que deberemos monitorear este índice en caso de que debamos modificar nuestros precios de venta. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| Dado que en EEUU el avance de programas sanitarios ha permitido la apertura de grandes ciudades, se esperaría mayor recuperación de la economía, por lo que contaríamos con más oportunidades de venta para nuestro producto. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | Media | | | | | | |
| | Baja | | | | | | |

Tabla 1. Análisis externo general Político y Económico. Fuente: elaboración propia.

2.1.3. Aspecto Social

Desde el 2020, se ha visto un incremento en la tendencia del cuidado de los hábitos alimenticios entre los consumidores estadounidenses, inclinándose hacia la alternativa de productos más saludables y sustentables. Los principales motivos del crecimiento de esta tendencia, serían una combinación entre la concientización sobre la salud y el deseo de mejorar la nutrición en general. Asimismo, se ha visto también un boom de los alimentos de origen orgánico, que además de los motivos antes mencionados, también se deben a la tendencia del cuidado del medio ambiente y disminución de alimentos de origen animal.

Se prevé que la demanda aumente dado a la conciencia sobre la salud que la pandemia del Covid19 ha generado en las personas.

También es importante mencionar que la población de edad avanzada en EEUU, está contribuyendo a este crecimiento, debido a que se encuentran en búsqueda de alternativas para contrarrestar las patologías propias de la edad avanzada, tales como problemas digestivos, enfermedades del corazón, artritis, entre otras.

2.1.4. Aspecto Tecnológico

El mundo ha cambiado drásticamente y con ello los nuevos hábitos que nos permitirán seguir adelante con nuestras vidas. En un nivel empresarial, hemos registrado una adopción acelerada de tecnología y un aumento del uso de plataformas y herramientas digitales.

En este sentido la proyección de nuestro plan de negocios contempla un desarrollo en las mejoras tecnológicas. Implementando las redes sociales como LinkedIn, para llegar a nuestro mercado objetivo, además el uso de herramientas digitales como un ERP para la cadena de suministro, logística, gestión de RRHH que nos ayudan a nosotros como empresa a obtener mayor visibilidad de nuestras importaciones, control del stock y manejo del personal.

Como organización sabemos que estas innovaciones en la transformación digital no solo apuntan a la forma de minimizar costos, optimizar procesos o rentabilizar la inversión realizada; la tecnología nos ofrece un conocimiento importante de aspectos comerciales más directos y el desarrollo de estrategias en la recolección de datos, medición de los niveles de satisfacción de nuestros intermediarios y consumidores finales, mejora de contenidos en redes sociales y publicidad digital.

| | Causa /factor / efecto | | Impacto | | | Tipo de impacto | |
|-------------|--|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| SOCIAL | Debido a la tendencia de alimentación saludable post pandemia, podría ser que influya en el consumo de manera fija, por lo que la venta de maca gelatinizada tendría mayor demanda. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | | Media | | | | |
| | | | Baja | | | | |
| | Debido al alza de consumo de alimentos saludables entre los adultos mayores, podría ser que busquen alternativas a la medicina tradicional, por lo que deberíamos buscar que nuestro producto llegue a este grupo etario. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | | Media | | | | |
| | | | Baja | | | | |
| TECNOLÓGICO | Debido a la implementación de ERP como nuestra transformación digital; podría ser que nuestros volúmenes de venta aumenten, por lo que deberíamos estar preparados en prevención de errores y en toma de decisiones. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | | Media | | | | |
| | | | Baja | | | | |
| | Debido a la implementación de ERP en la gestión de inventarios y control de la logística, podríamos tener mayor control de nuestro stock, por lo que podríamos atender órdenes con mayor rapidez y eficiencia. | Probabilidad | Alta | | | | |
| | | | Media | | | | |
| | | | Baja | | | | |

Tabla 2. Análisis externo general Social y Tecnológico. Fuente: elaboración propia.

2.1.5. Aspecto Ecológico

Siendo una planta nativa de los Andes peruanos, se cultiva principalmente en la región de Junín entre los 3,700 y los 4,500 msnm, presentando alta adaptabilidad a las bajas temperaturas y a la vez absorbiendo los nutrientes propios de la tierra de la zona. Es por este motivo, que la Maca Junín - Pasco cuenta con denominación de origen lo cual la diferencia de otros insumos.

Tradicionalmente, Perú y Bolivia son los únicos países en donde la maca es una raíz oriunda. Sin embargo, en China han empezado a cultivar esta planta, debido al comercio ilegal entre compradores chinos y agricultores nacionales. Esto es considerado biopiratería, pues se realiza el contrabando de la especie, lo que puede conllevar a que el Perú pierda su posición como el principal productor de esta raíz autóctona. Sin

embargo, si bien China exporta cantidades masivas al extranjero, es reconocido que el insumo peruano es superior en cuanto a la calidad.

2.1.6. Aspecto Legal

Debido al Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos, existen algunos productos peruanos cubiertos por el acuerdo, que pueden ingresar a este país libres de aranceles. Estas exportaciones al país norteamericano se encuentran reguladas por la Ley General de Aduanas, decreto Legislativo 951 y su reglamento.

Sin embargo, debemos considerar los requisitos que las autoridades estadounidenses como la Food and Drug Administration (FDA) y el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) solicitan a los productos que serán importados a este país, en cuanto al etiquetado y a la calidad, así como también existen requisitos para certificar que son productos orgánicos. Estos requisitos incluyen:

- Nombre común del ingrediente en idioma inglés.
- Nombre del país de origen en idioma inglés.
- Nombre y dirección de la compañía que produce y/o exporta.
- Peso bruto indicado tanto en kg o lts, como en el Sistema Imperial (libras u onzas líquidas).
- Peso neto y tara.
- Número de lote del vendedor (debe corresponder con el número de lote en la lista de embalaje).
- Esquema de valor nutricional (aprobado por la FDA).
- Instrucciones de manipulación para mantener la integridad orgánica.

- El sello u otra marca identificatoria del agente que certificó la producción y/o manipulación orgánica.

Asimismo, la FDA requiere de manera obligatoria llenar el Aviso Previo de Alimentos Importados (o Prior Notice), que debe acompañar a todos los alimentos que ingresen a Estados Unidos. Este documento obliga a los exportadores a brindar mayor información sobre los siguientes puntos:

- Identificación del remitente (nombre y compañía).
- Tipo y número de entrada en el Sistema Aduanero de Estados Unidos.
- Identificación de los artículos, incluyendo el código FDA para el producto, nombre común o de mercado, las cantidades y los números de lote o de código.
- Identificación del fabricante.

| | Causa/ factor interno / efecto | | Impacto | | | Tipo de impacto | | |
|-----------|--|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|--|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo | |
| ECOLOGICO | Debido a que la maca absorbe las propiedades de la tierra y crece en pisos andinos de altura, podría ser que nuestros clientes prioricen la cadena de valor orgánica, por lo que obtendríamos un producto libre de químicos y preservantes. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Media | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| | Debido al comercio ilegal, podría ser que la biopiratería afecte a nuestros volúmenes de venta, por lo que deberíamos concientizar e informar a nuestros clientes sobre la calidad de la maca peruana. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Media | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| LEGAL | Debido al Tratado de Libre Comercio con EEUU, las exportaciones de de maca y sus derivados podrían ingresar a territorio americano libre de aranceles, lo que nos beneficiaría para la exportación de grandes cantidades. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Media | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| | Debido a los requisitos de EEUU para los productos orgánicos que ingresan a su territorio, podría ser que tengamos inconvenientes con el envío de no contar con los mismos, por lo que debemos capacitarnos en las políticas de exportación | Probabilidad | Alta | | | | | |
| Media | | | | | | | | |
| Baja | | | | | | | | |

Tabla 3. Análisis externo general Ecológico y Legal. Fuente: elaboración propia.

2.2 Análisis del entorno externo específico - 5 fuerzas de Porter:

2.2.1 Rivalidad en el sector:

Se establece la cantidad de competidores que ofrecen productos similares a nuestra marca. Identificamos hasta 3 marcas pero que están enfocadas al público nacional, ofreciéndose en supermercados y tiendas de productos orgánicos sin ingresar en la exportación, estas son Vitalinti, Ecoandino y Ento Piruw. También encontramos las principales marcas exportadoras que se enfocan principalmente en el mercado europeo y asiático, estas son Peruvian Nature, y Algarrobos Orgánicos del Perú. Por lo que la intensidad de esta fuerza sería MEDIA.

2.2.2 Poder de negociación de los clientes:

Al ser producto de exportación, existe cierto nivel de negociación cuando se trata de compras por volumen, sin embargo, debemos considerar siempre que nuestro margen justifique la operación en general. Por lo que consideramos el poder de esta fuerza como MEDIA.

| | Causa / factor / efecto | Probabilidad | | Impacto | | | Tipo de impacto | |
|---------------------------------|---|--------------|--|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| RIVALIDAD EN EL SECTOR | Debido a que existen marcas que comercializan el mismo producto solo a nivel nacional, podría ser que logremos abarcar mas clientes en EEUU, por lo que tendríamos que implementar estrategias de información sobre nuestra maca gelatinizada. | Alta | | | | | | |
| | | Media | | | | | | |
| | | Baja | | | | | | |
| | Debido a que tambien existen marcas que si exportan el mismo producto, podría ser que afecte nuestra capacidad de venta, por lo que debemos crear estrategias de diferenciación. | Alta | | | | | | |
| | | Media | | | | | | |
| | | Baja | | | | | | |
| NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES | Debido a que nuestros clientes podrían comprar grandes cantidades, podría ser que soliciten negociar los precios de venta, por lo que deberíamos manejar nuestra fijación de precios considerando nuestro margen. | Alta | | | | | | |
| | | Media | | | | | | |
| | | Baja | | | | | | |

Tabla 4. Análisis externo específico. Fuente: elaboración propia.

2.2.3 Poder de negociación de los proveedores:

Logramos realizar una negociación anual antes de la cosecha con los agricultores, en donde acordamos los precios para las cantidades a adquirir, de esta manera tendemos estabilidad en el proceso de compra de materia prima. Sin embargo, es posible que eventualmente los proveedores decidan procesar y exportar directamente, lo que podría impactar directamente en nuestra capacidad de negociación. En este caso, el poder de la fuerza es MEDIA.

2.2.4 Amenaza de nuevos competidores:

Si bien, ya hemos informado de las marcas actuales que ofrecen productos similares, pero a nivel nacional, es importante mencionar que cualquiera de estas marcas también podría incursionar en la exportación de sus productos tal vez a un mediano plazo. Consideramos el poder de la fuerza ALTA.

2.2.5 Amenaza de Productos sustitutos:

Teniendo en cuenta el impacto de los superalimentos como tendencia en consumo saludable, existen otros productos que pueden ser considerados como sustitutos, tales como: la kiwicha, quinua, cañihua, yacón, entre otros; que presentan grandes beneficios y son cada vez más reconocidos. Por lo tanto, consideramos la fuerza como ALTA.

| FACTOR EXTERNO Y TENDENCIA | | Probabilidad | Impacto | | | Tipo de impacto | |
|-----------------------------|--|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| NEGOCIACION CON PROVEEDORES | Debido a que realizamos una negociación anual con los proveedores, podríamos acordar el precio de acuerdo a la cantidad de materia prima a comprar, por lo que tendríamos estabilidad en nuestros precios. | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| NEGOCIACION CON PROVEEDORES | Debido a la capacidad de integración hacia adelante de algunos proveedores, podría ser afecte nuestra capacidad de compra de materia prima y negociación de precios, por lo que debemos buscar alternativas para mitigar el impacto. | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| NUEVOS COMPETIDORES | Debido a que las marcas nacionales podrían empezar a exportara EEUU, podría ser que nuestras ventas se vean reducidas, por lo que deberíamos intentar llegar a más clientes. | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| SUSTITUTOS | Debido a la oferta de superalimentos, podrían existir mas opciones saludables para nuestros clientes, por lo que debemos enfocarnos en los principales beneficios de la maca gelatinizada comoo diferenciación. | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |

Tabla 5. Análisis externo específico. Fuente: elaboración propia.

2.3 Análisis del entono interno

2.3.1 Cadena de Valor

A través del análisis de la cadena de valor, podemos desagregar todos los componentes de la actividad empresarial, identificando las actividades principales y las de apoyo, además de las fuentes generadoras de valor.

| | | | | | | |
|------------------------|-------------------------------|-------------|---------------------|--------------------|----------|--------|
| ACTIVIDADES DE SOPORTE | Infraestructura de la empresa | | | | | MARGEN |
| | Gestión de recursos humanos | | | | | |
| | Desarrollo de tecnología | | | | | |
| | Compras | | | | | |
| | Logística de entrada | Operaciones | Logística de salida | Marketing y Ventas | Servicio | MARGEN |
| ACTIVIDADES PRIMARIAS | | | | | | |

Tabla 6. Cadena de valor de Porter. Fuente: elaboración propia.

- a) **Logística de entrada:** es el ingreso del insumo a nuestros almacenes. Para la obtención de nuestra materia prima solo requerimos la maca amarilla en raíz.



Figura 5. Maca amarilla-Lepidium Meyenii.

| | Causa / factor (interno) / efecto | Probabilidad | Impacto | | | Tipo de impacto | |
|----------------------|---|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| LOGÍSTICA DE ENTRADA | Debido a que nuestro volumen de compra de materia prima sería bastante alto, podríamos tener inconvenientes con la cadena de suministros al recibir productos defectuosos, por lo que debemos implementar una verificación a detalle en la recepción del insumo. | Alta | | | ■ | ■ | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido a que requeriremos comprar grandes cantidades de insumos, podríamos no contar con el suministro a tiempo, por lo que un ERP nos alertará la cantidad que tengamos disponible antes de agotarse para realizar nuevo pedido cuando sea necesario. | Alta | | | ■ | ■ | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido al alto volumen de producción, podríamos necesitar un correcto manejo de almacén e inventarios, por lo que el ERP nos permitirá registrar el stock disponible para venta y sus ubicaciones dentro del almacén. | Alta | | | ■ | | ■ |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |

Tabla 7. Análisis del entorno interno Logística de entrada. Fuente: elaboración propia.

b) **Producción u operaciones:** etapa de transformación de la materia prima en el producto final.

| | | | | | | | |
|--------------------------|--|-------|--|--|---|---|---|
| PRODUCCION U OPERACIONES | Debido al uso frecuente de la maquinaria necesaria para el proceso de producción, necesitaríamos planificar un calendario de mantenimiento técnico, por lo que ERP nos permitirá agendar el mantenimiento preventivo para evitar posibles contingencias. | Alta | | | | | ■ |
| | | Media | | | ■ | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido a que el proceso de producción de la maca gelatinizada debe ser ordenado y medible, podríamos tener problemas con la calidad del producto si no se cumplen los procedimientos adecuados, por lo que el ERP nos ayuda a optimizar los tiempos establecidos dentro de la línea de producción. | Alta | | | ■ | ■ | |
| | | Media | | | | | |
| | | Baja | | | | | |
| | Debido a que el producto debe cumplir con estándares de calidad, podríamos necesitar comprobarla cada determinado periodo de tiempo antes de su empaquetado, por lo que a través del ERP podremos planificar el calendario de control de calidad así como generar reportes de los resultados de estas revisiones. | Alta | | | | | ■ |
| | | Media | | | ■ | | |
| | | Baja | | | | | |

Tabla 8. Análisis del entorno interno Operaciones. Fuente: elaboración propia.

c) **Logística interna:** se refiere al proceso de envasado, empaquetado y embalaje y al proceso de salida desde nuestros almacenes al puerto.

| Causa/ factor interno / efecto | | Impacto | | | Tipo de Impacto | |
|--------------------------------|--|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| LOGÍSTICA INTERNA | Debido a posibles contratiempos en Aduanas, podría ser que nos excedamos en el tiempo de envío de una orden de compra, por lo que deberemos armar el file de documentación necesaria para la exportación desde el momento que la orden de compra es confirmada. | Alta | | | | |
| | | Media | | | | |
| | | Baja | | | | |
| | Debido a la distancia entre la planta y el puerto aéreo/marítimo, podríamos ser que algunos productos sufran desperfectos que los hagan no aptos para enviar, por lo que deberemos contar con stock de respaldo. | Alta | | | | |
| | | Media | | | | |
| | | Baja | | | | |
| | Debido a las grandes cantidades de producto que representa una venta, podrían presentarse inconvenientes en el armado de los pedidos, por lo que mediante el software ERP podríamos prepararlos con mayor facilidad mediante el escaneo de códigos de barra internos. | Alta | | | | |
| | | Media | | | | |
| | | Baja | | | | |

Tabla 9. Análisis del entorno interno Logística interna. Fuente: elaboración propia.

d) **Marketing:** estrategia de marketing B2B, orientada a otros negocios que venden el producto a los consumidores finales.

| | | | | | | |
|-----------|--|-------|--|--|--|--|
| MARKETING | Debido a que nuestra estrategia de marketing es B2B, podría ser que nuestro contenido en redes sociales esté dirigido a empresas, por lo que nuestra web debe ser informativa sobre nuestro producto: presentación, características, beneficios, certificaciones e información de contacto. | Alta | | | | |
| | | Media | | | | |
| | | Baja | | | | |
| | Debido a que por el momento producimos solo un (1) producto a la venta, podríamos perder el interés de nuestra clientela, por lo que deberíamos captar y mantener su interés generando campañas de capacitación sobre el producto en social media mediante charlas o webinars. | Alta | | | | |
| | | Media | | | | |
| | | Baja | | | | |

Tabla 10. Análisis del entorno interno Marketing. Fuente: elaboración propia.

e) **Tecnología:** uso de herramientas digitales como transformación digital, nos permite mejor control de inventarios e integración de cadena de suministros. También se refiere al uso de maquinaria especializada en la gelatinización de la maca.

| | Causa / factor interno / efecto | | Impacto | | | Tipo de Impacto | |
|------------|---|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo |
| TECNOLOGÍA | Debido a la implementación de un software ERP como herramienta digital CRM, podríamos obtener mejor manejo de nuestra base de datos de clientes, por lo que tendríamos la información necesaria para la correcta toma de decisiones en cuanto a histórico de ventas o contactos. | Probabilidad | | | | | |
| | | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | Debido a la implementación de la maquinaria especializada para el proceso de producción, podríamos obtener resultados en menor tiempo, por lo que se automatizan los flujos de trabajo volviéndolo mas eficiente y eficaz. | Probabilidad | | | | | |
| | | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | Baja | | | | | | |

Tabla 11. Análisis del entorno interno Tecnológico. Fuente: elaboración propia.

f) **Finanzas:** se refiere a la evaluación y análisis financiero de nuestra empresa.

| | | | | | | | |
|----------|--|--------------|--|--|--|--|--|
| FINANZAS | Debido a que nuestra capacidad de compra de insumos es alta, podríamos requerir un precio estable que nos permita generar mayor margen, por lo que nuestra negociación con los proveedores se realizaría de manera anual de acuerdo a la cantidad. | Probabilidad | | | | | |
| | | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | Debido a la cantidad que refleja la inversión necesaria para iniciar operaciones, podría ser que necesitemos aplicar a préstamos bancarios, por lo que nuestro margen de ganancia debe ser considerable para pagar nuestras obligaciones financieras. | Probabilidad | | | | | |
| | | Alta | | | | | |
| | | Media | | | | | |
| | Baja | | | | | | |

Tabla 12. Análisis del entorno interno Finanzas. Fuente: elaboración propia.

g) **Recursos Humanos:** referido a la gestión del capital humano, contrataciones y monitoreo de horas de trabajo.

| | Causa / factor interno / efecto | | Impacto | | | Tipo de impacto | | |
|------|--|--------------|---------|-------|------|-----------------|----------|--|
| | | | Bajo | Medio | Alto | Negativo | Positivo | |
| RRHH | Debido a que la producción requiere tiempos exactos, podría ser que debamos llevar un control sobre las posibles tardanzas o faltas del personal, por lo que mediante el ERP podríamos realizar un monitoreo constante con datos en tiempo real. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Medio | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| | Debido a que el proceso de reclutamiento puede generar demoras, podríamos tener inconvenientes para la fecha de inicio de operaciones, por lo que podríamos agilizar las contrataciones al crear una base de datos de los solicitantes de acuerdo a sus habilidades y perfiles, a través del ERP. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Medio | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |

Tabla 13. Análisis del entorno interno RRHH. Fuente: elaboración propia.

h) **Ventas:** atención al cliente, experiencia de venta, manteniendo comunicación constante con nuestros compradores.

| | | | | | | | | |
|--------|---|--------------|-------|--|--|--|--|--|
| VENTAS | Debido a que los compradores buscan atención rápida, podríamos necesitar optimizar tiempos de respuesta, por lo que el CM recibirá el primer contacto que será derivado a Ventas para su pronta atención. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Medio | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| | Debido a que los compradores adquieren el producto de forma periódica, podría ser que debamos adelantamos a sus futuros requerimientos, por lo que mediante el ERP podríamos realizar pronósticos de venta que nos permita tomar decisiones correctas. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Medio | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |
| | Debido a que nuestros compradores se encuentran en el exterior, podría ser que necesitemos fortalecer nuestra comunicación con ellos, por lo que agendaremos reuniones virtuales para conocer sus impresiones del producto, atención, tiempos de envío, presentación, etc. | Probabilidad | Alta | | | | | |
| | | | Medio | | | | | |
| | | | Baja | | | | | |

Tabla 14. Análisis del entorno interno Ventas. Fuente: elaboración propia.

2.3.2 Análisis FODA y CAME:

| Empresa: MACAGELATO | | Oportunidades | Amenazas | Factores externos |
|---------------------|--------------------|---|--|---|
| Factores internos | Fortalezas | O1 Recuperación de la economía de EEUU debido a la apertura de ciudades. O2 Promoción de crecimiento anual del 10.3% en el Perú, impulsado por el BLM. O3 Tendencia de alimentación saludable. Búsqueda de alternativas a métodos y ingredientes tradicionales. O4 Incremento de uso de herramientas digitales. O6 Acuerdos de Libre Comercio con EEUU. O7 Leyes que regulan y flexibilizan el comercio electrónico. Fortalezas para aprovechar Oportunidades: Estrategia Ofensiva. FO1 Tener capacidades virtuales sobre los beneficios del producto a nuevos clientes potenciales en EEUU. FO2 Implementar estrategias de social media para generar una comunidad de ventas integrada. FO3 Apoyar tendencias de seguimiento sobre salud de la selección, pedido, producción, etc. FO4 Proyectar una cadena de producto más robusta y dinámica al medio plato. FO5 Generar una estrategia de contenidos en redes sociales con influencers reconocidos. FO6 Ampliar los canales de venta en el mercado estadounidense, ej. retail. | A1 Políticas de exportación pueden ser desfavorables en un posible gobierno socialista. A2 Regulación nacionalizadora de ambos partidos políticos. A3 Inestabilidad política en los próximos meses. A4 Aumento de la demanda proveniente de China. A5 Competidores que disminuyan producción. A6 Posibilidad de integración hacia delante de los proveedores de leche. A7 Aumento de oferta de superalimentos en el mercado. Fortalezas para reducir Amenazas: Estrategia Defensiva. FA1 Ampliar el mercado en la región norteamericana México, Canadá, por la logística implementada. FA2 Campañas agresivas en social media, directores de ventas a generar leads de compra. FA3 Apuntar a ser una plataforma integral donde la demanda del producto permita generar nuevos negocios particulares. FA4 Ofrecer certificados de calidad asociados con beneficios para los compradores. FA5 Desarrollar un packaging funcional que integre a Marca Perú como certificación internacional. FA6 Si bien integramos a importadores gubernamentales que producen el desmoronamiento de la marca dentro y fuera del país. | |
| | Debilidades | D1 Solo 1 producto en cartera. D2 Demora en entrega de leche prima. D3 Positiva demanda en Argentina. D4 Posible demora en atención al cliente. D5 Nuevo emprendimiento, debemos fidelizar clientes. D6 Leche prima puede llegar con desperfectos. D7 Posibles alianzas con las empresas. | DO1 Ampliar cartera de productos. DO2 Hacer competitiva la demanda del producto con certificaciones internacionales. DO3 Apuntar a un aumento de fácil recordación que genere engagement en el público objetivo mediante una estrategia marketing digital orientada a las ventas. DO4 Generar un contenido digital que informe, genere confianza e integre información relevante en todos los puntos del producto. DO5 Estrategias de ventas que contengan planes de descuentos por volumen, precios especiales con clientes frecuentes. DO6 Asegurar un ciclo de producción que cumpla un calendario informativo que pueda ser contemplado por nuestros asociados comerciales. | DA1 Asegurar el producto mediante un esquema legal que contemple funcionamiento, producción y distribución al mismo y evitar futuras contingencias. DA2 Obtener a la brevedad certificaciones internacionales de calidad. DA3 Establecer un canal de información exclusivo para clientes, con personal capacitado. DA4 Elaborar una estrategia de ventas competitiva en precios y beneficios, desarrollado por un equipo especializado. DA5 Elaborar un esquema de conversión para los clientes, con el fin de orientar estrategias de paciencia en los niveles de compra. DA6 Contemplar mercados dentro de la región para un nuevo desarrollo de negocios. |

Tabla 15: Análisis FODA. Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO III: Plan Estratégico de la empresa

3.1 Misión:

Colaborar con el consumo saludable de alimentos naturales y orgánicos y la mejora de la calidad de vida de todos los participantes de nuestra cadena de valor, mediante la producción de la maca gelatinizada cumpliendo con los estándares internacionales más exigentes.

3.2 Visión:

Consolidarnos en la empresa peruana líder de los mercados internacionales, en la producción y comercialización de superalimentos orgánicos y sostenibles de alta calidad.

3.3 Valores de la empresa:

- Conciencia ambiental.
- Enfoque al cliente.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Calidad.

3.4 Objetivos estratégicos:

3.4.1 Objetivo general:

Convertirnos en la empresa peruana líder en el mercado internacional, en la producción y comercialización de maca gelatinizada, garantizando un producto orgánico de alta calidad cumplimiento estándares internacionales.

3.4.2 Objetivos específicos:

- Incrementar nuestras ventas en un 20% para el primer año de operaciones de la empresa.
- Maximizar nuestro alcance generando contenido de interés para nuestro público.
- Capacitar a nuestro personal de ventas en la logística de exportación.
- Potenciar nuestra capacidad de producción mediante la implementación de otra línea de trabajo.
- Determinar estrategia de penetración en otros mercados internacionales.

3.4.3 Estrategias genéricas:

a) Estrategia de ventas:

Debido a que nuestra estrategia de marketing es B2B, realizaremos las siguientes acciones comerciales con la finalidad de generar un negocio basado en la confianza y en la información:

- Participar en las ruedas de negocios y en las diversas ferias nacionales/ internacionales, lo que nos permite brindar toda la información disponible sobre

la maca gelatinizada y su versatilidad; así como nos sirve para recopilar los datos de los potenciales clientes y sus intereses sobre los productos orgánicos.

- Coordinar con las Cámaras de Comercio de los países interesados y enviarles nuestra información, a fin de lograr mayores conexiones comerciales.
- Ofrecemos visitas de campo a nuestra planta para que nuestros clientes puedan observar de primera mano el proceso de gelatinización, nuestra cadena de suministro y conocer más sobre el producto final.
- Para estas visitas, nosotros nos encargamos de brindar los servicios de atención al cliente; es decir, traslados, alojamiento, cenas y/o almuerzos de bienvenida. Esto generará un vínculo de confianza con nuestra empresa.
- Ofreceremos charlas informativas/webinars sobre los beneficios de la maca gelatinizada y la versatilidad en su consumo.

b) Fuentes de ventaja competitivas:

- Personal capacitado en la manipulación de alimentos y en el uso de la maquinaria para el proceso de gelatinización.
- Nuestros pallets de envío también son desinfectados para evitar proliferación de microorganismos que pueden ser contaminantes.
- Forma de pago dividida en 2 partes: 50% de adelanto para preparar el pedido y 50% a la entrega, luego de que el cliente realice la revisión del lote por su lado.
- Contaremos con certificaciones internacionales que garantizan la calidad del producto y su consumo apto para diversos tipos de usuarios.
- Control de calidad realizado de manera periódica, lo que asegura el buen estado del lote producido.

CAPÍTULO IV: SONDEO DE MERCADO

4.1 Objetivos:

El estudio de mercado tiene como objetivo realizar un análisis de la competitividad en la exportación FOB de la Maca gelatinizada a Estados Unidos entre los años 2015 -2019 con la finalidad de ver la rentabilidad en Perú.

Como segmento de análisis cualitativo, se utilizó como muestra para el análisis puntos de vista de diversos expertos y representantes en las áreas producción y exportación de maca. Como fuente primaria se utilizaron entrevistas de profundidad. Como secundarias Sunat & Siicex, entre otros.

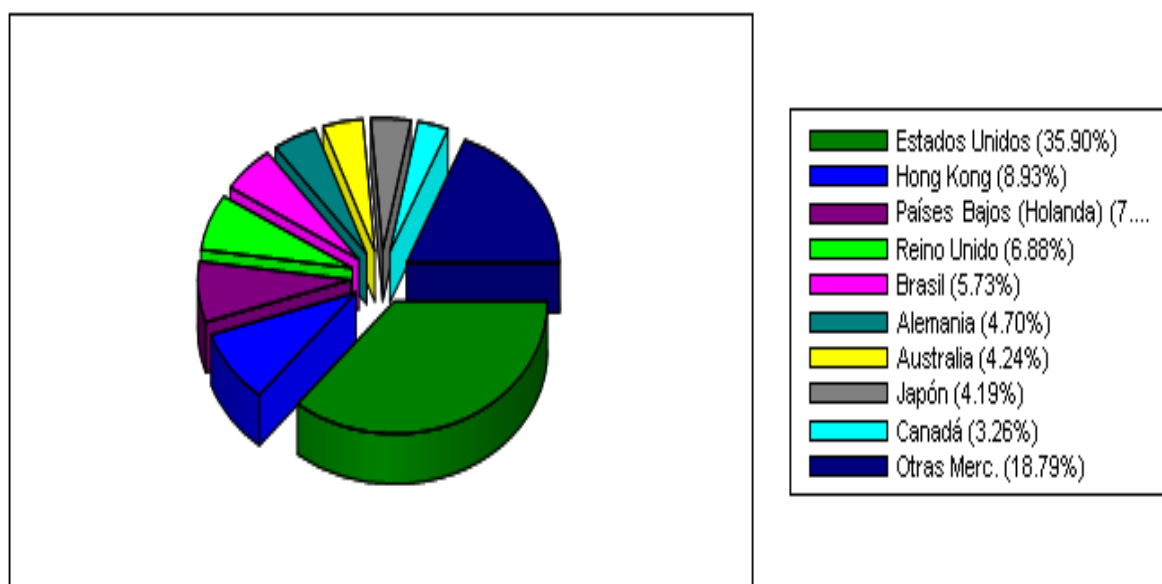


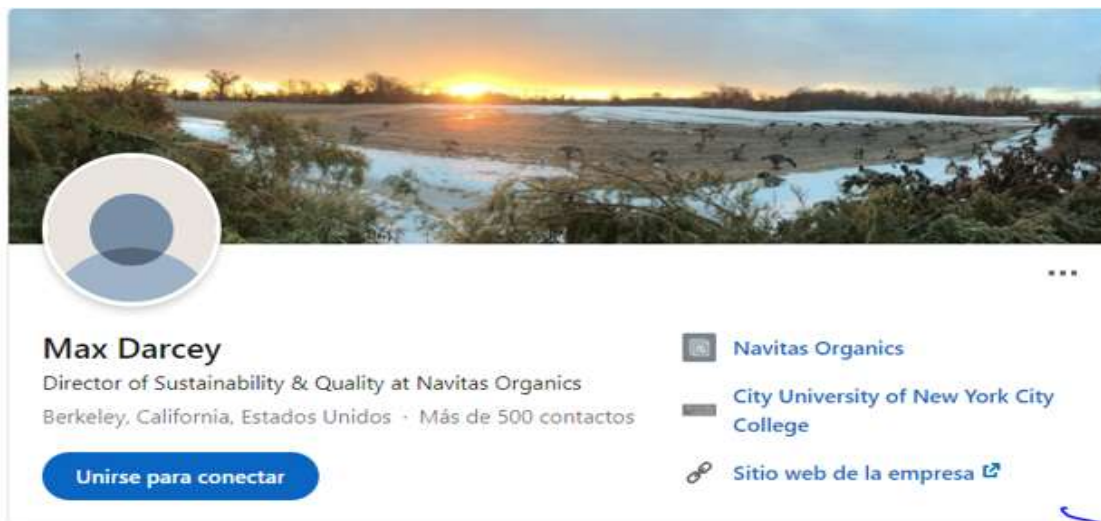
Figura 6. Gráfico de Promperú Exportaciones de Maca Según los principales mercados

2017. Fuente Promperú & Siicex.

4.2 Entrevistas de profundidad:

A continuación, se muestra un resumen de las entrevistas de profundidad que se ejecutaron a principales ejecutivos americanos que deciden la adquisición de maca gelatinizada en EEUU, por lo que se consideró relevante entrevistarlos:

a) Entrevista 1:

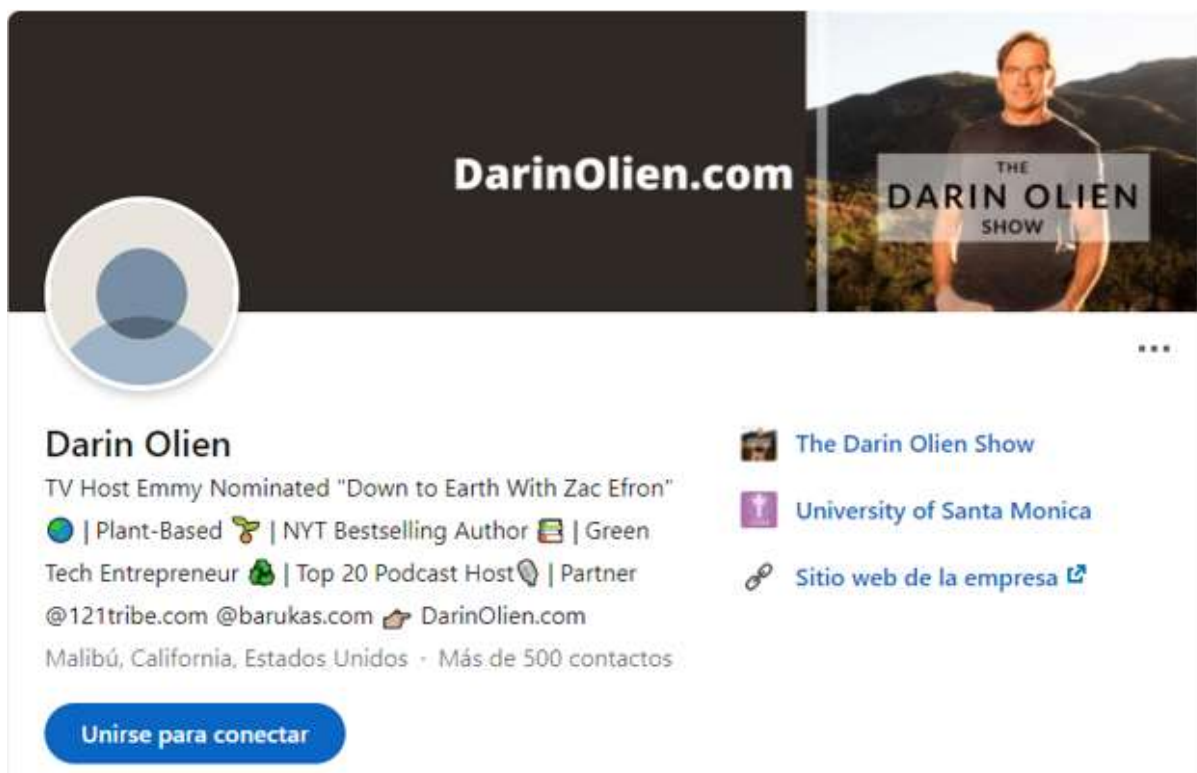


| | | | |
|------------|------------------|---|---|
| Max Darcey | Navitas Organics | Antes de trabajar con Maca Gelato viajamos a Perú a ver y conocer los cultivos y la cadena de valor para nosotros además del precio del producto es que toda la cadenas de valor funcione | Nosotros queremos generar un cambio en la cultura americana. Es decir que lo Natural es lo mejor a lo químico |
|------------|------------------|---|---|

| | |
|---|---|
| Perfil de la persona entrevistada: | |
| El entrevistado Max Darcey es Director de Sostenibilidad y Calidad de la empresa Navitas Orgánicas, empresa que se abastece de maca gelatinizada en EEUU quien fue entrevistado para este estudio | |
| Pregunta: ¿Qué variables comerciales tiene en cuenta para adquirir maca gelatinizada Perú? | Respuesta: <ul style="list-style-type: none"> ● El precio ● Cumplimiento en los tiempos de respuesta entre la colocación de la OC y la llegada del producto a destino. ● La cadena productiva de la maca en la zona de producción esté bien organizada. |
| Pregunta: Los clientes que compran sus productos ¿Por qué lo hacen? | Respuesta: Lo hacen porque valoran más lo natural que lo químico. |

Tabla 16: entrevista de profundidad 1.

b) Entrevista 2:



| Ejecutivo | Empresa | Comentarios | Ventajas |
|---|-----------|--|---|
| Darien Olien Beach Body Experto en Bienestar | BeachBody | Decidimos cambiar de proveedor ya que su tiempo de respuesta a nuestras solicitudes y las cotizaciones llegan a las 24 horas | La Maca Gelatinizada forma parte vital de nuestra forma para elaborar nuestro batido sin ella no podríamos llegar a una fórmula |
| | | | |

| | |
|---|---|
| Perfil de la persona entrevistada: | |
| Darin Olien es un influencer ganador del Emmy, es creador de un batido natural llamado Shakeology hecho en base a maca gelatinizada y constituye un potencial cliente para Maca Gelato. | Ya que, si bien él realizó la fórmula para el batido, actualmente está creando nuevos productos donde la maca gelatinizada tiene participación en el contenido. |
| Pregunta: En el batido que creaste y que es bastante reconocido en el mercado ¿qué ingrediente es fundamental para que sea atractivo a tus clientes? | Respuesta: El ingrediente fundamental en el batido que es nuestro producto estrella es la maca gelatinizada. Sin ese ingrediente nuestro producto dejaría de ser atractivo. |
| Pregunta: Habitualmente tu empresa trabaja con proteína animal, la maca gelatinizada ¿cómo calza entre los insumos que habitualmente utilizan? | Respuesta: En este caso la maca gelatinizada es una fuente de proteína vegetal y constituye un sustituto a la proteína animal que siempre hemos acostumbrados a usar. |

Tabla 17: entrevista de profundidad 2.

c) *Entrevista 3:*

James Frame
CEO at Natural Health International
San Francisco, California, Estados Unidos · Más de 500 contactos

Natural Health International
Knox Grammar School
Sitios web

[Unirse para conectar](#)

| Ejecutivo | Empresa | Comentarios | Ventajas |
|-------------|---------------------------------------|---|--|
| James Frame | Symphony Natural Health International | Trabajamos con Maca Gelato porque nuestro producto es Ozonizado y no irradiado esto mejora la calidad de nuestro producto | Nunca problemas con los tiempos de entrega una vez colocada la orden de compra. En los análisis de calidad nunca hemos tenido problemas además cuentan con la aprobación de la FDA |

| | |
|---|---|
| Perfil del entrevistado | |
| James Frame, CEO de Natural Health International. | Es el CEO de la compañía sin embargo se involucra en los estudios realizados por su compañía y el impacto que pueda crear en la comunidad. Creando conciencia, liderando mediante el conocimiento de las personas con soluciones para lograr un mejor estado de salud. |
| Pregunta: ¿Han sido bien aceptadas las cápsulas de maca por los médicos que las usan en los tratamientos de fertilidad? Prefieren lo químico | Respuesta: Al principio tuvimos que convencer a la comunidad médica de la efectividad de las pastillas para que ellos puedan ofrecerlas a sus pacientes. Se realizaron estudios que probaban lo que estábamos afirmando & logramos convencerlos Además ofrecemos una compensación por cada 20 cajas del producto vendido |
| Pregunta: ¿Las mujeres como tomaron el cambio en el tratamiento de fertilidad al ingerir un producto natural? | Respuesta Al principio dudaban de la eficacia, pero vieron los estudios realizados al producto & mencionamos que no tiene efectos secundarios en la ingesta del mismo así que poco a poco fueron adquiriendo nuestro producto |

Tabla 18: entrevista de profundidad 3

CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING

5.1 Marketing Mix:

| Precio | Promoción | Plaza | Producto |
|--|--|--|---|
| <p>Tendremos en cuenta el costo de producción de la maca gelatinizada y el tipo de cambio vigente al momento de fijar el precio de compra-venta.</p> <p>Nuestros precios son FOB y mantienen un costo de USD 10, a este monto se le agrega el costo del embarque marítimo que es USD 950 por 1 Tonelada.</p> | <p>Promovemos nuestra página a través de nuestra página web además de tener presencia en LinkedIn & Alibaba</p> <p>En las ferias en las que participemos usaremos el logo en el stand y en las ruedas de negocios los potenciales clientes tendrán un catálogo en donde explicamos toda nuestra cadena de valor. Además del apoyo que damos a la comunidad de Junín.</p> | <p>Tenemos 2 canales de venta.</p> <p>Para el flujo de información se utilizan el virtual y el presencial.</p> <p>Para el flujo de materiales de entrega se usará transferencia interbancaria con el código Swift del cliente del 50% en adelanto para la elaboración del producto como punto de entrega el Puerto Marítimo del Callao.</p> <p>el saldo del 50% restante será transferido por el mismo medio de pago a la llegada del producto a su destino.</p> <p>Virtual mediante las plataformas ya mencionadas y presencial participando de rueda de negocios y ferias de alimentos donde podamos tener presencia y hacer que nuestro logo tenga más relevancia con la finalidad de ser un referente para intermediario</p> | <p>Maca orgánica ozonizada traída desde Junín, tenemos proveedores certificados por Control Unión lo cual nos permite mediante diversas certificaciones entrar a los mercados internacionales.</p> <p>Nuestra maca es cultivada a 3500 msnm, a diferencia de la china lo cual brinda una calidad del producto totalmente distinta.</p> <p>La maca gelatinizada es empacada en bolsas de polietileno de 10kg para su embarque.</p> |

Tabla 19. Marketing Mix. Fuente: elaboración propia.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL PRODUCTO MACA SEGUN SUS PRINCIPALES MERCADO 2007 - 2021

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------|
| Estados Unidos | 167.608,40 | 181.743,52 | 264.484,79 | 341.382,74 | 420.013,67 | 515.695,31 | 831.677,87 | 917.819,15 | 559.747,86 | 799.352 |
| Hong Kong | 3.364,00 | 7.390,00 | 2.210,75 | 2.657,56 | 5.047,76 | 2.596,88 | 12.461,26 | 654.033,42 | 805.930,77 | 566.052 |
| Países Bajos (Holanda) | 2.514,00 | 3.379,42 | 6.081,94 | 13.182,36 | 17.852,97 | 11.119,69 | 20.503,94 | 72.914,16 | 79.407,55 | 118.331 |
| Reino Unido | 10.954,89 | 9.670,41 | 14.369,64 | 28.386,11 | 53.144,62 | 73.249,81 | 128.045,21 | 137.685,54 | 141.370,98 | 184.915 |
| Brasil | 1.910,18 | 6.890,00 | 2.319,00 | 6.454,00 | 4.932,62 | 13.170,00 | 45.465,64 | 21.203,46 | 16.002,50 | 78.209 |
| Alemania | 39.541,62 | 25.474,56 | 41.539,89 | 32.657,29 | 56.674,91 | 48.575,02 | 71.574,54 | 107.504,42 | 116.709,28 | 144.286 |
| Australia | 13.541,62 | 11.314,61 | 15.406,15 | 21.987,89 | 32.522,84 | 29.971,07 | 73.525,24 | 130.864,08 | 97.112,48 | 113.149 |
| Japón | 63.313,13 | 84.711,67 | 116.274,89 | 74.264,66 | 77.711,77 | 162.107,75 | 179.984,45 | 140.900,51 | 103.193,53 | 127.619 |
| Canadá | 11.666,51 | 30.504,72 | 34.357,18 | 50.781,17 | 67.837,71 | 74.128,25 | 102.348,47 | 100.674,87 | 117.211,12 | 113.360 |
| China | 24.653,28 | 16.760,00 | 1.510,00 | 1.659,00 | 19.067,00 | 36.581,62 | 39.881,80 | 409.626,67 | 125.618,85 | 168.419 |

Figura 7. Curva de Países de la demanda. Fuente Siicex.

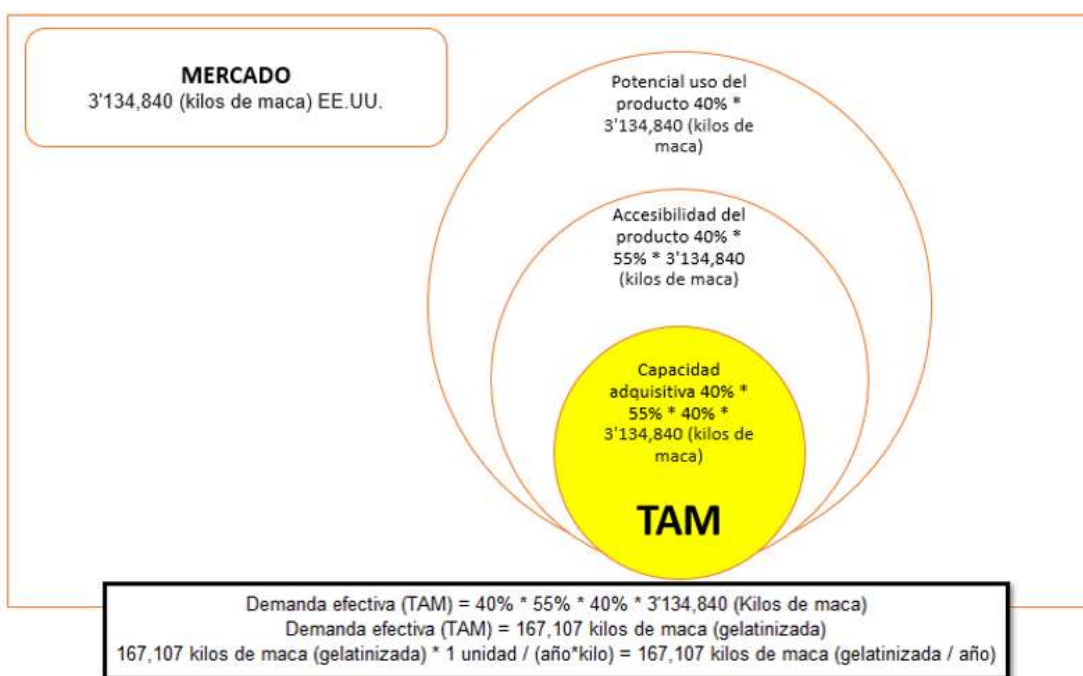


Figura 8. Análisis de la demanda. Fuente: elaboración propia.

| PARTIDA | DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA | FOB-20 | %Var20-19 |
|------------|--|------------|-----------|
| 1106201000 | HARINA, SEMOLA Y POLVO DE MACA (LEPIDIJUM MEYENII) | 16,365,138 | 46% |

Figura 9. Partida arancelaria. Fuente: Siicex.

5.2 Descripción de Estrategias:

| Diferenciación | Posicionamiento | Segmentación |
|--|---|---|
| <p>Trabajamos con precios FOB para las órdenes de menos carga aérea USD 500 costo del FOB y el costo por kilo es de USD 10, a partir de una tonelada marítima USD 950. Estos precios se basan en la calidad y servicio brindado.</p> | <p>Ser reconocidos por la industria exportadora extranjera con la mejor calidad en la elaboración de nuestros productos materia prima orgánicos naturales que cuentan con todas las certificaciones para su exportación y nuestros tiempos de entrega en orden con precios competitivos negociables de acuerdo al volumen de compra. Además de contar con una planta de procesamiento propio donde nuestros clientes tendrán la oportunidad de ver toda nuestra cadena de valor propia.</p> | <p>Nuestro producto será vendido en el mercado internacional. No atenderemos pedidos para el mercado local. Nuestro producto ozonizado no irradiado lo cual brinda mejoramiento en sus propiedades.</p> |

| Marketing Estratégico | Marketing Táctico |
|---|--|
| <p><u>Segmentación</u> Maca Gelatinizada solo para exportación vía aérea o marítima no se atenderá pedidos para el mercado local (Perú)</p> <p>Por lo tanto, nuestro mercado a atender serán empresas que demandan maca gelatinizada en EEUU principalmente.</p> | <p>Maca Gelatinizada (solo para exportación) hacia los Estados Unidos principalmente y el resto del mundo</p> |
| <p><u>Diferenciación</u> Contamos con todos los permisos biosanitarios aprobados por la FDA Además de una planta propia en San Juan Lurigancho. Somos una planta certificación SGS El producto es cultivado en Junín a 3500 msnm es Ozonizada no irradiada como la competencia esto ayuda a eliminar impurezas en el producto</p> <p>Los productores de maca gelatinizada de origen chino venden al mercado estadounidense</p> | <p>De acuerdo a la orden de compra se elabora el producto. Nos diferenciamos por nuestros tiempos de respuesta Contamos con una negociación anual previa con agricultor lo que nos permite manejar nuestros propios stocks en el area de almacén. Única planta que cuenta con laboratorio así nos aseguramos que el producto final esté libre de impurezas y</p> |

| | |
|---|---|
| <p>productos con bajo nivel de vitaminas, proteínas y riboflavina. Esto se explica principalmente porque en nuestro país la maca se cultiva por encima de los 3500 msnm (situación que no tiene China).</p> <p>Maca Gelato principalmente abastecerá a los clientes ubicados en EEUU maca gelatinizada con altos valores de vitaminas, proteínas y riboflavina como ventaja competitiva.</p> <p>China no cuenta con un TLC con EEUU por lo que sus productos llegan pagando un arancel elevado frente a los productos que Maca Gelato podría abastecer considerando que nuestro país tiene un TLC con EEUU.</p> | <p>no nos exponemos a que el cliente nos devuelva el producto</p> |
| <p><u>Posicionamiento</u></p> <p>Por la naturaleza del producto que tenemos (producto intermedio usado por la industria) nuestro logo no podrá ir en las bolsas de la maca gelatinizada que venderemos. Sin embargo, utilizaremos los relés a través de una URL a los potenciales clientes en los que estará presente en todo momento la marca de nuestro producto que es a la vez el nombre de nuestra empresa.</p> <p>Somos la única planta en el Perú que cuenta con todas certificaciones para exportaciones lo cual permite que nuestros clientes confíen en la calidad de nuestro producto. Maca no irradiada Desinfectada con ozono</p> <p>Estamos en todas las plataformas virtuales de alimentos naturales con reels dónde potencial cliente podrá ver todo nuestro proceso de elaboración. A su vez este material les sirve para sus presentaciones con su cliente final</p> | <p>Nosotros exportamos a todo el mundo. Para ellos contamos con todas las certificaciones internacionales. Nuestro mercado principal son los Estados Unidos.</p> <p>Somos conocidos en el mercado por nuestra participación en ferias internacionales y trabajamos de la mano con los cámaras de comercio de cada país con nuestra estrategia digital buscamos quedarnos en la mente del consumidor</p> |

Tabla 20. Estrategias de Marketing.

CAPITULO VI: PLAN DE OPERACIONES

6.1. Descripción Operacional

En el plan de Operaciones daremos a conocer los diversos aspectos técnicos que engloba el proceso de producción, comercialización b2b y distribución del producto final Maca Gelato.

De modo introductorio, para el proceso de gelatinización de la maca amarilla que viene a ser nuestro producto terminado se va a requerir de la implementación distintos recursos como es la materia prima, equipos sofisticados, capital humano, etc. Así también en la gestión de nuestro plan de operaciones los procesos de producción lograrán determinar la capacidad de producción instalada que será suficiente para cubrir nuestras demandas sin el riesgo de generar merma.

6.2. Objetivos de Operaciones

| ASPECTOS | PUNTOS CLAVE | Ponderación Interna | Coefficiente de importancia | Prod (Pond*coef) |
|-------------------|---|---------------------|-----------------------------|------------------|
| TIEMPO DE ENTREGA | OPTIMIZACIÓN EN LOS PLAZOS DE ENTREGA DE LA MERCADERÍA. | 0.55 | 3 | 1.65 |
| CALIDAD | PRODUCTO BRINDADO CON LOS ALTOS ESTANDARES DE CALIDAD Y SALUBRIDAD | 0.50 | 3 | 1.50 |
| FLEXIBILIDAD | CONTAR CON PROCESOS DE PRODUCCIÓN FLEXIBLES | 0.50 | 3 | 1.50 |
| COSTOS | PRECIOS BAJOS QUE LA COMPETENCIA. | 0.45 | 2 | 0.90 |
| TIEMPO DE ENTREGA | GARANTIZAR EL BUEN ESTADO DEL PRODUCTO ENTREGADO A PUERTO (FOB) | 0.45 | 2 | 0.90 |
| FLEXIBILIDAD | CONTAR CON EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LA MATERIA PRIMA (MACA AMARILLA CON LAS COOPERATIVAS) | 0.40 | 2 | 0.80 |
| CALIDAD | REDUCIR EL CUELLO DE BOTELLA EN EL PROCESO PRODUCTIVO. | 0.38 | 2 | 0.76 |
| COSTOS | REDUCIR LOS COSTOS UNITARIOS. | 0.35 | 2 | 0.70 |
| COSTOS | REDUCIR EL COSTO DE MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPOS INDUSTRIALES | 0.20 | 1 | 0.20 |
| CALIDAD | EQUIPOS DE ULTIMO AVANCE TECNOLÓGICO | 0.12 | 1 | 0.12 |
| FLEXIBILIDAD | CAPACIDAD PARA REUBICACIÓN DE LA PLANTA | 0.10 | 1 | 0.10 |

Los principales puntos claves con mayor puntuación considerados en todos los aspectos y que se deberá de enfocar todos los esfuerzos para poder cumplir con objetivos.

| ASPECTOS | PUNTOS CLAVES |
|-------------------|--|
| TIEMPO DE ENTREGA | OPTIMIZACIÓN EN LOS PLAZOS DE ENTREGA DE LA MERCADERÍA. |
| CALIDAD | PRODUCTO BRINDADO CON LOS ALTOS ESTANDARES DE CALIDAD Y SALUBRIDAD |
| FLEXIBILIDAD | CONTAR CON PROCESOS DE PRODUCCIÓN FLEXIBLES |

Tabla 21. Puntos claves

- Lograr optimizar el tiempo de entrega a puerto (FOB) la mercadería en un 25% en el mismo día del despacho.
- Adquirir mediante proceso de comercialización de 60 Toneladas para el año 2022 considerado la mejor maca Amarilla de la región de Junín en el distrito de Callahuai.
- Lograr reducir en un 50% el cuello de botella en el proceso de gelatinización en planta, principalmente en la etapa de lavado y desinfección para el primer semestre del 2022.
- Lograr la producción de 350 bolsas de 10kg c/d mensual tomando como referencia mediados del año 2022.
- Lograr concretar el ingreso en ventas de s/600 mil al mes.

6.3. Abastecimiento

6.3.1. Compras-Proveedores

Lograremos la alianza estratégica con nuestros proveedores afianzando el vínculo, logrando así mantener y fortalecer la cadena de suministro en el tiempo.

Se trabajará con estos proveedores según teniendo como principal consideración la materia prima específica “Maca Amarilla”.

a) Proveedores de Maca Amarilla

| | |
|------------------------------------|---|
| Empresa | Coop. Agropecuaria "Valle de Cunas" |
| Ubicación | San Jose de Querros Prov. Concepción-Junin |
| Productos a ofrecer | Maca amarilla ,roja ,negra y blanca |
| Trayectoria | Inicio de actividades desde el 2013 hasta la actualidad(9 años) |
| Característica diferencial | Familias dedicadas al cultivo certificados como productores orgánicos |
| capacidad de abastecimiento | 20tn por pedido |

| | |
|------------------------------------|---|
| Empresa | AGROFORUM |
| Ubicación | Calle Alcanfores 1245, Miraflores |
| Productos a ofrecer | Maca Negra y Maca amarilla tanto fresca como seca , de primera segunda y tercera, cultivada en Junin y Huancavelica |
| Trayectoria | Inicio de actividades agronegocios desde el 2008 hasta la actualidad .(13 años) |
| Cracterística diferencial | Primera Red Social de Agricultura & Agronegocios del Perú |
| capacidad de abastecimiento | 15tn por pedido |

b) Proveedor de Maquinarias

| | |
|------------------------------------|---|
| Empresa | JARCON DEL PERU S.R.L |
| Ubicación | Av. Colonial Cal Gamma n°230-Callao |
| Productos a ofrecer | Maca amarilla ,roja ,negra y blanca |
| Trayectoria | Inicio de actividades desde Agosto del 2014 hasta la actualidad(8 años) |
| Característica diferencial | Fabricación de Maquinaria para la Elaboración de Alimentos(Cuenta con toda la gama de Maquinaria especial para la gelatinización y envasado de la Maca) |
| capacidad de abastecimiento | Maquinarias en Stock |
| Tipo de Pago | Contado 60%,Crédito 40% |

6.4. Producción

6.4.1. Ficha Técnica del Producto

| FICHA TECNICA | | | | |
|--|-------------------|---|---------------------|---|
| HARINA DE MACA GELATINIZADA (FLOUR MACA GELATINIZED) | | | |  |
| USO: SUPLEMENTO ALIMENTICIO | | | | |
| DESCRIPCION DEL PRODUCTO: Harina de maca gelatinizada obtenida mediante procesos orgánicos tanto en producción como en procesos. Maca seca sometida a lavado, desinfectado, picado, extruido, pulverizado y envasado. | | | | |
| TIPO COMERCIAL : EXPORTACION | | NOMBRE CIENTIFICO: Lepidium peruvianum chacón. | | |
| COTIZACIÓN: En Dólares cada Kg. Costo a negociar, de acuerdo el volumen de pedido | | PARTIDA ARANCELARIA: 1106201000 | | |
| PRESENTACIÓN | | | | |
| DQO | TIPO | Bolsa | Peso Neto | Para exportar las bolsas con harina se llenan en cajas de cartón por 20 Kg |
| HMPC | Polvo Instantáneo | PET de alta densidad 4 micras | 10.00 Kg. Por bolsa | |
| GRANULOMETRIA | | | | |
| Malla: 60 - 80 Mesh | | | Tolerancia: +/- 0 % | |
| INGREDIENTES | | | | |
| INSUMO | PORCENTAJE | OBSERVACION | | |
| Polvo de maca Extruido Gelatinizado | 100% | Maca orgánica : Certificado por BCS : EU, NOP, JAS | | |
| | | Nº de Registro Orgánico: | | |
| | | Contiene conservante: No | | |
| Procesada en día mes año: De acuerdo el orden de pedido | | | | |
| CARACTERISTICAS | | | | |
| FISICO – ORGANOLEPTICAS | | FISICO – QUIMICAS | | |
| CARACTERISTICA | VALOR | CARACTERÍSTICA | VALOR | OBS. |
| Color | Marrón Claro | Humedad: | 5.5 % | Máximo 7 % |
| Olor | Característico | | | |
| Sabor | Característico | | | |
| Textura | Polvo | | | |

| MICROBIOLÓGICAS | | | FACTORES NUTRICIONALES | | |
|--------------------|-------------------------|-------|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| CARACTERISTICA | VALOR | OBS. | FACTOR | VALOR | OBS. |
| Aerobios Mesófilos | < 3 x 10 ³ | | | En 100 Gr. De Maca | En una cucharadita 5gr |
| Hongos (mohos) | < 10 estimado | Libre | Proteínas | 13.23 % | 0.6 gr. |
| Levaduras | < 10 estimado | | Carbohidratos | 75.81 % | 3.75 gr. |
| E-Coli4 | Ausente 0 < 10 estimado | | Fibra | 5.44 % | 0.25 gr. |
| Salmonella | ausente | | Vitaminas, | A,B1,B2,B3,B6,B12, C,D,E | A,B1,B2,B3,B6,B12,C, D,E |
| Aflatoxinas | | < 5 | Grasa | 0.39% | 0.4 gr. |
| | | | Potasio | 1.757 % | 81.3 mg. |

| | | | | |
|---|--|-------------------------------|----------------|----------|
| | | Calcio | 0.477 %. | 18.3 mg. |
| | | Fósforo | 0.380 %. | 17.5 mg. |
| | | Magnesio | 718.934 Mg/kg. | 4.68 mg. |
| | | Hierro | 82.468 mg/kg. | 0.5 mg. |
| | | Zinc | 40.748 mg/kg. | 0.11 mg. |
| | | Manganeso | 22.831 mg/kg. | 0.12 mg. |
| Almacenamiento: Ambiente Seco y Fresco | | Tiempo de Vida: 2 años | | |
| Stock | Contamos con 230 Tn. De maca seca entera Orgánico para Harina de Maca gelatinizada (Entrega de acuerdo Cronograma pactado con el Cliente). | | | |

Figura 10. Ficha técnica de la maca amarilla.

Para solicitar el pedido de compra adecuada, tenemos que conocer a fondo la materia prima, sus características físicas y propiedades nutricionales que dan un valor agregado y tienen por finalidad diferenciar su calidad con los otros tipos de maca.

En conclusión, la maca amarilla es la adecuada para obtener la gelatinización en el producto terminado.

6.5. Selección del Proceso

Analizando el proceso más importante de la empresa, la producción operativa en planta.

6.5.1. Flujograma del Proceso de Producción

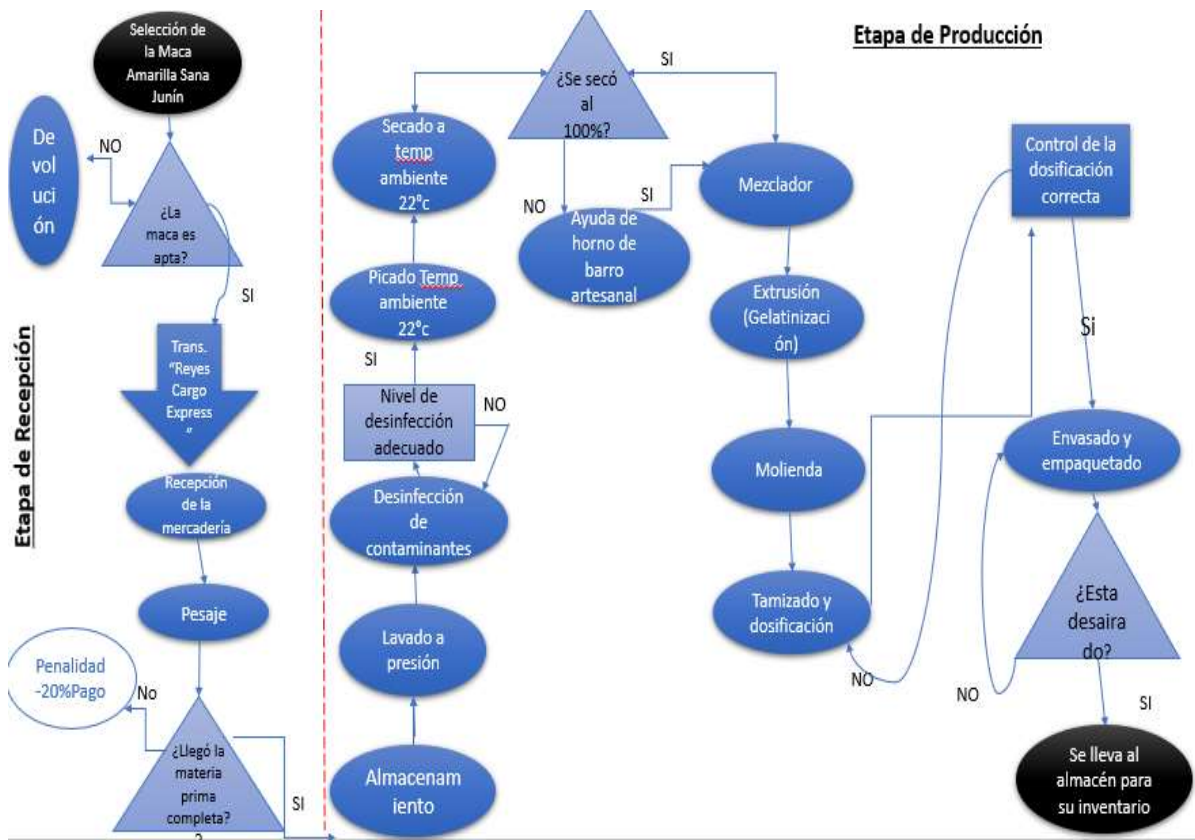


Figura 11: Flujograma-Proceso de Producción

6.6. Requerimiento para producir

El proceso de producción va a contar con 2 líneas de producción, manejado inicialmente por 2 operarios con experiencia en el manejo de los equipos de producción alimentaria. Las máquinas debido a la sofisticación tecnológica actual son casi automatizadas al 85%, logrando que el personal realice funciones de observación y control.

6.6.1. Requerimiento de Maquinaria y equipos

a) **Manga transportadora:**

Elemento mecánico capaz de transmitir movimiento, indispensable como conector dentro del proceso productivo.

Tipos:

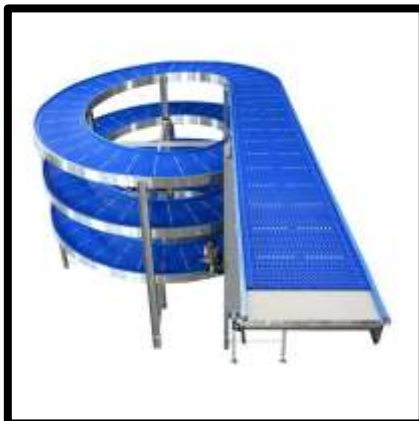
Transportadora Curvo



Transportadora Inclinada



Transportadora Espiral



Transportadora tipo gusano



Figura 12: Bandas transportadoras Industriales.

b) Lavadora industrial de tambor rotativo:

El tambor industrial sirve para el lavado de la maca a presión con agua.



Figura 13: Lavadora Industrial de Tambor rotativo.

c) Tina de Acero Inoxidable:

Se utiliza principalmente para la desinfección orgánica de la maca y eliminar toda partícula contaminante.



Figura 14: Tina de acero inoxidable.

d) Complementos:

- Canastas plásticas: Necesarias para el almacenamiento de la maca en bruto ya que permiten aireación. Apilables para ahorrar espacio.



Figura 15. Canastas de plástico con rejillas

- Molino picador: Sirve para triturar la maca hasta reducir su tamaño.



Figura 16. Molino Picador

- Mezcladora de polvo: Equipo que sirve para la mezcla de alimentos convertido en polvo.





Figura 17. Mezcladora de polvo

- Extrusora industrial: Máquina primordial que sirve para el proceso de gelatinización de la maca amarilla.



Figura 18. Extrusora Industrial

- Molienda: Reduce el volumen de las partículas.



Figura 19. Molienda

- Tamizadora circular: La tamizadora industrial sirve para separar mediante tamices y clasificar partículas.



Figura 20. Tamizadora Circular

- Dosificadora industrial: Maquinaria capaz de distribuir la materia prima en cantidades y en secuencia temporal exacta.



Figura 21. Sistema de dosificación industrial

- Envasadora vertical: Maquina para el envasado y sellado de alimentos.



Figura 22. Envasadora Vertical

6.6.2. Inversión requerida para maquinarias de producción.

| Maquinarias | Cantidad | Precio Unitario | Costo Total | Vida Útil |
|-------------------------------------|----------|-----------------|---------------------|-----------|
| Transportadora curvo(10m) | 2 | 5500 | S/11,000.00 | 6 años |
| Transportadora Inclinada(10m) | 3 | 3600 | S/10,800.00 | 6 años |
| Transportadora espiral(4.5m) | 2 | 4400 | S/8,800.00 | 6 años |
| Transportadora tipo gusano(6m) | 2 | 3200 | S/6,400.00 | 7 años |
| Lavadora industrial tambor rotativo | 2 | 9500 | S/19,000.00 | 9 años |
| Tina de Acero Inoxidable | 2 | 2500 | S/5,000.00 | 8 años |
| Molino Picador | 2 | 12000 | S/24,000.00 | 9 años |
| Mezcladora de polvo | 2 | 15000 | S/30,000.00 | 9 años |
| Extrusora industrial | 2 | 20000 | S/40,000.00 | 10 años |
| Molienda | 2 | 12000 | S/24,000.00 | 9 años |
| Tamizadora | 2 | 9000 | S/18,000.00 | 9 años |
| Dosificadora | 2 | 8000 | S/16,000.00 | 10 años |
| Envasadora | 2 | 20000 | S/40,000.00 | 10 años |
| Inversión Total | | | S/253,000.00 | |

Tabla 22. Requerimiento de maquinarias y equipos. Fuente: elaboración propia.

6.6.3 Requerimiento de materiales de producción:

| Materiales-Insumos | Unidad de medidas | Cantidad | ANUAL | |
|-----------------------------------|-------------------|------------|----------|---------------------|
| | | | Unitario | Total |
| Tamices industriales circulares | Diametro 15cm | 6 | 120 | S/ 720.00 |
| Tamices industriales circulares | Diametro 35cm | 15 | 200 | S/ 3,000.00 |
| Canasta de plastico con rejillas | 20*40cm | 30 | 35 | S/ 1,050.00 |
| Cucharon de Madera Grande | 75cm | 3 | 25 | S/ 75.00 |
| Desinfectante de alimentos | 18Litros | 45 | 50 | S/ 2,250.00 |
| Bolsas Plástico Polietileno | 40*40cm | 43millares | 45 | S/ 1,935.00 |
| Pallet de madera | 1.2*1m | 15 | 15 | S/ 225.00 |
| Stocka Hidráulica | unid | 2 | 1350 | S/ 2,700.00 |
| Caja de Cartón | 45*45cm | 43millares | 700 | S/ 30,100.00 |
| Stretch Film de embalaje | 20cm | 40 | 12 | S/ 480.00 |
| Carretillas de rejillas plegables | 1*0.45cm | 3 | 80 | S/ 240.00 |
| Inversión Total | | | | S/ 42,775.00 |

Tabla 23. Requerimiento de Materiales. Fuente: elaboración propia.



Figura 23. Tamices Industriales



Figura 24. Pallets y Cajas

6.6.4 Requerimiento de otros servicios.

| TIPO DE COSTO | INSUMOS | Unidad de Medida | Cantidad | ANUAL | |
|----------------|------------------------|------------------|----------|----------|--------------------|
| | | | | Unitario | Total |
| Costo Variable | Agua potable | m3 | 27883 | 1.08 | S/30,113.64 |
| Costo Variable | Electricidad | Kw*Hr | 27883 | 0.017 | S/474.01 |
| Costo Fijo | Internet | Mbps | 12 | 320 | S/3,840.00 |
| Costo Fijo | Telefonía Fija | min | 12 | 200 | S/2,400.00 |
| | Inversión Total | | | | S/36,827.65 |

Tabla 24. *Requerimiento de otros servicios (servicios básicos). Fuente: elaboración propia.*

6.6.5 Requerimiento de Personal Operativo

| Cargos | N°Puestos | ANUAL | | |
|-----------------------------|-----------|----------|--------------------|---------------------|
| | | Unitario | Mensual | P.Anual |
| Jefe de Producción | 1 | 2500 | S/2,500.00 | S/30,000.00 |
| Jefe de Logística y Calidad | 1 | 2500 | S/2,500.00 | S/30,000.00 |
| Asistente de Almacen | 1 | 1050 | S/1,050.00 | S/12,600.00 |
| Operario de Producción | 2 | 1050 | S/2,100.00 | S/25,200.00 |
| Vigilante | 2 | 930 | S/1,860.00 | S/22,320.00 |
| | | | S/10,010.00 | S/120,120.00 |

Tabla 25. *Requerimiento de Personal operativo. Fuente: elaboración propia.*

6.6.6 Requerimiento de espacio físico

El local es alquilado por el momento en esta etapa de crecimiento. El material de Construcción está conformado de un 80% de concreto y el 20% de sus estructuras para las divisiones de las áreas, de material Drywall con Precor.



Figura 25. Vista del local por fuera.

| ITEM | Unidad de Medidas | Cantidad (dimensiones) | Costo Unitario | Costo Total |
|---|-------------------|------------------------|----------------|-------------|
| Oficina Principal ,Almacen y Planta de Producción | m2 | 1500 | S/2.80 | S/4,200.00 |

| ITEM | Unidad de Medidas | Cantidad de dimensiones | Costo Unitario | Costo Total |
|-------------------------|-------------------|-------------------------|----------------|-------------------|
| Caseta de Vigilancia | Unid | 4 | S/2.80 | S/11.20 |
| Oficinas admnsitrativas | m2 | 250 | S/2.80 | S/700.00 |
| Planta de Producción | m2 | 1100 | S/2.80 | S/3,080.00 |
| Almacen | m2 | 146 | S/2.80 | S/408.80 |
| Inversión Total | | | | S/4,200.00 |

Tabla 26. Medidas del local y costo de inversión inicial. Fuente: elaboración propia.

6.7 Ubicación de las Instalaciones

6.7.1 Localización de la planta

Nuestro local es independiente, aun así, se consideran algunos factores que resultaron determinantes para la decisión de la instalación de la empresa y su planta de tratamiento en la zona industrial de Lima Este.

a) Macrolocalización

Considerando algunos factores determinantes en la decisión de la ubicación geográfica de la empresa en las 2 zonas industriales de Lima Este que se analizan.

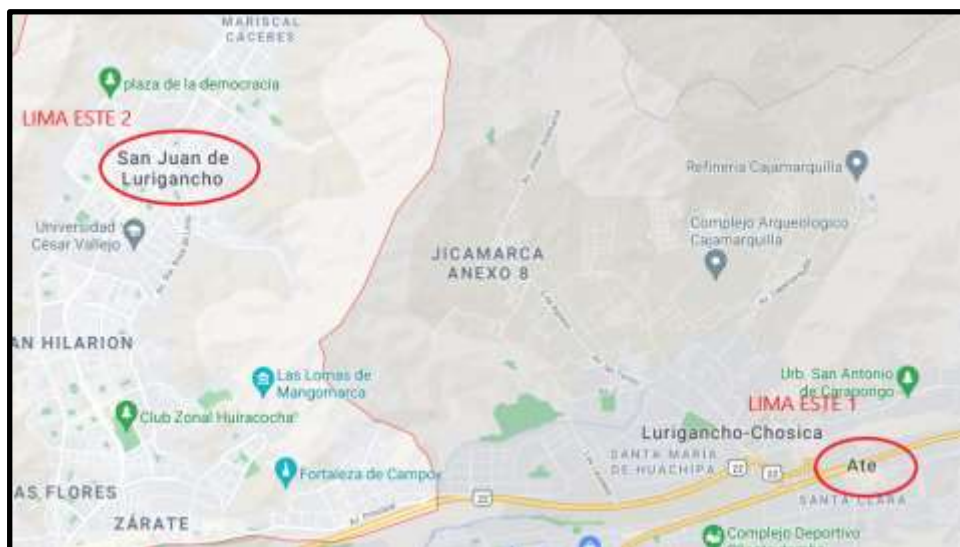


Figura 26. Mapa de ubicación - macrolocalización. Fuente: Google maps.

| FACTOR DE MACROLOCALIZACIÓN | PESO ASIGNADO | ZONA ESTE 1: ATE VITARTE | | ZONA ESTE 2: SAN JUAN DE LURIGANCHO | |
|--------------------------------------|---------------|--------------------------|------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| | | CALIFICACIÓN | CALIFICACIÓN PONDERADA | CALIFICACIÓN | CALIFICACIÓN PONDERADA |
| CERCAÑÍA A ZONAS COMERCIALES | 0.12 | 2 | 0.24 | 4 | 0.48 |
| DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA LOCAL | 0.15 | 3 | 0.45 | 5 | 0.75 |
| PISTAS ASFALTADAS | 0.15 | 3 | 0.45 | 4 | 0.6 |
| IMPUESTOS PEDRIAL Y ARBITRIOS | 0.15 | 2 | 0.3 | 4 | 0.6 |
| SISTEMA DE VIGILANCIA Y MONITOREO | 0.1 | 3 | 0.3 | 3 | 0.3 |
| PRECIO DEL TERRENO | 0.1 | 3 | 0.3 | 1 | 0.1 |
| DIMENSION DE LOS TERRENOS OFERTADOS | 0.15 | 4 | 0.6 | 2 | 0.3 |
| SERVICIOS BASICOS DISPONIBLES | 0.08 | 3 | 0.24 | 5 | 0.4 |
| SUMATORIA | 1 | | 2.88 | | 3.53 |

Tabla 27. Macrolocalización de la empresa a través de puntajes acumulados. Fuente: elaboración propia.

Los factores que se consideran importantes determinan la ubicación de la empresa en estas 2 zonas industriales de Lima Este que se analizan; por consecuencia de los resultados se está considerando al distrito de San Juan de Lurigancho (Zona Este 2) para la instalación de la planta y oficinas administrativas, que en adelante será la sede principal de Maca Gelato.

b) Microlocalización

San Juan de Lurigancho es uno de los distritos más grandes de Lima Metropolitana y cuenta con una densidad de población de alrededor de 1 millón 100 mil habitantes; el distrito está conformado en 8 sectores y siendo la más representativas: Campoy, Canto Grande, Zárate, Mangamarca, Caja de Agua, Las Flores, San Hilarión, Bayóvar Canto Rey, Mariscal Cáceres, 10 de Octubre, Casa Blanca, José Carlos Mariátegui, Canto Chico, Motupe y Montenegro, Santa Maria de Huachipa.

Para esa ocasión se van a analizar los sectores industriales del distrito que están ubicados en Santa Maria de Huachipa, Zárate, Canto Grande.

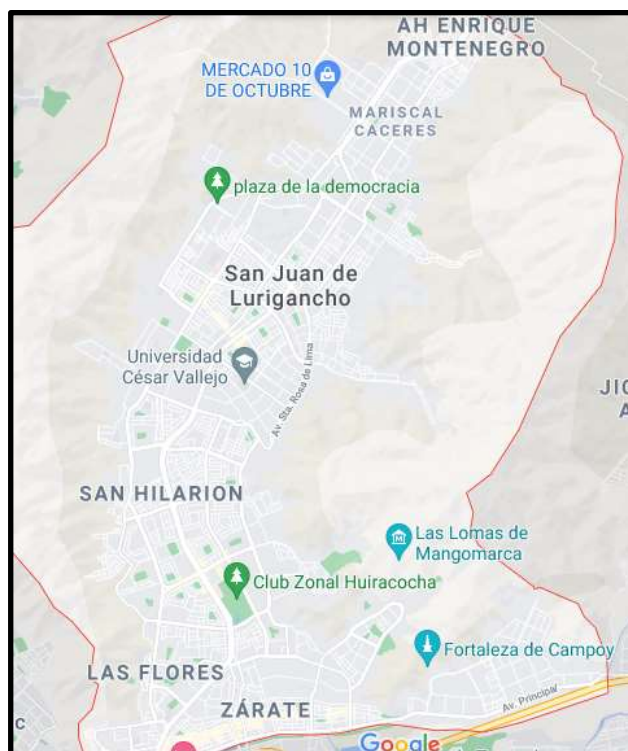


Figura 27. Mapa de ubicación - Microlocalización. Fuente: Google maps.

| FACTOR DE MACROLOCALIZACIÓN | PESO ASIGNADO | ZÁRATE | | SANTA MARIA DE HUACHIPA | | CANTO GRANDE | |
|--|---------------|--------------|------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|------------------------|
| | | CALIFICACIÓN | CALIFICACIÓN PONDERADA | CALIFICACIÓN | CALIFICACIÓN PONDERADA | CALIFICACIÓN | CALIFICACIÓN PONDERADA |
| CERCANÍA A ZONAS COMERCIALES | 0.03 | 4 | 0.12 | 3 | 0.09 | 4 | 0.12 |
| DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA ESPECIALIZADA LOCAL | 0.14 | 2 | 0.28 | 4 | 0.56 | 2 | 0.28 |
| PISTAS ASFALTADAS | 0.09 | 4 | 0.36 | 4 | 0.36 | 3 | 0.27 |
| INFRAESTRUCTURA DE LOS LOCALES | 0.15 | 2 | 0.3 | 5 | 0.75 | 3 | 0.45 |
| SISTEMA DE VIGILANCIA Y MONITOREO | 0.1 | 3 | 0.3 | 4 | 0.4 | 3 | 0.3 |
| PRECIO DE LOS LOCALES INDUSTRIALES | 0.2 | 4 | 0.8 | 5 | 1 | 3 | 0.6 |
| DIMENSION DE LOS LOCALES OFERTADOS | 0.2 | 3 | 0.6 | 5 | 1 | 4 | 0.8 |
| SERVICIOS BASICOS DISPONIBLES | 0.09 | 4 | 0.36 | 5 | 0.45 | 4 | 0.36 |
| SUMATORIA | 1.00 | | 3.12 | | 4.61 | | 3.18 |

Tabla 28. Microlocalización de la empresa a través de puntajes acumulados

Obteniendo el resultado por medio de puntuación, considerando los factores importantes para analizar estos 3 distritos, se llegó a la conclusión que el sector ideal para establecer la empresa sería en el Sector de Santa María de Huachipa.

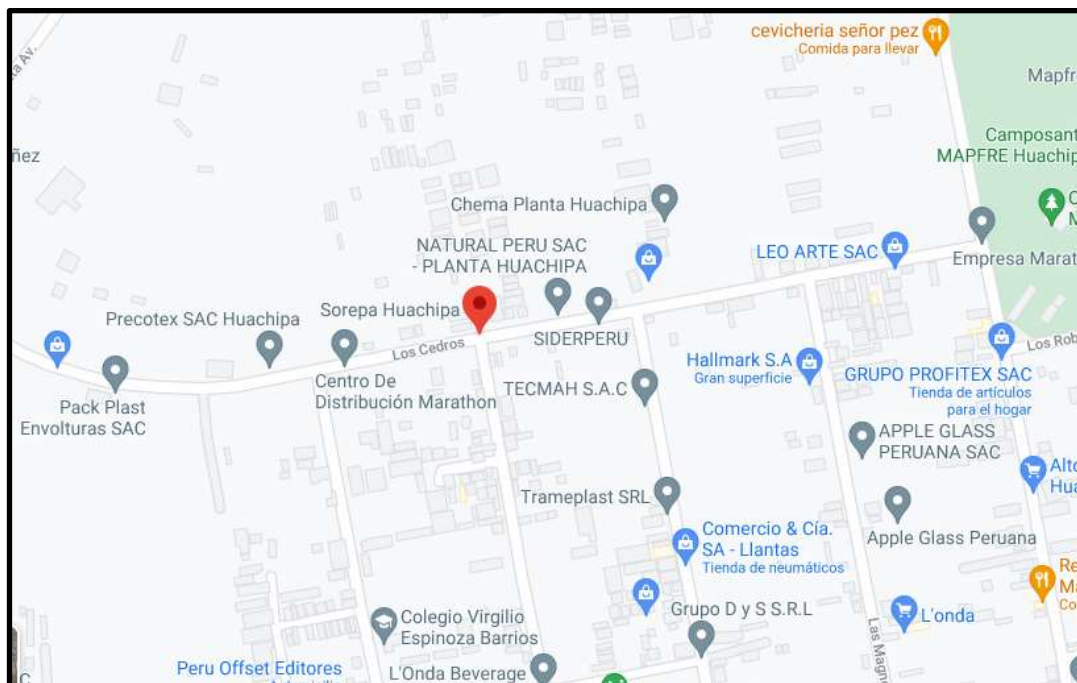


Figura 28. Calle Los Cedros Asoc.La Capitana Mz. “D” /LIMA-LIMA-SANTA MARIA DE HUACHIPA SAN JUAN DE LURIGANCHO. Fuente: Google maps.

6.8 Distribución Interna - LAYOUT

Principales áreas de la planta de operaciones

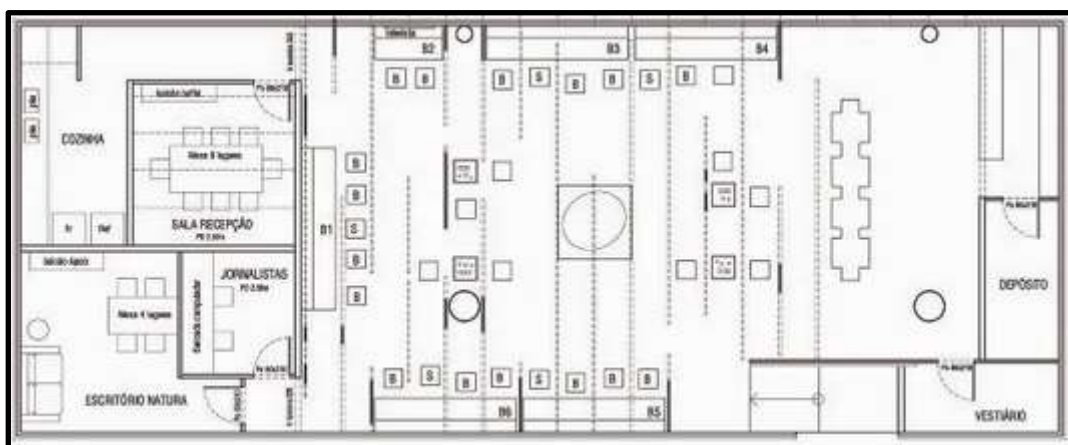


Figura 29. LAYOUT

- Entrada y salida
- Sala de recepción y despacho
- Almacenes
- Cuarto de refrigeración
- Sala de maquinarias
- Oficina Técnica administrativa
- Calidad

6.9 Cronograma de Ejecución

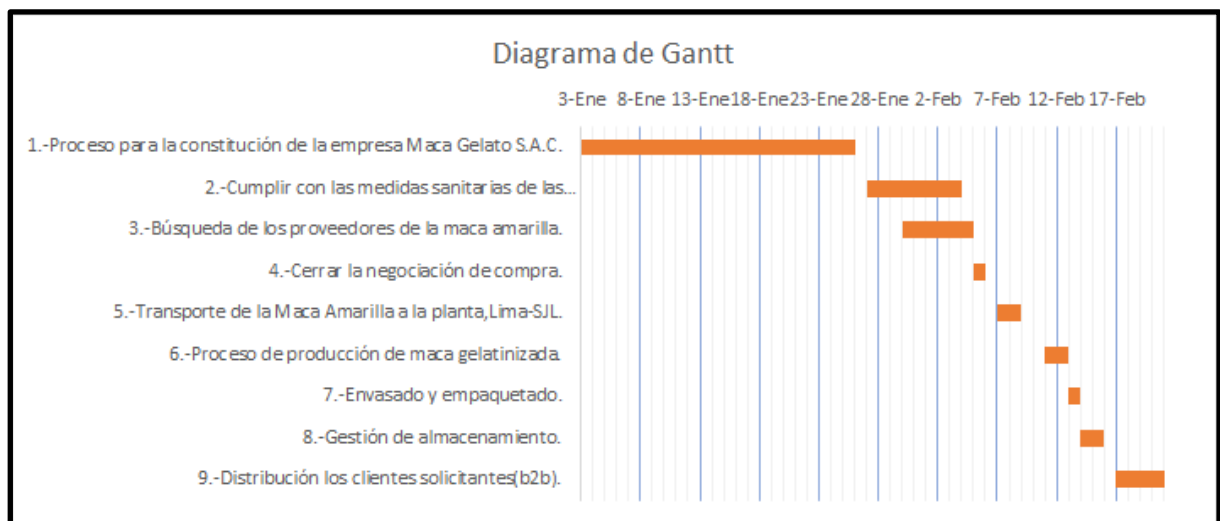


Tabla 28. Diagrama de Gantt. Fuente: elaboración propia.

6.10 Organigrama del Área de Producción

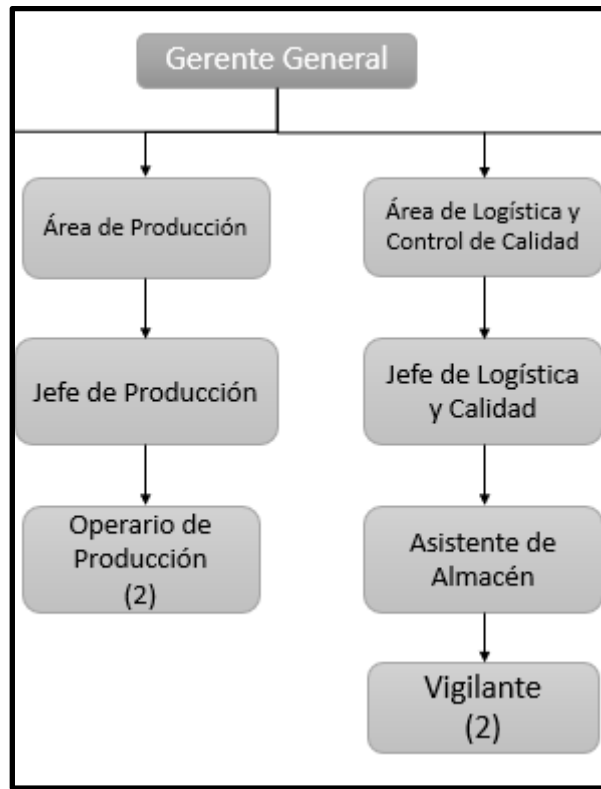


Figura 30. Organigrama del Área de Producción. Fuente: elaboración propia.

6.11 Proceso Incoterms FOB

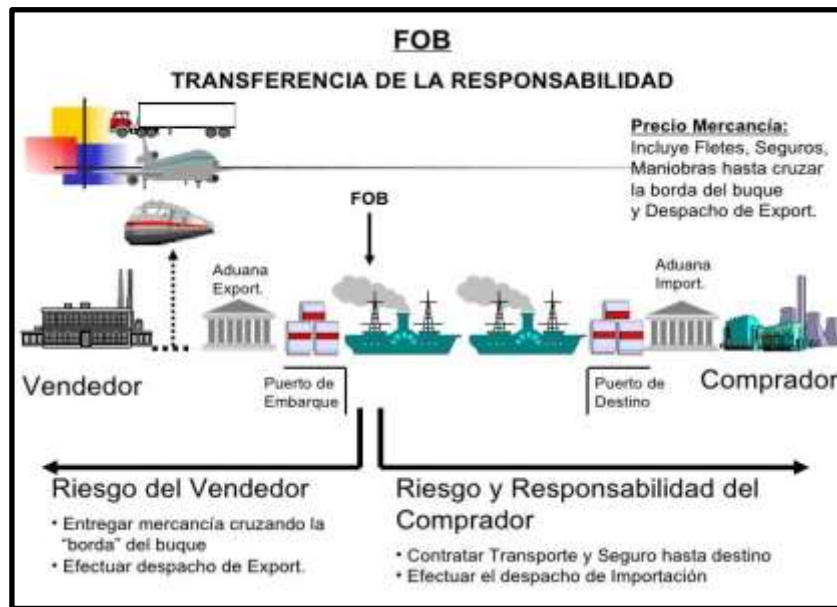


Figura 31. Incoterm FOB.

6.12. Proceso de Distribución a Puerto (FOB)

a) *Despacho marítimo*: Nuestro producto será entregado por vía marítima, para lo cual se debe tener en consideración la documentación que debemos presentar para el embarque:

- **Conocimiento del Embarque**: También llamado Bill of Lading, necesario dentro del contrato de transporte y que sirve como protección del estibador y al consignatario frente a una posible eventualidad con la naviera. **Ver anexo 5.**
- **Factura comercial (3 copias)**: emitida por el vendedor, donde se indica el valor unitario y total de la carga, así como la descripción detallada de la carga.

- **Manifiesto de Carga:** Formulario que es exigido por todas las aduanas del mundo. Para envíos a Estados Unidos, es necesario presentar el Formulario de Aduana 7533.
- **Lista de bienes:** Es la lista de contenido completo indicada en la factura comercial, debe ser siempre emitida por el exportador.

Para calcular el tiempo estimado de envío desde el Callao hasta el puerto de Long Beach en Los Ángeles, así como las líneas navieras que operan la ruta, usaremos la herramienta de Rutas Marítimas de Siicex y Promperú:

SIICEX Rutas Marítimas Actualizado el 04 de marzo del 2021

Contamos con más de **97 puertos** y **44 países** registrados en **25 rutas marítimas** del Perú al exterior; **TARIFAS DE FLETES INTERNACIONALES**, opciones de líneas navieras y mucho más.

En 3 pasos infórmese sobre las opciones de Rutas Marítimas en el proceso de exportación

Paso 1 Elige el puerto de origen:

Paso 2 Elige el país de destino:

Paso 3 Selecciona una o más Rutas Seleccionar todas

Costa Este EE.UU. Costa Oeste EE.UU.

Líneas Navieras:
Callao - Long Beach

Puerto de origen:
Callao (Perú)

Puerto de destino:
Long Beach (Estados Unidos)

Tarifa promedio de flete por contenedor
20 pies: \$ 1700
40 pies: \$ 2100
40 pies refrigerado: \$ 4500

Mercadería Consolidada
Tm/m³
\$ 80

| Línea naviera | Agente | Depósito | Días de tránsito | Frecuencia de salida |
|---------------|------------|----------|------------------|----------------------|
| EVERGREEN | GREENANDES | TPP | 22 | SEMANAL |
| MSC | MSC PERU | LICSA | 22 | SEMANAL |

Figura 32. Callao hasta el puerto de Long Beach. Fuente: SIICEX.

CAPITULO VII: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

7.1 Estructura Organizacional

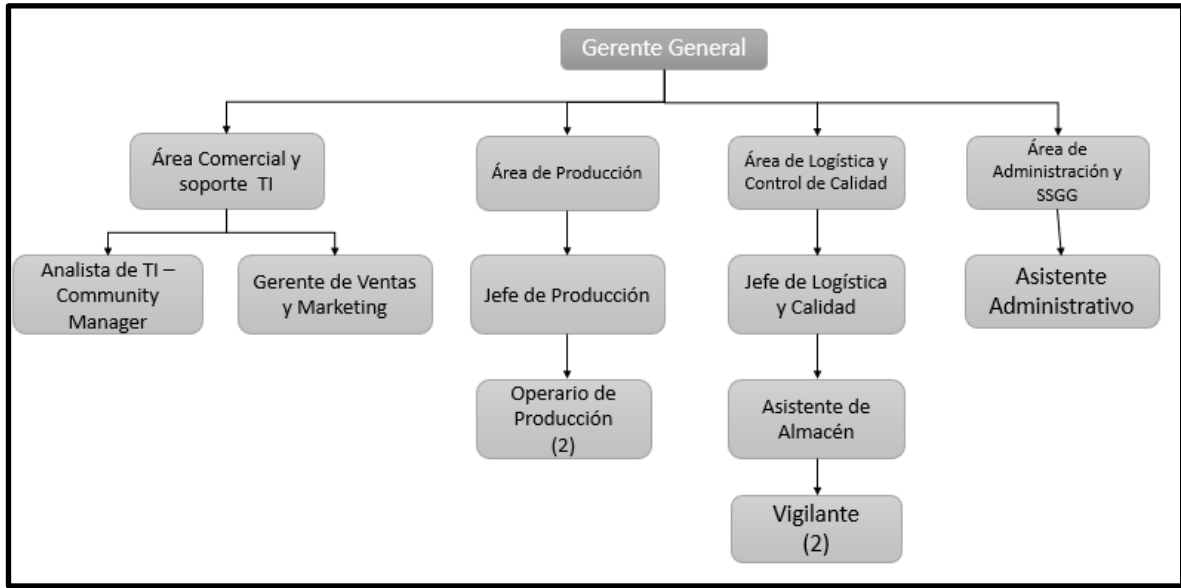


Figura 33. Organigrama. Fuente: elaboración propia.

7.2 Objetivos del área de RRHH

- Captar de manera eficiente el personal de trabajo en la zona de SJL para los puestos asignados.
- Mantener al capital humano a largo plazo, reduciendo la rotación de personal.
- Obtener resultados favorables en el rendimiento y conocimiento adquirido por el personal mediante las capacitaciones y demás herramientas aplicadas cursos, seminarios, charlas de concientización.
- Cumplir con la normativa legal y legislación laboral.

7.3 Descripción de Cargos y Funciones

a) Perfil común

Tanto para el personal administrativo como operativo se debe destacar la actitud, la predisposición, habilidades interpersonales, la ética y los conocimientos técnicos adquiridos a lo largo de su trayectoria.

Se describe el perfil de cada puesto y las responsabilidades asignadas a cumplir:

- **Gerente General**

Requisitos Mínimo:

-Licenciado en la carrera de Negocios Internacionales con especialización en Alta Dirección.

-3 años de experiencia en el puesto con empresas exportadoras.

-Conocimiento de Idioma Inglés: Intermedio (hablado, escrito).

Funciones:

-Ejercer la dirección general administrativa, operativa y financiera de la empresa.

-Ser el representante judicial y legal de la organización

-Informar a los inversionistas mediante comité las decisiones de inversión financiera y las acciones dentro del plan operativo para su ejecución con el fin de traer óptimos resultados de eficiencia y utilidades.

- **Jefe de Producción**

Requisito mínimo:

-Ing. Industrial o Ing. de Industrias alimentarias

-2 años de experiencia en puestos similares con empresas exportadoras.

-Dominio de Excel Avanzado

Funciones:

- Supervisar el cumplimiento y avance de las tareas asignadas a los Operarios de Producción.
- Ejecutar el plan de producción mensual.
- Controlar los indicadores de producción (costos materiales, mantenimiento de equipos, mano de equipos, mano)

- **Jefe de Logística y Control de Calidad**

Requisitos mínimos:

- Experiencia en el puesto de 3 años con empresas exportadoras.
- Dominio de Excel Avanzado.

Funciones

- Encargado de supervisar la etapa de compra y entrega de materiales, suministros y equipos para el abastecimiento de la planta.
- Supervisar el proceso de despacho y entrega del pedido de la Maca Gelatinizada hacia la puesta a bordo de barco (FOB).

- **Gerente de ventas y marketing**

Requisitos Mínimos:

- Dominio del idioma inglés nivel avanzado (hablado y escrito)
- Experiencia en el puesto de 3 años.

Funciones:

- Encargado de manejar la cartera de clientes y de la captación de estos en nuevos nichos de mercado.
- Manejar el plan de ventas anual.
- Dirigir y ejecutar las estrategias de marketing (manejo y promoción por redes)

- **Analista de TI y Community Manager**

Requisitos mínimos:

- 4 años de experiencia en el puesto.
- Conocimiento de base de datos (OneDrive).
- Experiencia en gestión de proyectos y programación BPM (Business Process Management).

Funciones:

- Brindar soporte a todas las áreas de la empresa y los programas con licencia manejados en los sistemas.
- Administración de los recursos tecnológicos. (monitoreo y ejecución de procesos).

- **Asistente Administrativo**

Requisitos mínimos:

- Bachiller o Técnico en Administración, Contabilidad, Negocios Internacionales y carreras afines.
- Indispensable con especialización en Recursos Humanos. (2 años).
- Excel Intermedio

Funciones:

- Encargado de brindar apoyo al gerente general con la presentación de los estados financieros EEFF y flujo de caja.
- Control de la caja chica. Manejar los registros de ventas y compras de la compañía.
- Encargado en parte de los procesos de convocatoria, reclutamiento y selección de personal.

-Manejo de la planilla de personal.

- **Asistente de Almacén**

Requisitos Mínimos:

-Experiencia en el puesto 2 años en puestos similares.

-Excel nivel básico

Funciones:

-Registra la entrada y salida de los materiales

-Control GR y notas de salidas.

-Ordenamiento de espacio en el almacén.

-Tareas archivísticas (Control y resguardo de los documentos de las áreas).

- **Operario de Producción**

Requisitos:

-Secundaria completa.

-Conocimiento en elaboración de productos o insumos alimentarios (3 años).

-Carnet de sanidad vigente (Manipulación de productos y alimentos)

Funciones:

-Encargado del manejo de la línea de maquinaria para la elaboración de la maca gelatinizada.

-Lavar y desinfectar la materia prima una vez llegue a las instalaciones.

-Limpieza general del área de trabajo.

- **Vigilante**

Requisitos:

-Secundaria completa.

-Experiencia 1 año en el puesto de agente de seguridad.

-Contar con arma personal reglamentaria. (Licencia SUCAMEC vigente)

-Haber servido a las fuerzas armadas o PNP.

Funciones:

Supervisar la entrada y salida de los vehículos de transporte (Registrar Guía de Remisión).

Informar a los jefes de cada área sobre algún incidente con el patrimonio o mal accionar del personal.

-Tomar de Control de T° y registrar ficha sintomatológica. Protocolo Covid-19(R.M N° 972-2020-MINSA) de los trabajadores, visitantes y subcontratistas.

7.4 Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal

7.4.1. Reclutamiento

Conocemos que el proceso de reclutamiento implica tiempo e inversión por ello se requiere de tercerizar el servicio de reclutamiento con la Plataforma digital de Bumerán, que es una de las 5 principales plataformas en el Perú más consultadas por los postulantes, quien logrará recolectar información y segmentar a los postulantes con el perfil adecuado.

Para la búsqueda inicial y posteriormente de manera temporal se va a requerir del paquete básico “**AVISO SIMPLE**”.

The image shows a screenshot of the Bumeran website's product selection page. The header includes the Bumeran logo, navigation buttons for 'PUBLICAR GRATIS' and 'INGRESAR', and the main heading 'ARMA TU EQUIPO CON NUESTROS PRODUCTOS'. Three product cards are displayed:

- Aviso Simple:** Represented by a document icon. It is circled in orange and has a green checkmark. Features include 30 days of publication, being the most chosen, general listing visibility, and a good price/quantity ratio. Price: S/.273.
- Aviso Destacado:** Represented by a star icon. Features include 60 days of publication, corporate logo inclusion, high visibility, and a larger number of candidates. Price: S/.798.
- Búsqueda en Base 25 CVs:** Represented by a magnifying glass icon. Features include 30 days of use, access to over 3 million CVs, specialized filters, and CV downloads. Price: S/.286.

Each card has a 'COMPRAR' button at the bottom.

Figura 34. Costo de aviso simple en Bumeran. Fuente: Bumeran.com

7.4.2. Preselección

De los CV's obtenidos mediante la plataforma de Bumeran, el asistente administrativo se encarga de considerar los CV's con la información adecuada y que se ajusten al perfil del puesto requerido, estos pasarán a ser descargados de la plataforma.

7.4.3. Selección

A los que no estén disponibles para el día asignado al igual con lo que llegan tarde a la sede pasando los 15 minutos de tolerancia se pasará a no tomarlos en cuenta para la siguiente etapa del proceso

7.4.4. Evaluación

Se pasará a ingresar a las instalaciones administrativas, en el cual el auxiliar administrativo se encargará de brindarle una ficha de postulación la cual debe llenar con los datos que indique.

ANEXO N° 02
FICHA DE POSTULACIÓN

Prácticas Preprofesionales | | | Prácticas Profesionales | | |

DATOS PERSONALES

| | | | |
|---------------------|---------------------|-----------|------------------|
| Apellido Paterno | Apellido Materno | Nombre | Sexo |
| Lugar de Nacimiento | Fecha de Nacimiento | Edad | F M O N |
| Dirección | | Dirección | Provincia |
| DNI N° | Estado Civil | Teléfono | Teléfono Celular |
| Correo electrónico | | | |

DATOS ACADÉMICOS (Indique la especialidad y el nivel académico superior que haya obtenido)

| | |
|--|---|
| Especialidad: | Nombre del Centro de Estudios: |
| <input type="checkbox"/> Estudiante Educación Superior | |
| <input type="checkbox"/> Graduado/a | |
| <input type="checkbox"/> Bachiller | Nivel obtenido: |
| | <input type="checkbox"/> Nivel Superior |
| | <input type="checkbox"/> Medio |

CONOCIMIENTOS DE OFIMÁTICA Y/O IDIOMAS

| | |
|--|---|
| OFIMÁTICA | 1 |
| Indique los programas informáticos que maneja: | 2 |
| | 3 |
| IDIOMAS | 1 |
| | 2 |

ÁREAS TEMÁTICAS DONDE DESHA REALIZAR LAS PRÁCTICAS

La persona interesada podrá indicar una o más áreas temáticas dentro de su formación académica donde desea realizar las prácticas.

DECLARACIÓN JURADA

De acuerdo con el Artículo 17 inciso 1.7 del Título Preliminar y el Artículo 40 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobada por Decreto Supremo N° 006-2017-AG, declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente documento son veraces, constituyéndose a las responsabilidades administrativas, civiles y/o penales en caso de falsedad.

Lima, ____ de ____ de 201__

Firma
DNI N°

Figura 35. Ficha de Postulación. Fuente: Elaboración propia

Las evaluaciones se completarán en el mismo día que fueron citados los postulantes, estas son:

| Item | Pruebas | Tipo | Cargos | Encargados | Duración | Evalúa: |
|------|--------------------------------|-------------------------------------|-----------------|-------------------|----------|--|
| 1 | Cuestionarios Psicotécnicos | Escrito | ADM y OPERATIVO | Asist.Adm | 20 min | Captación, memoria y percepción |
| 2 | Prueba de Conocimiento General | Escrito | ADM | Asist.Adm | 15 min | Cultura general, Evaluación de Coef. Intelectual. |
| 3 | Prueba Dinámica de Grupo | Escrito y Físico (Operativo-Planta) | ADM y OPERATIVO | Jefes y Asist Adm | 30 min | Manejo de conflicto, trabajo en equipo, comunicación eficaz, liderazgo |
| 4 | Test Psicológico | Oral y escrito | ADM y OPERATIVO | Asist.Adm | 15 min | Comportamiento, actitud, habilidades blandas |

Tabla 29. Cronograma de Evaluaciones. Fuente: elaboración propia.

7.4.5. Entrevista

Las entrevistas son de carácter presencial, tiene una duración de 30 min c/d una; para los puestos operativos estas se darán con el jefe de cada área (Jefe de Producción o Jefe de Logística) salvo para los puestos administrativos perteneciente al área Comercial, TI y Administración-Servicios Generales la entrevista se dará con el mismo Gerente General de la compañía, estas podrán ser en grupos de 2 o 3 considerando la cantidad de postulantes que han llegado hasta esta etapa o en la mayoría de los casos de manera privada.

7.4.6. Contratación

Una vez el postulante logre pasar todas las etapas de manera satisfactoria los postulantes deben de presentar en un plazo de 3 a 5 días hábiles los siguientes documentos:

1. CV debidamente documentado, que deberá de contar con:
 - Copia de Certificado de Estudios Secundarios
 - Copia de Certificados de Estudios Técnicos Superior o Universitario
 - Certificado de Cursos y/o especialidades.
 - Constancia de Capacitaciones o Seminarios
2. Copia a color de DNI
3. Copia recibo de Luz o Agua
3. Declaración Jurada
4. Certificado Policial
5. Certificado Penal
- 6.-Carnet de Sanidad (Sólo para los Operarios de Producción)

El postulante entregará todos los documentos requeridos y el auxiliar administrativo le dará las indicaciones de correcto llenado de la ficha de contratación para su archivamiento de legajos de personal.

Ese mismo día el postulante firmaría el contrato inicial de prueba (3 meses aprox., posteriormente 1 vez cada año) y con ello se daría por dar la bienvenida y formar parte de la familia Maca Gelato SAC.

7.5 Estrategias para la inducción, capacitación y evaluación de personal

Una vez que el postulante haya pasado todas las pruebas de selección y esté apto para desempeñarse en su nuevo puesto contará con 1 día de inducción que consiste en recibir una charlas de inicio a la organización por parte del asistente administrativo en donde se le informará de forma breve la reseña histórica de la compañía, se le comprometió a estar alineados con la visión, misión y valores, se proyectará medios audiovisuales para ser más amena el proceso de inducción ,se le entregará el manual de política de la empresa así como el de código de ética y por último se le informará sobre los beneficios sociales que tiene por derecho recibir.

Por la tarde el Jefe de Logística y Calidad se acercará a informarle las características del SCTR (Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo) y si en caso el trabajador sólo tuviese afiliado a SIS , se le invitará a tomar la decisión de afiliación al sistema nacional de ESSALUD o acogerse al sistema Privado de Salud (EPS) con la aseguradora RÍMAC; por último finalizando el horario de jornada se le brindará los conocimientos SSOMA (Salud, Seguridad y Medio Ambiente en el trabajo) del aspecto medioambiental , sobre los cuidados y medidas de seguridad que el trabajador debe de cumplir a cabalidad estando

dentro del centro de trabajo para evitar incidentes y/o accidentes de mayor consideración que podrían afectar al colaborador y a su entorno.

7.6. Desarrollo de personas

7.6.1 Plan de Operación Anual

En cuanto a las capacitaciones, estas se harán periódicamente de manera mensual tanto presenciales como virtuales para el personal administrativo como operativo.

También se medirán el desempeño de los colaboradores en el tiempo que vienen realizando sus funciones mediante el informe de sus jefes inmediatos, para conocer si cumplen en aplicar lo enseñado su eficiencia en la aplicación, lograremos así analizar a cada colaborador, identificarlo sus virtudes y debilidades para ver si en caso requieren de contar con mayor tiempo para las capacitaciones se ajustará cambio en el programa.

| Temas y Actividades a considerar | Personal | Área | MESES DEL AÑO | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-----------------------------|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| Trabajo en Equipo(Actividades didacticas) | NUEVO Y ANTIGUO | TODOS | | | | | | X | | | | | | | | X |
| Liderazgo y Coaching | ANTIGUO | Comercial | | X | | X | | X | | X | | | X | | | X |
| Charla de concientización de SSOMA | NUEVO Y ANTIGUO | Producción | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Cursos de SAP y Ofimática | ANTIGUO | Administrativa,Logística,TI | | | | | | X | X | | | | | X | X | |
| Cap.Técnicas de captación y ventas | NUEVO Y ANTIGUO | Comercial | | | X | | | X | | | X | | | | | X |

Tabla 30. Plan de operación anual. Fuente. Elaboración propia.

7.7 Plan de la comunicación interna y relación entre colaboradores

La necesidad de comunicación de los colaboradores es de primer nivel hacia sus supervisores o jefes adjuntos, de todas maneras, si se requiere una comunicación más fluida y rápida el sistema de comunicación es horizontal, y de carácter reservado de ser necesario.

7.8 Presupuesto del plan de recursos humanos

| Cargos | N°Puestos | ANUAL | | |
|------------------------------------|-----------|----------|--------------------|---------------------|
| | | Unitario | Mensual | P.Anual |
| Gerente General | 1 | 3500 | S/3,500.00 | S/42,000.00 |
| Gerente de Ventas y marketing | 1 | 3000 | S/3,000.00 | S/36,000.00 |
| Asistente Administrativo | 1 | 1600 | S/1,600.00 | S/19,200.00 |
| Analista de TI - Community Manager | 1 | 1800 | S/1,800.00 | S/21,600.00 |
| Jefe de Logística y calidad | 1 | 2500 | S/2,500.00 | S/30,000.00 |
| Asistente de Almacén | 1 | 1050 | S/1,050.00 | S/12,600.00 |
| Jefe de Producción | 1 | 2500 | S/2,500.00 | S/30,000.00 |
| Operario de Producción | 2 | 1050 | S/2,100.00 | S/25,200.00 |
| Vigilante | 2 | 930 | S/1,860.00 | S/22,320.00 |
| | | | S/19,910.00 | S/238,920.00 |

Tabla 31: Presupuesto de RRHH. Fuente: elaboración propia.

7.9 Beneficios y Descuentos

Como pequeña empresa en crecimiento y que busca fomentar el desarrollo formal nos acogimos al “**Régimen Laboral Especial MYPES**”, logrando así respetar las condiciones laborales mediante el pago de los beneficios sociales al colaborador en planilla.

| BENEFICIOS SOCIALES MYPES | | |
|---|---|--|
| CONCEPTO | MICROEMPRESA | PEQUEÑA EMPRESA |
| Jornada máx. | 8 hrs/diarias o 48 hrs/sem | 8 hrs/diarias o 48 hrs/sem |
| Remuneración | Mínima vital (S/930) | Mínima vital (S/930) |
| Descanso semanal | 24 hrs. continuas y días feriados | 24 hrs. continuas y días feriados |
| Vacaciones | 15 días anuales | 15 días anuales |
| Horas extras | Sí | Sí |
| Gratificaciones | - | Dos (Fiestas Patrias y Navidad) = ½ Remuneración |
| Asignación familiar | - | - |
| CTS | - | Una anual = ½ Remuneración |
| Utilidades | - | De acuerdo a D. Leg. 892 |
| Derechos colectivos | - | Se rigen por el régimen de la actividad privada |
| Indemnización por despido arbitrario | 10 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 90 | 20 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 120 |
| Seguro de salud | SIS (Estado y empleador) | ESSALUD regular 9% sueldo |
| Seg. Complementario por trabajo de riesgo | - | Cuando corresponda |
| ONP / AFP | Sí (13% Rem.) | Sí (13% Rem.) |

Tabla 32: Cuadro Comparativo Beneficios sociales MYPES. Fuente: <https://lpderecho.pe/beneficios-laborales-mypes-gabriela-cabrera-ruiz/>.

| Puesto | Cantidad | Salario Mensual | Salario Anual | Gratf (Jul-Dic) | CTS | ESSALUD (9%) | SCTR (1.23%) | ONP (13%) | Total Planilla |
|-------------------------------|----------|-----------------|---------------|-----------------|------------|--------------|--------------|------------|----------------|
| Gerente General | 1 | S/3,500.00 | S/42,000.00 | S/3,500.00 | S/1,750.00 | S/3,780.00 | S/0.00 | S/5,460.00 | S/45,570.00 |
| Gerente de Ventas y Marketing | 1 | S/3,000.00 | S/36,000.00 | S/3,000.00 | S/1,500.00 | S/3,240.00 | S/0.00 | S/4,680.00 | S/39,060.00 |
| Asistente Administrativo | 1 | S/1,600.00 | S/19,200.00 | S/1,600.00 | S/800.00 | S/1,728.00 | S/0.00 | S/2,496.00 | S/20,832.00 |
| Analista TI-Community Manager | 1 | S/1,800.00 | S/21,600.00 | S/1,800.00 | S/900.00 | S/1,944.00 | S/0.00 | S/2,808.00 | S/23,436.00 |
| Jefe de Logística y Calidad | 1 | S/2,500.00 | S/30,000.00 | S/2,500.00 | S/1,250.00 | S/2,700.00 | S/0.00 | S/3,900.00 | S/32,550.00 |
| Asistente de Almacén | 1 | S/1,050.00 | S/12,600.00 | S/1,050.00 | S/525.00 | S/1,134.00 | S/154.98 | S/1,638.00 | S/13,825.98 |
| Jefe de Producción | 1 | S/2,500.00 | S/30,000.00 | S/2,500.00 | S/1,250.00 | S/2,700.00 | S/0.00 | S/3,900.00 | S/32,550.00 |
| Operario de Producción | 2 | S/1,050.00 | S/25,200.00 | S/3,000.00 | S/1,500.00 | S/2,268.00 | S/309.96 | S/3,276.00 | S/29,001.96 |
| Vigilante | 2 | S/930.00 | S/22,320.00 | S/1,860.00 | S/930.00 | S/2,008.80 | S/274.54 | S/2,901.60 | S/24,491.74 |
| | | | | | | | | | S/261,317.68 |

Tabla 33. Cuadro de beneficios y descuentos Reg. MYPE. Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO VIII. ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS

8.1. ASPECTO LEGAL

8.1.1. FORMA SOCIETARIA

En el Perú siguiendo con las normas legales Maca Gelato acogerá el completo de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), conformada por 5 socios, que integrarán la Junta General de Accionistas, con un accionariado de 20% cada uno, encabezado por nuestro gerente general.

| N | ACCIONISTAS | PORCENTAJE | REPRESENTANTE LEGAL |
|---|---------------------------|------------|---------------------|
| 1 | CABRERA PACHECO ,DANIELLA | 20% | - |
| 2 | MORANTE PALACIO.YANARA | 20% | - |
| 3 | GAMARRA FLORES,RODY | 20% | - |
| 4 | PAREDES FUENTE,JOEL | 20% | GERENTE GENERAL |
| 5 | DERTEANO,PRISCILA | 20% | - |
| | TOTAL | 100% | - |

Tabla 34. Relación de accionistas y porcentaje de participación. Fuente: Elaboración propia.

Las características básicas de una SAC según Ley general de sociedades N° 26887

ARTÍCULO DEL 50 al 264:

- Adquiere la razón social + SAC
- Los aportes pueden ser dinerarios y no dinerarios
- El capital social está constituido por acciones nominativas.
- La estructura organizativa es a través de Junta General de accionistas
- Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.
- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.

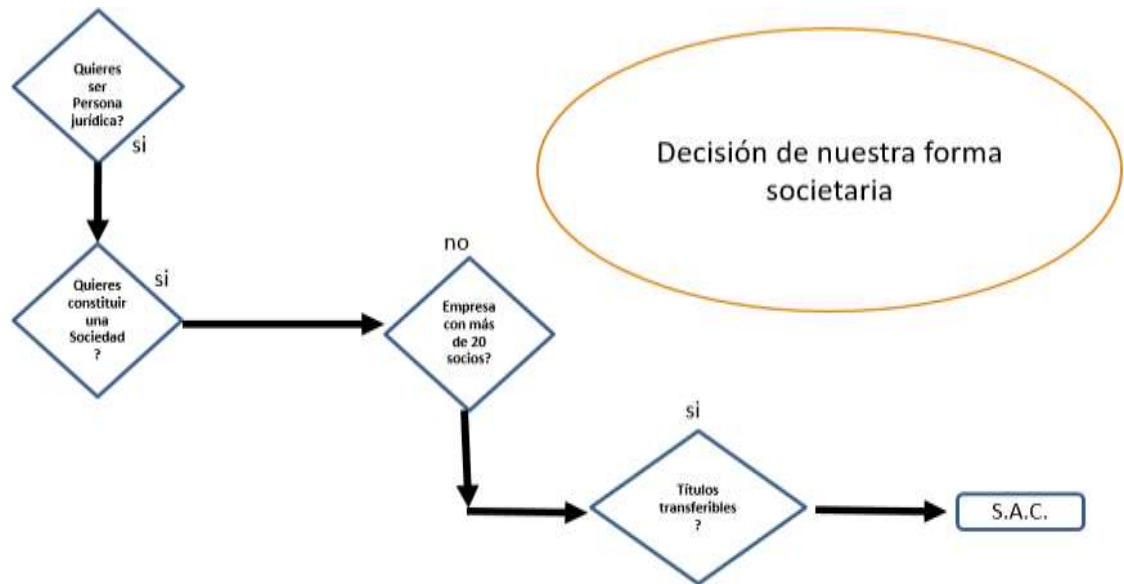


Figura 36. Toma de decisión de forma societaria. Elaboración propia.

8.1.2. ACTIVIDADES DE CONSTITUCIÓN

Maca Gelato nace por su nombre original que es maca peruana y gelato porque es la forma procesamiento que se va exportar.

1. Buscar, solicitar la inscripción del nombre y la Reserva de Preferencia Registral en registros públicos.
2. Redacción de la minuta en el MTPE que es gratuito y personal que implica copia simple de DNI de los socios, descripción de la actividad económica y estatuto de la empresa que es junta general de accionistas. **Ver Anexo (1).**
3. Aporte del capital social nos dirigimos al BBVA con la minuta y el pago de S/69.42 soles para obtener el certificado de capital social S/216,859.31. soles
4. Elaboración de la escritura pública ante un notario.

5.En la SUNARP inscripción de empresas jurídicas. **Ver anexo (2)**

6.Registro del RUC para persona jurídica se suscita en la Superintendencia Nacional Tributaria (SUNAT).

7.Legalizar los libros contables.

8.Legalizar en el MTPE el libro de planillas durante el plazo las 72 horas se debe incurrir al registro a los trabajadores en el Libro de planillas de Remuneraciones que se debe presentar (MINTRA).



AUTORIZACION DE PLANILLAS DE PAGO EN LIBRO U HOJAS SUELTAS

SEÑOR SUB DIRECTOR DE REGISTROS GENERALES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO DE LIMA Y CALLAO,
S.S.D.

(1) .MACA GELATO SAC.....
con RUC
Nº.....X000X..... con domicilio en CALLE LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA Nº
.M2 D..... Distrito SAN JUAN DE LURIGANCHO
dedicado a la actividad de
.....EXPORTACION DER MACA GELATINIZADA.....
debidamente representado por
.....JOEL PAREDES..... en calidad de GERENTE
GENERAL.
Identificado con DNI Nº ...72428465....., con mandato inscrito en el As..... de la
Ficha de los Registros Públicos de
..... ante Ud. con el debido respeto me presento y expongo:

Que, de conformidad con las disposiciones contenidas en el Decreto Supremo Nº 001-98-TR, del 22.01.98, y su modificatoria D.S. Nº 017-2001-TR, del 07.06.2001 solicito a Ud. se autorice (2) de Planillas de Pago (3) de (4) el que consta de.....hojas numeradas.

POR TANTO:

Sírvase Ud. Señor Sub Director acceder a lo solicitado por estar sujeto a ley.

Lima, 04..... de.....JULIO..... del 2021

JOEL PAREDES

SELLO Y FIRMA


Adjunto:

- Libro u hojas sueltas a ser autorizadas, debidamente numeradas
- Copia de RUC
- Comprobante de Pago del Banco de la Nación, 1.00% UIT por cada 100 páginas.


(1) Nombre o razón social del empleador.
(2) Puede ser: libro u hojas sueltas.
(3) Indicar el Nº del libro u hojas sueltas numeradas a autorizar.
(4) Tipo de planilla: empleados, obreros, ~~quinta~~ de trabajadores u otros.
[Art. 7º; inc. g., del D.S. 017-2001-TR]. |

Figura 37. Autorización de planillas.

9. Inscripción en seguro social y AFP u ONP a los trabajadores.



Guía rápida para Empleadores





2 Ingrese a AFPnet

1. Ingrese a la página web de **AFPnet** (www.afpnet.com.pe).
2. Complete los datos que se muestran en la sección **Iniciar Sesión** con la información que **AFPnet** le envió a su correo electrónico.
 - a. RUC: <coloque el RUC de su empresa>
 - b. Usuario: <coloque ADM0001>
 - c. Contraseña: <coloque la contraseña>
 - d. Haga clic en el botón **INGRESAR**
3. Cambie su contraseña por motivos de seguridad de la información registrada en **AFPnet**.
4. Si usted además de ser Usuario Administrador realizará tareas en **AFPnet**, debe asignarse accesos a otras opciones
Si otras personas de la empresa realizarán tareas en **AFPnet**, debe crear nuevos usuarios, asignarles contraseñas y los accesos que correspondan.
5. Para más detalle sobre la gestión de usuarios, consulte [3 Administre sus usuarios y opciones](#) de la presente guía.

2.1 Si olvida la contraseña

1. Haga clic en **Restablecer Contraseña** para solicitar una nueva contraseña.
2. **AFPnet** le enviará las instrucciones que debe seguir para generar una nueva contraseña a la dirección de correo electrónico que usted registró en **AFPnet**.
3. Para solicitar la nueva contraseña coloque la siguiente información:
 - a. RUC: <El RUC de su empresa>
 - b. Usuario: <ADM0001 o EMP0001>
 - c. Tipo de Documento: <Tipo de doc. de identidad registrado para el usuario>
 - d. N° de Documento: <Número de doc. de identidad registrado para el usuario>
 - e. Haga clic en **ENVIAR**










Figura 38. Ingreso AFP NET.

10. Registro de Marca en Indecopi: Maca Gelato registramos ante Indecopi e indagamos el web peruano con clase de producto. Asimismo, se adjunta el pago de registro de Tasa de registro S/535.00 en el Banco de la Nación o bajo otra modalidad.

PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros **INDECOPI**

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

1. **DATOS DEL SOLICITANTE** N° de Solicitantes (Llenar caso de ser más de 1 solicitante (tanto el caso A como el caso B de adelante))

PERSONA NATURAL PERSONA JURÍDICA

Tipo de empresa (*) Usaria Usaria Mediana Otra:
Micro Pequeña (x) Mediana Otra:

Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de Identidad o Constitución)
Maca gelato sac

Nacionalidad / País de Constitución: SEXO: Documento de Identidad (Indicar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI C.E. PASAPORTE / Persona Jurídica RUC)
MASCULINO FEMENINO

Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):

Domicilio para envío de notificaciones en el Perú
Dirección:
Distrito: Provincia: Departamento:
Referencias de domicilio:

En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) Número de teléfono fijo y/o celular
De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.

2. **INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):** (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

Se adjunta documentación que acredita representación.
 Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____
(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 45° del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General)
 Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. **PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante _____ Fecha de pago _____

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 304, San Borja, Lima 41 - Perú Tels. 224 7800
E-mail: asesoria@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

FORMULARIO vigente desde el 2020-03-12

Figura 39. Registro en Indecopi.

| GASTO DE ASPECTOS LEGALES | |
|--|-------------------|
| Elaboración de la minuta | S/600.00 |
| Búsqueda y reserva del nombre | S/25.00 |
| Escritura pública (convenio mi empres propia) | S/200.00 |
| Costo de registro público capital social de s/216,859.31. | S/69.42 |
| Pago por la inscripción de Registros Público y ruc | S/220.00 |
| Costo de legalización de libro de planillas | S/13.00 |
| Registro en INDECOPI | S/535.00 |
| Registro de nombre comercial | S/535.00 |
| Tramite de funcionamiento | S/330.20 |
| Solicitud de defensa civil | S/100.20 |
| Solicitudes de contrato | S/600.00 |
| Total, general | S/3,227.82 |

Tabla 35: Gastos legales. Fuente: Elaboración propia.

8.2. Aspecto Laboral

Maca gelato S.A.C se incorporará al grupo de las pequeñas empresas del régimen laboral especial cumpliendo con los parámetros establecidos que deberán recibir los colaboradores según se detalla en el siguiente cuadro:

| BENEFICIOS | CONDICION | DESCRIPCION |
|-------------------------------------|-----------|---|
| Vacaciones | SI | 15 días al años |
| Gratificaciones | SI | 1 en julio y 1 en diciembre |
| CTS | SI | Equivale a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración. |
| Remuneración | SI | RMV remuneración mínima vital |
| Descanso Semanal | SI | 24 horas por una semana de trabajo |
| Descanso por feriados | SI | establecidos por REGIMEN COMUN |
| Seguro | SI | ESSALUD O SIS |
| Sistema de Pensiones | SI | AFP U ONP |
| Idemnización por despido arbitrario | SI | |

Tabla 36. Aspecto laboral. Fuente: obligaciones y beneficios laborales de la pequeña empresa en Perú.

8.3. Aspecto tributario

MACA GELATO SAC se registrará en el Régimen Mype Tributario (RMT), debido a que las ventas no alcanzan las 1,700 UIT anuales (s/ 7,480,000). Según los beneficios del régimen respecto a las utilidades que se alcance se podría pagar un menor impuesto a la renta que podría reinvertir en la empresa.

Aportes que te ofrece este Régimen Tributario:

- El impuesto es con relación a la ganancia
- Emitir cualquier comprobante
- Cualquier actividad económica
- Contabilidad sencilla
- Prórroga del IGV.

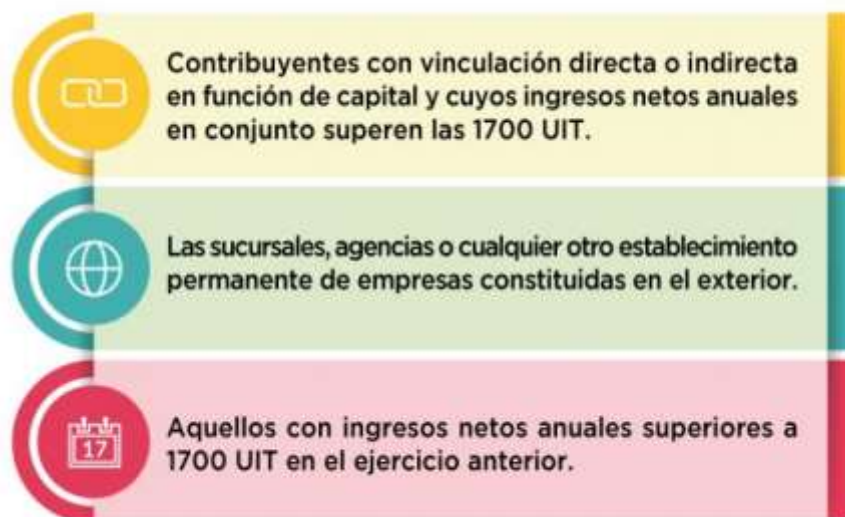


Figura 40. Régimen MYPE. Copyright 2016 por SUNAT: Emprender. Reimpreso con permiso.

| REGIMEN MYPE TRIBUTARIO | | |
|--|---|---|
| ¿Cuánto pagar? | monto de ingresos netos menor a 300 UIT TASA 1% de los ingresos netos | A partir del mes que supere las 300 UIT 1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente(*) |
| ¿Se presenta DECLARACIÓN ANUAL? | Tramo de ganancia | Tasa sobre la utilidad |
| | Más de 15 UIT | 29.5% |
| Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: | 18% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal) | |

Tabla 37. Pagos de régimen MYPE. Fuente: emprender.sunat.gob.pe

| | |
|---|--|
| Trabajadores | Sin límite |
| Persona jurídica | Personas Naturales y Jurídicas |
| Límite de ingreso | Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año. |
| Límite de compras | Sin límite |
| Documentos de pago que se pueden emitir | Facturas, boletas y todos los demás permitidos. |
| Declaración Jurada Mensual/ Anual | Declaración Mensual y Anual. |
| Libros o registros contables que debe llevar | Según tus ingresos. |
| Valor máximo de activos fijos | Sin límite |

Tabla 38. Características régimen MYPE

8.4. PERMISOS Y LICENCIAS

Licencia de funcionamiento en San Juan de Lurigancho: La empresa Maca gelato SAC contará con un laboratorio propio en CAL. LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA MZ. D /SAN JUAN LURIGANCHO.

8.4.1. Requisitos de funcionamiento

1. Copia simple de vigencia de poder para persona jurídica
2. Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento. **Ver anexo (3)**
3. Realizar el pago de S/330.20 plazo de 15 días

4. Croquis de ubicación, firmado por un arquitecto colegiado

5. Pautas de simulación de operaciones y mantenimiento de los equipos y prevención contra incendio, firmado por un ing. Electricista colegiado.

8.4.2. Requisitos para solicitar el certificado de Defensa civil

✓ Documento de ITSE (Inspección técnica de seguridad en edificaciones)

✓ Formatos de reglamento de edificaciones. **Ver anexo (4)**

✓ Pago a cuenta de S/100.20

✓ Plazo de atención 9 días hábiles

CAPÍTULO 9. PLAN DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN (TI)

9.1 Identificación de los ERPS para pymes

La propuesta de contar con un ERP en nuestra empresa que nos ayude a lograr una eficiencia y sinergia en nuestras áreas para una agilidad en las actividades tanto de reducción de costos como sistematizando procesos integrados.

Las apps de las ERP se caracterizan por combinar todas las idas y vueltas de cada área para tener un alto manejo de los insumos, por lo que su aplicación definitivamente brinda factores positivos que negativos.

A comparación de los aspectos a tratar las herramientas brindan una gran ventaja competitiva para las pymes en busca de calidad a base de control y eficiencia de cada proceso y aumento del valor agregado, es decir, tomar en cuentas los aspectos económicos y técnicos que aseguren una buena toma de decisión.

Como parte de una estrategia de investigación se parametriza el proceso de evaluar un software ERP enfocado a pymes para apoyar una mejor adaptación de las áreas y aplicar el valor agregado frente a la competencia.

| ELECCIÓN DE ERP' s | | |
|---|-----------|-----------|
| PREGUNTAS | SI | NO |
| ¿Es fácil integrar el ERP con las herramientas de oficina? | | |
| ¿El Fabricante brinda atención personalizada con sus clientes? | | |
| ¿Cuenta con módulos especiales y adicionales? | | |
| ¿El tiempo de implementación del ERP se adecua a las necesidades de su empresa? | | |
| . ¿Es accesible el costo de licencias de software? | | |
| ¿Es accesible el costo del servicio de soporte? | | |
| ¿Es accesible el costo interno como externo para la implementación? | | |
| Se necesita personal calificado para el uso del ERP? | | |
| ¿Es accesible el costo en la Capacitación del software? | | |
| ¿Es libre de pagar licencias anuales por usuario? | | |

Tabla 39. Tabulación a considerar para la elección de ERP's. Fuente: (Oropeza Hernández, 2009)

| CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ERP | |
|---|--|
| Criterios de funcionalidad | <ul style="list-style-type: none"> - Cobertura funcional de las diversas áreas de la organización, directamente o combinando con productos de terceros - Orientación principal del ERP, disponibilidad de versiones para mercados verticales; - Grado de adaptabilidad. |
| Criterios técnicos | <ul style="list-style-type: none"> - Plataformas soportadas; - Sistema de gestión de bases de datos; - Documentación para el usuario; - Documentación técnica; - Lenguajes y herramientas de desarrollo; - Gestión de usuarios y seguridad; y, - Conectividad y comunicaciones |
| Criterios económicos - | <ul style="list-style-type: none"> - Método de tarificación; - Presupuesto para el caso concreto; - Beneficios tangibles e intangibles; - Contrato. |
| Criterios de servicios ofrecidos | <ul style="list-style-type: none"> - Servicios ofertados: infraestructura de TI, implantación, mantenimiento, formación, soporte, desarrollos a medida, conexión con otros sistemas, etc.; - Método de implantación; y, - Tiempo estimado de la implantación. |

Tabla

40. Criterios de Selección de ERP. Fuente: Fundación Universitaria Iberoamericana.

9.2. Aplicación de la metodología MSSE

9.2.1. Análisis de la necesidad

En un primer escenario se establece las características que debe contemplar una ERP para el funcionamiento de nuestra empresa tales como escoger las funcionalidades que soportan el producto a ofrecer, cada estructura de la empresa que formará parte de esta ejecución para lograr los objetivos y mejorar la producción. La estrategia es lograr un listado de proveedores con las propuestas de ERP 's.

9.2.2. Requisitos de TI

En esta fase se necesita la adquisición de un software y hardware instalado en la red para uso de laptops de los encargados. Con funcionalidad de E-mail/Help Desk, Base de conocimientos.

Enumerar a los proveedores con los productos base que se ofrecen a los clientes, asimismo anotando los datos mínimos para poder contactar al proveedor y realizar con éxito la compra si es necesario.

9.2.3. Determinar el equipo del proyecto

Dentro de este proceso la capacitación de la analista de TI del sistema ERP para la ejecución de actividades a diario. La capacitación de los analistas se hace en paralelo a la configuración e instalación del sistema con datos de prueba inicial y con datos verdaderos.

-Gerente general.

-Analista de TI.

9.2.4. Búsqueda en el mercado

El alcance en esta fase es la búsqueda en el mercado de los ERP disponibles, y que cumplan con las expectativas para ejecutarlas en una pyme y que las estrategias del proceso de ventas para ir contratando nuevos módulos con mayores funcionalidades.

A raíz de nuestra comparación de los diferentes softwares ERP de código abierto se presenta un listado con sistema ERP.

| Sistema ERP | Página Web | Idioma (página) |
|--------------------|---|------------------------|
| ADempiere | http://adempiere.org/site/ | Inglés |
| Odoo | https://www.odoo.com/es_ES/ | Español |
| ABANQ | https://www.abartiateam.com/abanq | Español |
| SugarCRM | https://www.sugarcrm.com/ | Inglés |
| Openxpertia | http://www.openxpertya.org/ | Inglés |

Tabla 41. Listado de los Sistemas ERP de software libre presentes en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

9.2.5. Primer contacto con los proveedores

En esta fase se realiza un contacto masivo con los proveedores solicitando toda información posible con relación a datos, módulos, licencia de software y costos.

En la siguiente indagación se ha tenido contacto a través de Internet con las diferentes páginas Web de cada proveedor, leyendo sus manuales, videos y correos.

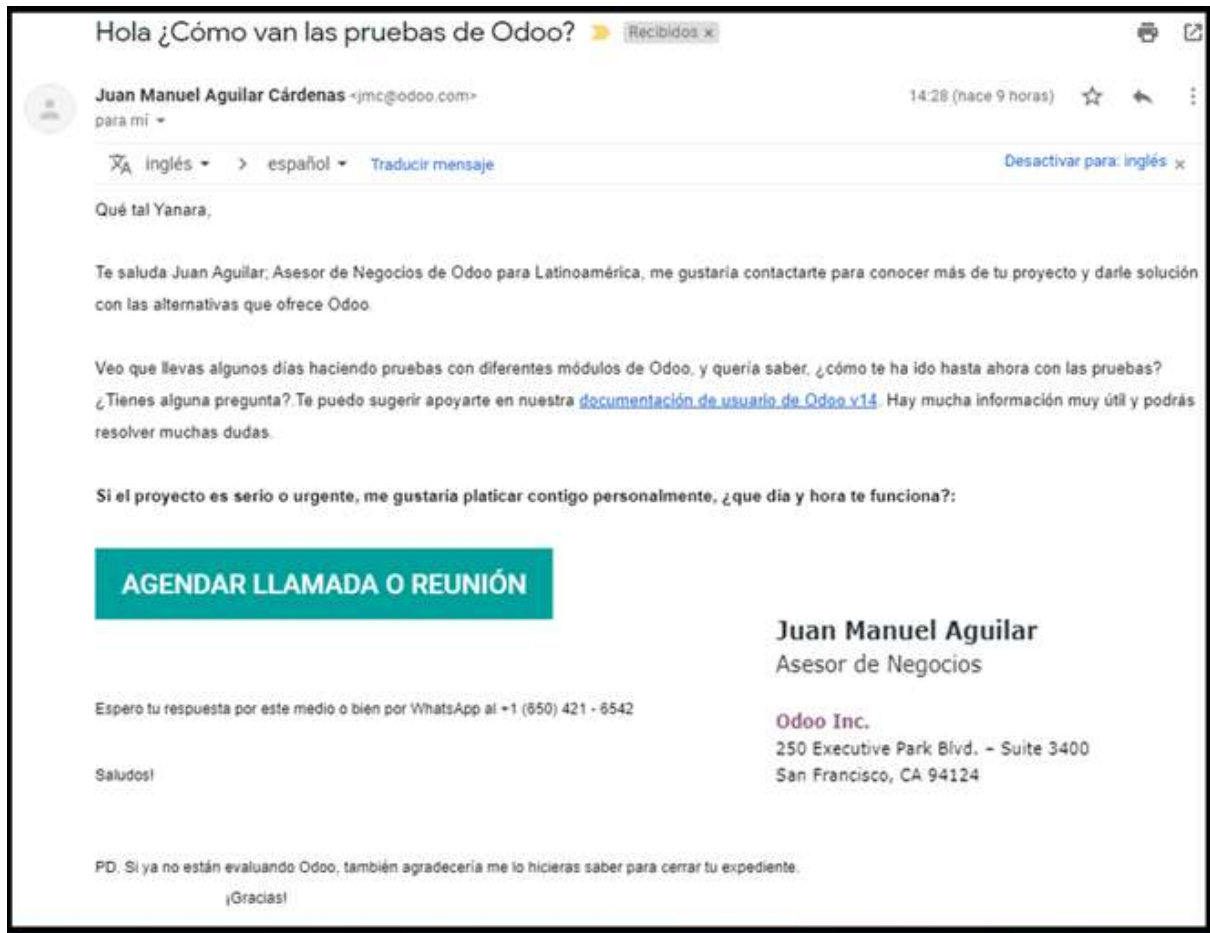


Figura 41. Contacto del proveedor. Fuente: elaboración propia

9.2.6. Entrevista con posibles candidatos y recopilar información

En esta fase se analiza de forma consensual y por toda la información recopilada tomamos la decisión de contratar el ERP ODOO con las siguientes especialidades y beneficios.

REGISTRO POR PRIMERA VEZ

Odoo | Get Started

Acceso instantáneo.

Nombre y apellidos

YANARA

Email

yanaramp.1216@gmail.com

Nombre de la empresa

MACA GELATO SAC

Número de teléfono

+51952025130

maca-gelato-sac.odoo.com 

País

Perú



Idioma

Español

Tamaño de la empresa

20 - 50 empleados



Interés primario

Utilizarlo en mi empresa

Al pulsar sobre **Comenzar Ahora**, está aceptando nuestras [Acuerdo de suscripción](#) y [Política de Privacidad](#)

[← Cambie la selección de aplicaciones](#)

[Empieza Ahora >](#)

Figura 42. Registro en la plataforma de Odoo.

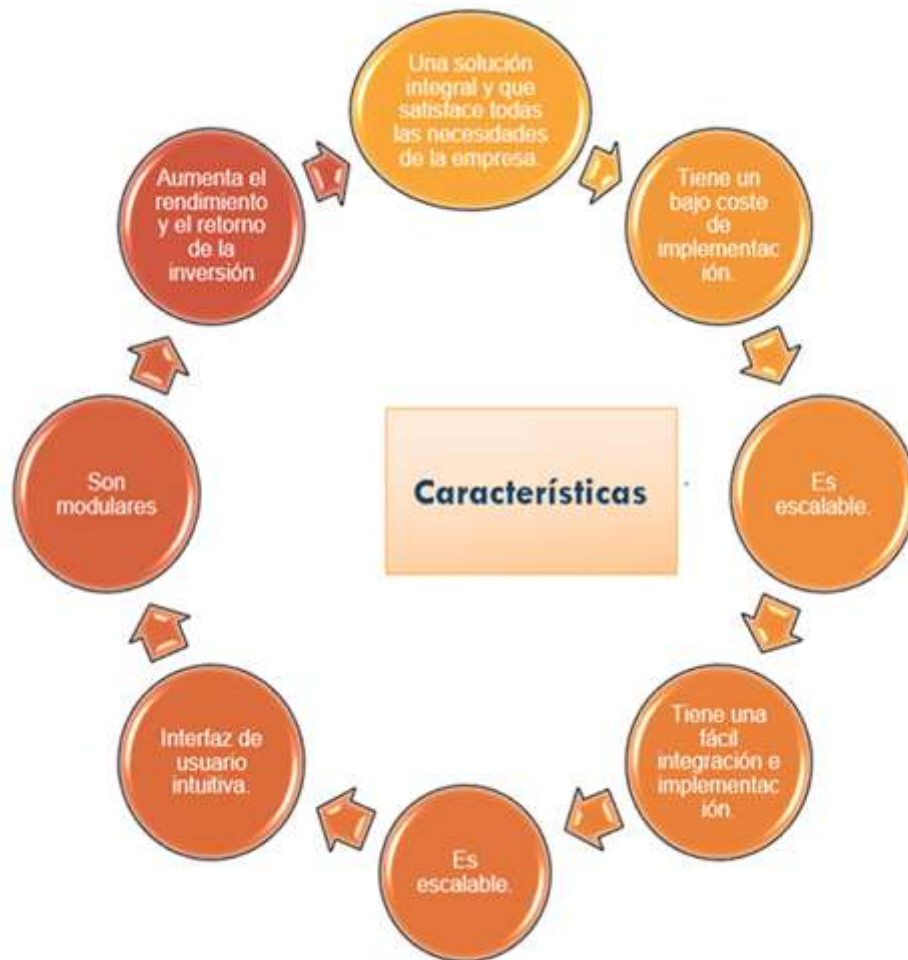


Figura 43. Características Odoo. Fuente: elaboración propia

9.3. Caso de estudio

ODOO es un sistema de gestión empresarial (ERP) de código abierto y sin coste de licencias que cubre las necesidades de las áreas de: **Ver anexo (5)**



Figura 44. Módulos a contratar

9.3.1. Uso de la plataforma

En esta fase se realiza el costeo de la plataforma parametrizado en un inicio del uso gratuito solo por 3 días. Luego se establece el uso de 5 usuario para adquirir el pack community \$6 dólares por cada uno. El servidor inicial es el hospedaje en la nube que se constituye por la adquisición de 14 aplicaciones de diferentes áreas. Haciendo el costo de \$177.50 dólares mensuales y por lo tanto el costo anual es de \$1,704 dólares.

| Precio inicial | USD 20.00/mes Ver precios |
|------------------|----------------------------------|
| Versión gratuita | Si |
| Prueba gratis | Si, consigue una prueba gratuita |

Figura 45. Propuesta de costo gratuita

Elige el número de usuarios

5 Usuarios ~~\$8.00 USD~~ \$6.00 USD/usuario/mes

Figura 46. Usuarios de la plataforma

PRECIO ANUAL

| | |
|--|----------------------|
| Anualmente | |
| Mensual | |
| 5 Usuarios | \$40.00 USD |
| Descuento para usuarios ⁽¹⁾ | - \$10.00 USD |
| 14 Aplicaciones | \$96.00 USD |
| 1 Caja(s) IoT | \$16.00 USD |
| Total / mes ⁽²⁾ | \$142.00 USD |
| ⁽²⁾ Facturado anualmente: \$1,704.00 USD | |
| PRUÉBALO AHORA Prueba gratuita de 15 días | |
| COMPRA AHORA | |
| ⁽¹⁾ Los nuevos clientes obtienen un descuento en la cantidad inicial de usuarios adquiridos. (\$6.00 USD en lugar de \$8.00 USD). | |

PRECIO MENSUAL

| | |
|---|----------------------|
| Mensual | |
| 5 Usuarios | \$50.00 USD |
| Descuento para usuarios ⁽¹⁾ | - \$12.50 USD |
| 14 Aplicaciones | \$120.00 USD |
| 1 Caja(s) IoT | \$20.00 USD |
| Total / mes | \$177.50 USD |
| PRUÉBALO AHORA Prueba gratuita de 15 días | |
| COMPRA AHORA | |
| ⁽¹⁾ Los nuevos clientes obtienen un descuento en la cantidad inicial de usuarios adquiridos. (\$7.50 USD en lugar de \$10.00 USD). | |

Figura 47. Costo de la plataforma Odoo



Figura 48. Plataforma Odoo experimentación



Figura 49. Plataforma de calidad



Figura 50. Plataforma de registro de visitas

CAPÍTULO 10. PLAN FINANCIERO

10.1. Historia financiera de la empresa

La ejecución del emprendimiento Maca Gelato SAC estará conformado por 5 socios estableciendo así nuestra Junta General de Accionistas, cada uno tendrá un aporte que representará del 20% del aporte total. Asimismo, nuestro Gerente General será designado como el representante legal de la empresa. Maca Gelato SAC actualmente aún no tiene un historial en lo que, respecto al ámbito financiero, ya somos un emprendimiento que incursionará próximamente en el mercado.

10.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Hemos tomado la demanda total anual de maca del mercado estadounidense, que nos servirá para estimar nuestra demanda de empresa a través de los 5 años de evaluación del emprendimiento:

| AÑOS | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------------------------|------------|------------|-----------|------------|
| Demanda estimada de maca EE. UU. | 1278635.6 | 1458820.42 | 1664396.8 | 1898942.93 |
| Tasa de crecimiento promedio estimada | 14% | | | |

Tabla 42. Estimación de demanda de maca en el mercado de Estados Unidos. Fuente: Elaboración propia.

| MERCADO | Potencial uso del | Accesibilidad del producto | Capacidad adquisitiva | TAM |
|-----------|-------------------|----------------------------|-----------------------|-------------------|
| 1,898,943 | 40% | 55% | 40% | 167,106.98 |

Tabla 43. Estimación del TAM del emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

10.3. Plan de ventas de la empresa

Con la investigación de mercado realizada, hemos podido determinar que la demanda del mercado comienza en 167, 017 kilos (año 0). En los años que siguen, los kilos demandados aumentarán gradualmente en un 14% hasta el año 5. Empezamos con una participación de 10% en el año 1 siendo la cantidad de 19, 066 kilos y hemos estimado alcanzar un 13% de participación en el año 5, significando vender 40,381 kilos en el año 5, teniendo un crecimiento de 21% cada año.

| Evolución del volumen de ventas de la empresa | | | | | | |
|---|---------|------------|---------|---------|---------|------------|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| TAM | 167,107 | 190,656 | 217,523 | 248,176 | 283,149 | 323,050 |
| | | SOM 10% | | | | SAM 13% |
| SAM | | 19,066 | | | | 40,381 |
| SOM | | 19,066 | 23,000 | 27,747 | 33,473 | 40,381 |

Tabla 44. Evolución del volumen de ventas de la empresa. Fuente: Elaboración propia

| | |
|--|-----|
| Crecimiento anual del mercado TAM | 14% |
| Objetivo de la empresa en el corto plazo (Año 1): SOM = | 10% |
| Objetivo de la empresa a largo plazo (Año 5) : SAM = | 13% |
| Crecimiento anual de las ventas de Maca Gelato S.A.C. | 21% |

Tabla 45. Tasas de crecimiento en la demanda y tasas de participación de mercado.
Fuente: Elaboración propia.

Teniendo ya establecida nuestra demanda estimada en los 5 años del proyecto, hemos elaborado nuestro presupuesto de ingresos, en el cual manejamos un precio de venta FOB por kilo de maca gelatinizada que es de \$10.00. Para efectos de este trabajo, y poder realizar los cálculos del plan financiero, convertimos nuestro presupuesto de ingresos a soles utilizando un tipo de cambio de S/3.90.

| PRECIO FOB DÓLARES X KILO | | | | | | |
|--|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| DETALLE | HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS) | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Precios constantes (p) | | \$ 10.00 | \$ 10.00 | \$ 10.00 | \$ 10.00 | \$ 10.00 |
| Volumen de ventas (q) | | 19,065.57 | 23,000.23 | 27,746.92 | 33,473.21 | 40,381.26 |
| Flujo de ingresos constantes (p * q) | | \$ 190,655.66 | \$ 230,002.33 | \$ 277,469.19 | \$ 334,732.06 | \$ 403,812.59 |

Tabla 46. Presupuesto de Ventas en dólares. Fuente: Elaboración propia.

| PRECIO FOB SOLES X KILO | | | | | | |
|--|----------------------------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DETALLE | HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS) | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Precios constantes (p) | | S/ 39.00 | S/ 39.00 | S/ 39.00 | S/ 39.00 | S/ 39.00 |
| Volumen de ventas (q) | | 19,065.57 | 23,000.23 | 27,746.92 | 33,473.21 | 40,381.26 |
| Flujo de ingresos constantes (p * q) | | S/ 743,557.04 | S/ 897,009.07 | S/ 1,082,129.85 | S/ 1,305,455.05 | S/ 1,574,869.11 |

Tabla 47. Presupuesto de Ventas en Soles. Fuente: Elaboración propia.

10.4. Análisis de costos

| COSTOS | PERIODOS | | | | |
|---------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COSTOS VARIABLES TOTALES | S/317,028.21 | S/ 382,455.10 | S/ 461,384.50 | S/ 556,603.00 | S/ 671,472.28 |
| COSTOS FIJOS (**) | S/373,200.42 | S/ 399,167.84 | S/ 426,909.55 | S/ 456,734.92 | S/ 502,325.63 |
| TOTAL DE EGRESOS | S/690,228.63 | S/ 781,622.94 | S/ 888,294.05 | S/ 1,013,337.92 | S/ 1,173,797.91 |

Tabla 48. Costo total anual. Fuente: Elaboración propia.

10.4.1 Costos Variables

| COSTOS VARIABLES | PERIODOS | | | | |
|---|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 kilo de maca (1) | S/190,655.65 | S/ 230,002.33 | S/ 277,469.19 | S/ 334,732.06 | S/ 403,812.59 |
| Tamices industriales circulares (15 cm) (2) | S/ 492.31 | S/ 593.92 | S/ 716.49 | S/ 864.35 | S/ 1,042.73 |
| Tamices industriales circulares (35 cm) (3) | S/ 2,051.31 | S/ 2,474.65 | S/ 2,985.36 | S/ 3,601.46 | S/ 4,344.72 |
| Canasta de plástico con rejillas (4) | S/ 717.96 | S/ 866.13 | S/ 1,044.88 | S/ 1,260.51 | S/ 1,520.65 |
| Cucharon de Madera Grande (5) | S/ 51.28 | S/ 61.87 | S/ 74.63 | S/ 90.04 | S/ 108.62 |
| Desinfectante de alimentos (6) | S/ 1,538.48 | S/ 1,855.99 | S/ 2,239.02 | S/ 2,701.10 | S/ 3,258.54 |
| Bolsas Polietileno (7) | S/ 1,323.10 | S/ 1,596.15 | S/ 1,925.56 | S/ 2,322.94 | S/ 2,802.34 |
| Pallet de madera (8) | S/ 153.85 | S/ 185.60 | S/ 223.90 | S/ 270.11 | S/ 325.85 |
| Stocka Hidráulica (9) | S/ 1,846.18 | S/ 2,227.19 | S/ 2,686.82 | S/ 3,241.32 | S/ 3,910.25 |
| Caja de Cartón (10) | S/ 20,581.48 | S/ 24,829.00 | S/ 29,953.10 | S/ 36,134.69 | S/ 43,592.01 |
| Stretch Film de embalaje (11) | S/ 328.21 | S/ 395.94 | S/ 477.66 | S/ 576.23 | S/ 695.15 |
| Carretillas de Rejillas Plegables (12) | S/ 164.10 | S/ 197.97 | S/ 238.83 | S/ 288.12 | S/ 347.58 |
| Agua potable (m3) (13) | S/ 20,581.48 | S/ 24,829.00 | S/ 29,953.10 | S/ 36,134.69 | S/ 43,592.01 |
| Electricidad (1 kw*hr) (14) | S/ 328.21 | S/ 395.94 | S/ 477.66 | S/ 576.23 | S/ 695.15 |
| Flete aeropuerto (30%) (15) | S/ 26,768.05 | S/ 32,292.33 | S/ 38,956.67 | S/ 46,996.38 | S/ 56,695.29 |
| Flete puerto (70%) (16) | S/ 49,446.54 | S/ 59,651.10 | S/ 71,961.64 | S/ 86,812.76 | S/ 104,728.80 |
| COSTOS VARIABLES TOTALES | S/317,028.21 | S/ 382,455.10 | S/ 461,384.50 | S/ 556,603.00 | S/ 671,472.28 |

Tabla 49. Costos Variables por año (detallado). Fuente: Elaboración propia.

10.4.2 Costos Fijos

| COSTOS FIJOS | PERIODOS | | | | |
|--|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mano de obra directa (17) | S/ 25,200.00 | S/ 25,200.00 | S/ 25,200.00 | S/ 25,200.00 | S/ 25,200.00 |
| Mano de obra indirecta (18) | S/ 65,100.00 | S/ 65,100.00 | S/ 65,100.00 | S/ 65,100.00 | S/ 65,100.00 |
| Servicios de Telefonía e internet (19) | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 |
| Seguros del personal (20) | S/ 739.48 | S/ 739.48 | S/ 739.48 | S/ 739.48 | S/ 739.48 |
| Gastos laborales de administración y ventas (21) | S/151,569.00 | S/ 151,569.00 | S/ 151,569.00 | S/ 151,569.00 | S/ 151,569.00 |
| Alquiler (22) | S/ 50,400.00 | S/ 50,400.00 | S/ 50,400.00 | S/ 50,400.00 | S/ 50,400.00 |
| Depreciación y amortización (23) | S/ 57,377.22 | S/ 57,377.22 | S/ 52,292.47 | S/ 40,993.04 | S/ 40,993.04 |
| Impuesto a la renta (24) | S/ 22,314.72 | S/ 48,282.14 | S/ 81,108.60 | S/ 122,233.41 | S/ 167,824.12 |
| COSTOS FIJOS (**) | S/373,200.42 | S/ 399,167.84 | S/ 426,909.55 | S/ 456,734.92 | S/ 502,325.63 |

Tabla 50. Costos Fijos por año (detallado incluyendo depreciación y amortización).
Fuente: Elaboración propia.

10.5. Punto de equilibrio de la empresa

El punto de equilibrio calculado para Maca Gelato S. A. C., nos dio 16,682 kilos vendidos en el periodo 1 (Vendiendo esta cantidad cubriremos nuestros costos fijos y variables) lo que equivale a S/ 650,590.96 unidades monetarias. Nuestro punto de equilibrio en kilos vendidos está por debajo de la demanda estimada en el año 1.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Punto de Equilibrio (en q) (kilos vendidos) | 16,682 | 17,843 | 19,083 | 20,416 | 22,454 |
| Punto de Equilibrio (en S/) (unidades monetarias) | S/ 650,590.96 | S/ 695,859.31 | S/ 744,220.74 | S/ 796,214.67 | S/ 875,691.72 |

Tabla 51. Punto de equilibrio en kilos vendidos y unidades monetarias. Fuente: Elaboración propia.

A fin de poder graficar nuestro punto de equilibrio, hemos decidido sensibilizar nuestro punto de equilibrio en kilos vendidos disminuyendo y aumentando en 10% para evidenciar el nivel de ventas en el cual no hay ganancia, pero tampoco hay pérdida:

| | Cantidad | ingresos | Egresos | Margen |
|------------|---------------|----------------|----------------|----------|
| | q | p*q | CF + cv*q | |
| | 9,850 | 384,167 | 536,997 | -152,829 |
| | 10,945 | 426,853 | 555,196 | -128,344 |
| | 12,161 | 474,281 | 575,418 | -101,137 |
| | 13,512 | 526,979 | 597,887 | -70,908 |
| | 15,014 | 585,532 | 622,852 | -37,320 |
| PE= | 16,682 | 650,591 | 650,591 | - |
| | 18,350 | 715,650 | 678,330 | 37,320 |
| | 20,185 | 787,215 | 708,843 | 78,372 |
| | 22,204 | 865,937 | 742,407 | 123,529 |
| | 24,424 | 952,530 | 779,328 | 173,202 |
| | 26,866 | 1,047,783 | 819,941 | 227,843 |

Tabla 52. Punto de equilibrio en kilos vendidos y unidades monetarias sensibilizado. Fuente: Elaboración propia

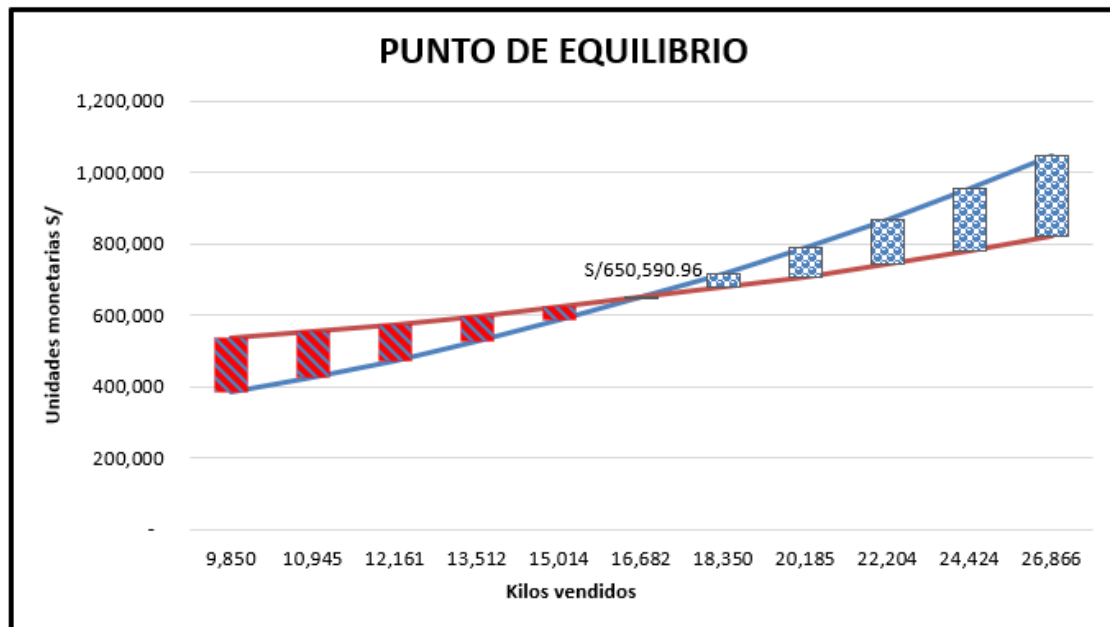


Figura 51. Gráfica Punto de Equilibrio. Fuente: Elaboración propia.

10.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

A continuación, se presentará un cuadro donde se podrá apreciar el requerimiento de materia prima y diversos materiales, que son vitales para la producción de maca gelatinizada:

| Materiales-Insumos | Unidad de medidas | Cantidad | ANUAL | |
|-----------------------------------|-------------------|------------|----------|---------------------|
| | | | Unitario | Total |
| Tamices industriales circulares | Diametro 15cm | 6 | 120 | S/ 720.00 |
| Tamices industriales circulares | Diametro 35cm | 15 | 200 | S/ 3,000.00 |
| Canasta de plástico con rejillas | 20*40cm | 30 | 35 | S/ 1,050.00 |
| Cucharon de Madera Grande | 75cm | 3 | 25 | S/ 75.00 |
| Desinfectante de alimentos | 18Litros | 45 | 50 | S/ 2,250.00 |
| Bolsas Plástico Polietileno | 40*40cm | 43millares | 45 | S/ 1,935.00 |
| Pallet de madera | 1.2*1m | 15 | 15 | S/ 225.00 |
| Stocka Hidráulica | unid | 2 | 1350 | S/ 2,700.00 |
| Caja de Cartón | 45*45cm | 43millares | 700 | S/ 30,100.00 |
| Stretch Film de embalaje | 20cm | 40 | 12 | S/ 480.00 |
| Carretillas de rejillas plegables | 1*0.45cm | 3 | 80 | S/ 240.00 |
| Inversión Total | | | | S/ 42,775.00 |

Tabla 53. Adquisición de materiales e insumos para la producción. Fuente: Elaboración propia.

10.7. Inversión inicial

Llevar a cabo el emprendimiento de Maca Gelato SAC constituye tener una inversión total de S/ 301,217.82 (incluido IGV), del cual S/ 286,500.00 (incluido IGV) corresponderá a la inversión inicial en activos tangibles y S/ 14,717.82 (incluido IGV) corresponderá a la inversión inicial en activos intangibles.

| DETALLE | INVERSIONES | |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|
| | Sin IGV | Incluye IGV |
| Activos fijos tangibles | | |
| Transportadora curvo (10m) | S/ 9,322.03 | S/ 11,000.00 |
| Transportadora Inclinada (10m) | S/ 9,152.54 | S/ 10,800.00 |
| Transportadora espiral (4.5m) | S/ 7,457.63 | S/ 8,800.00 |
| Transportadora tipo gusano (6m) | S/ 5,423.73 | S/ 6,400.00 |
| Lavadora industrial tambor rotativo | S/ 16,101.69 | S/ 19,000.00 |
| Tina de Acero Inoxidable | S/ 4,237.29 | S/ 5,000.00 |
| Molino picador | S/ 20,338.98 | S/ 24,000.00 |
| Mezcladora de polvo | S/ 25,423.73 | S/ 30,000.00 |
| Extrusora industrial | S/ 33,898.31 | S/ 40,000.00 |
| Molienda | S/ 20,338.98 | S/ 24,000.00 |
| Tamizadora | S/ 15,254.24 | S/ 18,000.00 |
| Dosificadora | S/ 13,559.32 | S/ 16,000.00 |
| Envasadora | S/ 33,898.31 | S/ 40,000.00 |
| Muebles y enseres | S/ 18,220.34 | S/ 21,500.00 |
| Equipo de cómputo | S/ 10,169.49 | S/ 12,000.00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES | S/ 242,796.61 | S/ 286,500.00 |

Tabla 54. Activos fijos tangibles. Fuente: Elaboración propia.

| DETALLE | INVERSIONES | |
|---|----------------------|----------------------|
| | Sin IGV | Incluye IGV |
| Activos fijos intangibles | | |
| Elaboración de minuta | S/ 508.47 | S/ 600.00 |
| Busqueda y reserva de nombre | S/ 21.19 | S/ 25.00 |
| Escritura pública (convenio de mi emprespropia) | S/ 169.49 | S/ 200.00 |
| Costo de registro público capital social de S/ 10 000 | S/ 58.83 | S/ 69.42 |
| Pago por inscripción de Registros Públicos y RUC | S/ 186.44 | S/ 220.00 |
| Costo de legalización de libro de planillas | S/ 11.02 | S/ 13.00 |
| Registro en INDECOPI | S/ 453.39 | S/ 535.00 |
| Registro de nombre comercial | S/ 453.39 | S/ 535.00 |
| Trámite de funcionamiento | S/ 271.36 | S/ 320.20 |
| Solicitud de defensa civil | S/ 84.92 | S/ 100.20 |
| Solicitud de contrato | S/ 508.47 | S/ 600.00 |
| Gastos preoperativos diversos | S/ 6,779.66 | S/ 8,000.00 |
| Imprevistos | S/ 423.73 | S/ 500.00 |
| Costos de anteproyecto (estudios definitivos) | S/ 2,542.37 | S/ 3,000.00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES | S/ 12,472.73 | S/ 14,717.82 |
| TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto) | S/ 255,269.34 | S/ 301,217.82 |

Costos pre operativos

Tabla 55. Activos fijos intangibles. Fuente: Elaboración propia.

10.8. Capital de trabajo

Para poder afrontar los posibles gastos operativos en los que podamos incurrir desde es efectuado el pago para comprar los materiales para la producción, hasta que se logra recibir el dinero por parte del cliente (días de desfase), hemos calculado nuestro flujo de capital de trabajo considerando que tenemos 40 días de desfase.

| CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | |
|--|---|---------------|---------------|---------------|---|-----------------|
| DETALLE | HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS) | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Costo total anual | | S/ 690,228.63 | S/ 781,622.94 | S/ 888,294.05 | S/ 1,013,337.92 | S/ 1,173,797.91 |
| Necesidad de Capital de Trabajo | | S/ 75,641.49 | S/ 85,657.31 | S/ 97,347.29 | S/ 111,050.73 | S/ 128,635.39 |
| Incremento de capital de trabajo | S/ 75,641.49 | S/ 10,015.81 | S/ 11,689.98 | S/ 13,703.44 | S/ 17,584.66 | -S/ 128,635.39 |
| Total disponible para capital de trabajo | S/ 75,641.49 | S/ 85,657.31 | S/ 97,347.29 | S/ 111,050.73 | S/ 128,635.39 | S/ - |
| | | | | | Valor de recupero del capital de trabajo: | S/ 128,635.39 |

Tabla 56. Capital de Trabajo. Fuente: Elaboración propia.

10.9. Fuentes de financiamiento

Teniendo una inversión total en el año 0 de S/ 376,859.31, hemos decidido financiar con un crédito bancario S/ 160,000, lo que representaría un 42.46%. El monto restante de S/ 216,859.31 representará el aporte de los socios que representará el 57.54% de la inversión total.

| CONCEPTO | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|----------------------|---|---|---|---|---|
| Inversión en activos fijos | S/ 301,217.82 | | | | | |
| Inversión en capital de trabajo | S/ 75,641.49 | | | | | |
| Inversión total | S/ 376,859.31 | | | | | |

Tabla 57. Cálculo de la Inversión total. Fuente: Elaboración propia

| ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO | |
|------------------------------|-------------------|
| ACTIVO 100% | PASIVO |
| | 160,000 |
| | 42.46% |
| | PATRIMONIO |
| | 216,859.31 |
| | 57.54% |

Figura 52. Estructura de Financiamiento. Fuente: Elaboración propia.

| | | |
|--------------------|-------------------|--------------------------|
| Monto del préstamo | S/ 160,000.00 | |
| Tasa de interes | 27% | anual sobre saldos |
| Plazo | 5 | amortización de la deuda |
| Pagos | Cuotas constantes | |
| Cuota constante | S/ 61,951.33 | |

SERVICIO DE LA DEUDA (Precios corrientes) INCLUYE INFLACION

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Saldo inicial | | S/ 160,000.00 | S/ 141,248.67 | S/ 117,434.49 | S/ 87,190.47 | S/ 48,780.57 |
| Interés | | S/ 43,200.00 | S/ 38,137.14 | S/ 31,707.31 | S/ 23,541.43 | S/ 13,170.75 |
| Amortización | | S/ 18,751.33 | S/ 23,814.19 | S/ 30,244.02 | S/ 38,409.90 | S/ 48,780.57 |
| Saldo final | S/ 160,000.00 | S/ 141,248.67 | S/ 117,434.49 | S/ 87,190.47 | S/ 48,780.57 | S/ - |

SERVICIO DE LA DEUDA (Precios constantes) NO INCLUYE INFLACION

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Saldo inicial | | S/ 160,000.00 | | | | |
| Interés | | S/ 42,270.06 | S/ 36,512.90 | S/ 29,703.44 | S/ 21,578.90 | S/ 11,812.89 |
| Amortización | | S/ 18,347.68 | S/ 22,799.95 | S/ 28,332.62 | S/ 35,207.86 | S/ 43,751.45 |
| Saldo final | S/ 160,000.00 | S/ 138,208.09 | S/ 112,433.02 | S/ 81,680.12 | S/ 44,713.98 | S/ - |

Tabla 58. Servicio de Deuda. Fuente: Elaboración propia.

10.10 Proyección de flujo de caja

| FLUJO DE CAJA ECONOMICO | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| + Ingresos de efectivo | | S/ 743,557.04 | S/ 897,009.07 | S/ 1,082,129.85 | S/ 1,305,455.05 | S/ 1,574,869.11 | |
| - Costos fijos (*) | | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | |
| - Costos variables | | S/ 317,028.21 | S/ 382,455.10 | S/ 461,384.50 | S/ 556,603.00 | S/ 671,472.28 | |
| - Depreciación y amortización | | S/ 57,377.22 | S/ 57,377.22 | S/ 52,292.47 | S/ 40,993.04 | S/ 40,993.04 | |
| - Interés | | | | | | | |
| = Utilidad antes de impuestos | | S/ 75,643.13 | S/ 163,668.27 | S/ 274,944.40 | S/ 414,350.53 | S/ 568,895.32 | |
| - Impuesto a la renta (29.5% de utilidad antes | | S/ 22,314.72 | S/ 48,282.14 | S/ 81,108.60 | S/ 122,233.41 | S/ 167,824.12 | |
| = Utilidad después de impuestos | | S/ 53,328.41 | S/ 115,386.13 | S/ 193,835.80 | S/ 292,117.12 | S/ 401,071.20 | |
| + Depreciación y amortización | | S/ 57,377.22 | S/ 57,377.22 | S/ 52,292.47 | S/ 40,993.04 | S/ 40,993.04 | |
| + Préstamo | | | | | | | |
| - Amortización | | | | | | | |
| = FLUJO OPERATIVO | | S/ 110,705.62 | S/ 172,763.35 | S/ 246,128.27 | S/ 333,110.16 | S/ 442,064.24 | |
| - Inversión fija | S/ 301,217.82 | | | | | | |
| - Inversión en capital de trabajo | S/ 75,641.49 | S/ 10,015.81 | S/ 11,689.98 | S/ 13,703.44 | S/ 17,584.66 | | |
| + Valor de recupero de la inversión fija | | | | | | S/ 6,236.36 | |
| + Valor de recupero del capital de trabajo | | | | | | S/ 128,635.39 | |
| = FLUJO NO OPERATIVO | -S/ 376,859.31 | -S/ 10,015.81 | -S/ 11,689.98 | -S/ 13,703.44 | -S/ 17,584.66 | S/ 134,871.75 | |
| - Desembolso de IGV a SUNAT | | | S/ 35,610.71 | S/ 99,302.78 | S/ 182,536.54 | S/ 290,296.25 | |
| = FLUJO DE CAJA ECONOMICO | -S/ 376,859.31 | S/ 100,689.81 | S/ 125,462.65 | S/ 133,122.06 | S/ 132,988.96 | S/ 286,639.74 | |
| Actualizando los flujos futuros | -S/ 376,859.31 | S/ 87,748.22 | S/ 95,284.00 | S/ 88,106.58 | S/ 76,705.53 | S/ 144,078.86 | |
| Flujo acumulado de los valores actuales | -S/ 376,859.31 | -S/ 289,111.10 | -S/ 193,827.09 | -S/ 105,720.52 | -S/ 29,014.99 | S/ 115,063.87 | |
| Periodos en los que ya se recupero la inversión | | | | | | 5 | |

Tabla 59. Flujo de Caja Económico. Fuente: Elaboración propia.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| + Ingresos de efectivo | | S/ 743,557.04 | S/ 897,009.07 | S/ 1,082,129.85 | S/ 1,305,455.05 | S/ 1,574,869.11 |
| - Costos fijos (*) | | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 | S/ 293,508.48 |
| - Costos variables | | S/ 317,028.21 | S/ 382,455.10 | S/ 461,384.50 | S/ 556,603.00 | S/ 671,472.28 |
| - Depreciación y amortización | | S/ 57,377.22 | S/ 57,377.22 | S/ 52,292.47 | S/ 40,993.04 | S/ 40,993.04 |
| - Interés | | S/ 42,270.06 | S/ 36,512.90 | S/ 29,703.44 | S/ 21,578.90 | S/ 11,812.89 |
| = Utilidad antes de impuestos | | S/ 33,373.07 | S/ 127,155.37 | S/ 245,240.96 | S/ 392,771.63 | S/ 557,082.43 |
| - Impuesto a la renta (29.5% de utilidad) | | S/ 9,845.06 | S/ 37,510.83 | S/ 72,346.08 | S/ 115,867.63 | S/ 164,339.32 |
| = Utilidad después de impuestos | | S/ 23,528.02 | S/ 89,644.54 | S/ 172,894.88 | S/ 276,904.00 | S/ 392,743.11 |
| + Depreciación y amortización | | S/ 57,377.22 | S/ 57,377.22 | S/ 52,292.47 | S/ 40,993.04 | S/ 40,993.04 |
| + Préstamo | S/ 160,000.00 | | | | | |
| - Amortización | | S/ 18,347.68 | S/ 22,799.95 | S/ 28,332.62 | S/ 35,207.86 | S/ 43,751.45 |
| = FLUJO OPERATIVO | S/ 160,000.00 | S/ 62,557.55 | S/ 124,221.80 | S/ 196,854.73 | S/ 282,689.18 | S/ 389,984.70 |
| - Inversión fija | S/ 301,217.82 | | | | | |
| - Inversión en capital de trabajo | S/ 75,641.49 | S/ 10,015.81 | S/ 11,689.98 | S/ 13,703.44 | S/ 17,584.66 | S/ - |
| + Valor de recupero de la inversión fija | | | | | | S/ 6,236.36 |
| + Valor de recupero del capital de | | | | | | S/ 128,635.39 |
| = FLUJO NO OPERATIVO | -S/ 376,859.31 | -S/ 10,015.81 | -S/ 11,689.98 | -S/ 13,703.44 | -S/ 17,584.66 | S/ 134,871.75 |
| - Desembolso de IGV a SUNAT | | | S/ 35,610.71 | S/ 99,302.78 | S/ 182,536.54 | S/ 290,296.25 |
| = FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -S/ 216,859.31 | S/ 52,541.74 | S/ 76,921.10 | S/ 83,848.51 | S/ 82,567.98 | S/ 234,560.21 |
| Actualizando los flujos futuros | -S/ 216,859.31 | S/ 46,912.27 | S/ 61,321.03 | S/ 59,681.71 | S/ 52,473.44 | S/ 133,095.76 |
| Flujo acumulado de los valores actuales | -S/ 216,859.31 | -S/ 169,947.05 | -S/ 108,626.01 | -S/ 48,944.30 | S/ 3,529.14 | S/ 136,624.90 |
| Periodos en los que ya se recupero la inversión | | | | | 4 | 5 |

Tabla 60. Flujo de Caja Financiero. Fuente: Elaboración propia.

10.11. Análisis de rentabilidad

Nuestro VAN Económico está resultando S/ 115,063.87 y nuestro VAN Financiero está resultando S/ 136,624.90, lo que demuestra que el emprendimiento de Maca Gelato S.A. C. sí es rentable, porque genera un beneficio mayor al esperado.

| | |
|-------------------|----------------------|
| VANE (%) = | S/ 115,063.87 |
| TIRE = | 25% |
| PAYBACK E= | 5 |

Tabla 61. VAN, TIR y PAYBACK Económico. Fuente: Elaboración propia.

| | |
|-------------------|----------------------|
| VANF (%) = | S/ 136,624.90 |
| TIRF = | 30% |
| PAYBACK F= | 4 |

Tabla 62. VAN, TIR y PAYBACK Financiero. Fuente: Elaboración propia.

10.12. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

10.12.1 Análisis unidimensional

En el análisis unidimensional, se igualó en VAN a 0 para efectos de la sensibilización de los datos input escogidos:

| ANÁLISIS DEL PUNTO MUERTO (Unidimensional) | | | | | |
|---|--------------------------------|----------------|-------------------|------------|----------|
| VARIABLE DE ENTRADA | Valor inicial del INPUT | | PTO MUERTO | | % |
| Precio unitario FOB via marítima /kg | \$ | 10.00 | \$ | 9.16 | -8.43% |
| Tamaño del SOM en el corto plazo (año 1) | | 10% | | 8.48% | -15.21% |
| 1 kilo de maca | S/ | 10.00 | S/ | 13.14 | 31.43% |
| M.O indirecta | S/ | 25,200.00 | S/ | 72,829.07 | 189.00% |
| Alquiler | S/ | 50,400.00 | S/ | 146,211.89 | 190.10% |
| VAN () = \$ | | 115,064 | | | |

Tabla 63. Análisis Unidimensional. Fuente: Elaboración propia

10.12.2 Análisis multidimensional

ANÁLISIS POR ESCENARIOS (Multidimensional)

| VARIABLES | ESCENARIOS | | |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| | PESIMISTA | BASE | OPTIMISTA |
| Precio unitario FOB via marítima /kg | \$ 7.50 | \$ 10.00 | \$ 11.50 |
| Tamaño del SOM en el corto plazo (año 1) | 8% | 10% | 12% |
| 1 kilo de maca | S/ 17.00 | S/ 10.00 | S/ 8.00 |
| M.O indirecta | S/ 30,000.00 | S/ 25,200.00 | S/ 20,000.00 |
| Alquiler | S/ 58,000.00 | S/ 50,400.00 | S/ 45,000.00 |
| VAN () = | \$ -725,163 | \$ 115,064 | \$ 583,066 |

| | | | | SUMA |
|----------------------------|-----|-----|-----|------|
| Probabilidad de ocurrencia | 25% | 50% | 25% | 100% |

| | |
|-------------|--------------------|
| VAN (E) = | \$ 22,008 |
| VARIANZA = | \$ 222,592,451,342 |
| DESV. STD= | \$ 471,797 |

| | |
|----------|---|
| $\chi =$ | 0 |
|----------|---|

| | |
|-----------------------------|-----|
| Probabilidad de que $x < 0$ | 48% |
|-----------------------------|-----|

| | |
|------------------------------|-----|
| Probabilidad de que $x >= 0$ | 52% |
|------------------------------|-----|

"El proyecto tiene una probabilidad (52%) más alta de tener un VAN positivo por lo que en este caso se recomendaría ejecutar el proyecto"

Tabla 64. Análisis Multidimensional. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Maca Gelato ha analizado tanto el entorno interno como el externo para lograr identificar los factores que podrían afectar las operaciones del negocio. Así mismo, definiendo los objetivos de la empresa, podemos tener un horizonte más claro sobre nuestro futuro como empresa.

Como emprendimiento hemos realizado el planeamiento estratégico, lo que nos permite identificar los objetivos y las estrategias para lograrlos.

Nuestro proyecto ha logrado identificar nuestro mercado objetivo debido al análisis de la demanda que da a EEUU como mercado meta a exportar el producto de maca gelatinizada.

Como emprendimiento estaremos dentro del marco legal tributario y asimismo por la actividad del rubro solicitaremos los beneficios tributarios pertinentes. Recalcando que brindaremos los beneficios laborales según la ley lo indica.

La importante de una adecuada planificación de TI nos ayudará a tener un mejor control de nuestros procesos mayor competencia en el mercado y sobre todo la reducción de costos tanto a largo como a corto plazo.

De acuerdo a la realización del plan financiero hemos podido estimar que el proyecto al último año, dentro de un lapso de 5 años, arrojará una rentabilidad mayor a la esperada, podemos asegurar que, si se realizan las investigaciones a mayor alcance, precisión y detalle, el proyecto será viable, porque tiene gran cantidad de factores positivos en el mercado y rubro que se planea desempeñar, siendo así, muy favorable la ejecución.

Asimismo, nuestro emprendimiento de Maca Gelato S.A.C. arroja un VAN Financiero positivo de (S/ 136,624.90); lo que significa que generará ganancias adicionales y es rentable para los socios invertir en el proyecto. Asimismo, la TIR nos dió un 30%, el resultado es mayor al COK de 12%, indicando que el proyecto tiene un beneficio superior al esperado, por lo tanto, el proyecto se acepta porque es viable.

RECOMENDACIONES

Recomendamos continuar con estudios de análisis de mercado tanto interno como externo, de esta manera podemos revisar los factores cambiantes que influyen en nuestro negocio, para elaborar nuevas estrategias de ser necesario.

De igual manera, el planeamiento estratégico debe ser actualizado periódicamente en cuanto a los objetivos ya que estos pueden variar de acuerdo al avance de la empresa.

Se recomienda el uso de la ERP Odoo community para los primeros años luego se puede adquirir el pack Enterprise que se constituye con mayor acceso y servidor propio y acceso a todas las aplicaciones.

Recomendamos realizar un análisis de RRHH a futuro debido a la posible expansión de la fábrica, lo que llevaría a contratar más personal que debe ser debidamente capacitado.

Se considera que el proyecto aprueba con relativa facilidad el escenario base y optimista, sin embargo, no aprueba el escenario pesimista. Este trabajo es a perfil de proyecto, pero se recomienda realizar estudios a mayor profundidad para validar los principales factores que están considerados en los supuestos.

ANEXOS

ANEXO 1: MODELO DE CONSTITUCIÓN DE MACA GELATO SAC

MODELO CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA SAC

(CON APORTE EN BIENES DINERARIOS)

SEÑOR NOTARIO:

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:

- A. **JOEL PAREDES FUENTES** DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD DNI N°72428465 ESTADO CIVIL: SOLTERO.
- B. **DANIELLA CABRERA PACHECO** DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°41898739 ESTADO CIVIL: SOLTERA.
- C. **RODY GAMARRA FLORES** DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°77409647 ESTADO CIVIL: SOLTERO.
- D. **YANARA MORANTE PALACIOS** DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°75536332 ESTADO CIVIL: SOLTERA.
- E. **PRISCILLA DERTEANO** DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD DNI N° 41898739 ESTADO CIVIL: SOLTERA.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN CAL. LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA MZ. D / LIMA - LIMA – LURIGANCHO. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO. - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE MACA GELATO LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) EN CINCO ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 85,928.76 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

- A. **JOEL PAREDES FUENTES** CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD DNI N°72428465 SUBSCRIBE (NÚMERO DE ACCIONES 1) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 43,371.86 DEL CAPITAL S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS
- B. **DANIELLA CABRERA PACHECO** CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°41898739 SUBSCRIBE (NÚMERO DE ACCIONES 2) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 43,371.86 DEL CAPITAL S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS

C. RODY GAMARRA FLORES CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°77409647 SUBSCRIBE (NÚMERO DE ACCIONES 3) ACCIONES NOMINATIVAS PAGA S/. 43,371.86 DEL CAPITAL S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS

D. YANARA MORANTE PALACIOS CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD N°75536332 SUBSCRIBE (NÚMERO DE ACCIONES 4) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 43,371.86 DEL CAPITAL S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS

E. PRISCILLA DERTEANO CON DOCUMENTOS DE IDENTIDAD DNI N° 41898739 SUBSCRIBE (NÚMERO DE ACCIONES 5) ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 43,371.86 DEL CAPITAL S/. 216,859.31 (DOSCIENTOS DIECISEIS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE 31/100) QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO. - LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ LA "LEY".

ESTATUTO

ARTÍCULO 1º.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: MACA GELATO SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA SAN JUAN LURIGANCHO EN PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2º.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE MACA GELATINIZADA. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3º.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 10,000.00 (DIEZ MIL SOLES /00) REPRESENTADO POR CINCO ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 2,000.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4º.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ÚLTIMO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 237º DE LA "LEY".

ARTÍCULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y

ARTÍCULO 6º.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA LEY".

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7º.-JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246º DE LA "LEY".

ARTICULO 8º.-LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTÁ FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

C) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

D) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELLECTUAL.

E) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL, OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTÍCULO 9º.-MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

ARTÍCULO 10º.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

ARTÍCULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º DE LA "LEY".

CUARTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: JOEL PAREDES FUENTES CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD N: 72428465 CON DOMICILIO EN CALLE VELASCO ASTETE 183 DISTRITO DE SURCO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

LIMA, 12 DE JUNIO DE DOS MIL VEINTIUNO.

ANEXO 2: FORMULARIO 2114. FUENTE SUNAT

| | | | |
|---------------------------|---|-----------|-------|
| SUNAT | REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones) | 00000999 | |
| FORMULARIO 2114 | | USO SUNAT | |
| | | LOTE | FOLIO |

| | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|--|--|
| RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL | | | |
| TIPO DE SOLICITUD INSCRIPCIÓN | NÚMERO DE RUC 20.... | APELLIDOS Y NOMBRE O RAZÓN SOCIAL MACA GELATO SAC | |
| AFECTACIÓN DE TRIBUTOS | | | |

| | | | |
|--|-------------------------|----------|--|
| RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE | | | |
| TIPO DE CONTRIBUYENTE (Ver Tabla Anexo N° 1) | CÓDIGO | TELÉFONO | CÓDIGO DE REGIÓN II (Ver Tabla N° 11) |
| NOMBRE COMERCIAL | NÚMERO IDENTIFICACIONAL | FAX | FORMA DE REGISTRO |
| ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Ver Tabla Anexo N° 11) | CÓDIGO CIIU | | MANUAL |
| ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS (Ver Tabla Anexo N° 11) | CÓDIGO CIIU | | COMPUTARIZADO |
| | CÓDIGO CIIU | | ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (Ver Tabla Anexo N° 11) |
| CORREO ELECTRÓNICO | CÓDIGO ELECTRÓNICO | | EXPORTADOR |
| | | | IMPORTADOR |

| | | | |
|------------------------------------|-------|-----------------------------|--|
| RUBRO III. DOMICILIO FISCAL | | | |
| DIRECCIÓN | | CÓDIGO POSTAL | |
| DISTRITO | | MUNICIPALIDAD | |
| TIPO (Ver Tabla Anexo N° 1) | | TIPO (Ver Tabla Anexo N° 1) | |
| NOMBRE | | NOMBRE | |
| Distrito | Dpto. | OTRAS REFERENCIAS | |
| Manzana | Lote | | |

| | | | | | |
|--|--------|--------------------------------|--------------|------------------------|--|
| RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL | | | | | |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Tabla 9) | NÚMERO | FECHA DE EMISIÓN (DD, MM, AÑO) | SEXO (Mujer) | NACIONALIDAD (Tabla 1) | PAÍS DE PROCEDENCIA (Ver Tabla Anexo N° 1) |
| RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA | | | | | |
| FORMA DE REGISTRO (Tabla 1) | | PARTICIPACIONES | | TIPO DE REGÍSTR | |
| CÓDIGO | | CÓDIGO | | CÓDIGO | |

| RUBRO VI. FECHAS Y USOS AFECTADOS | | | | | | |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|---|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| CÓDIGO (Ver Tabla Anexo N° 11) | AFECTACIÓN (Ver Tabla Anexo N° 11) | EXONERACIÓN (Ver Tabla Anexo N° 11) | FECHA DE LA CUAL ESTA AFECTADO O EXONERADO AL TRIBUTO | CÓDIGO (Ver Tabla Anexo N° 11) | AFECTACIÓN (Ver Tabla Anexo N° 11) | EXONERACIÓN (Ver Tabla Anexo N° 11) |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |
| | | | DD, MM, AÑO | | | |

| | | | |
|--|--------------------|-------------------------------|--|
| MARQUE CON "X" SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | | | |
| IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA <u>0000000000</u> | | | |
| DOCUMENTO DE IDENTIDAD | APELLIDOS Y NOMBRE | FIRMA | |
| DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LO SÍMBOLO EXPRESA LA VERDAD | | | |
| FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL | | FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL | |
| | | FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL | |

| | |
|--|--|
| | |
| | |

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

ANEXO 3: SOLICITUD DE FUNCIONAMIENTO EN SAN JUAN DE LURIGANCHO

| ANEXO 1 SOLICITUD DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES - ITSE Y DE EVALUACIÓN DE CONDICIONES DE SEGURIDAD EN ESPÉCTACULOS PÚBLICOS DEPORTIVOS Y NO DEPORTIVOS • ECSE | | | |
|--|---|--|--|
| I. INFORMACIÓN GENERAL | | | |
| I.1. TIPO DE ITSE | | I.2. ECSE | |
| ITSE POSTERIOR AL INICIO DE ACTIVIDADES () | | ITSE PREVIA AL INICIO DE ACTIVIDADES () | |
| I.3. FUNCIÓN | | | |
| ALMACÉN (X) | COMERCIO () | EDUCACIÓN () | ENCUENTRO () |
| HOSPEDAJE () | | INDUSTRIAL (X) | |
| OPINAS ADMINISTRATIVAS () | | SALUD () | |
| I.4. CLASIFICACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO | | | |
| ITSE RIESGO Bajo () | | ITSE RIESGO medio (X) | |
| | | ITSE RIESGO alto () | |
| ITSE RIESGO muy alto () | | | |
| ORGANO EJECUTANTE: | | | |
| SUJETO DE: | | FECHA PROGRAMADA PARA LA EJECUCIÓN DE ECSE | |
| II. DATOS DEL SOLICITANTE | | | |
| PROPIETARIO () | | REPRESENTANTE LEGAL (X) | |
| CONDUCTOR/ ADMINISTRADOR () | | ORGANIZADOR/ PROMOTOR () | |
| NOMBRES Y APELLIDOS: JOEL PAREDES | | | |
| DNI CARNET DE EXTRANJERÍA C.E. N°: +72428465 | | | |
| DOMICILIO: CALLE VELASCO ASTETE 183 SURCO | | | |
| CORREO ELECTRÓNICO: JOEL.PAREDES@GMAIL.COM | | | |
| III. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
| RAZÓN SOCIAL: MACA GELATO SAC | | RUC: 20... | |
| NOMBRE COMERCIAL: MACA GELATO | | TELÉFONO: | |
| DIRECCIÓN / UBICACIÓN: CAL. LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA MZ. D / LIMA - LURIGANCHO | | REFERENCIA DE DIRECCIÓN: | |
| LOCALIDAD: LIMA | DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO | PROVINCIA: LIMA | DEPARTAMENTO: |
| TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALIZA: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MACA | | HORARIO DE ATENCIÓN: | |
| ÁREA OCUPADA TOTAL (M ²): | NÚMERO DE FOTOS DE LA EDIFICACIÓN: | | FOTO DONDE SE ENCUENTRA UBICADO EL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN: |
| IV. DOCUMENTOS PRESENTADOS | | | |
| ITSE POSTERIOR AL INICIO DE ACTIVIDADES () | | ECSE HASTA 3000 PERSONAS () | ECSE MAYOR A 3000 PERSONAS () |
| a) Recibo de pago | (X) | a) Acta de constitución por el solicitante, en el caso de persona jurídica de persona natural que actúe mediante representación al representante o apoderado que consignar los datos registrales de su poder y señalar que se encuentra vigente. | () |
| b) Declaración jurada de Cumplimiento de Condiciones de Seguridad en la edificación | (X) | b) Croquis de ubicación del lugar o recinto donde se tiene previsto realizar el espectáculo. | () |
| ITSE PREVIA AL INICIO DE ACTIVIDADES () | | c) Plano de la arquitectura incluyendo la distribución del sistema, mobiliario y otros, así como el cálculo de ellos. | () |
| a) Croquis de ubicación | (X) | d) Memoria Descriptiva, incluyendo un resumen de la programación de actividades del proceso del montaje o acondicionamiento de la estructura; instalaciones eléctricas, instalaciones de seguridad protección contra incendios e instalaciones. | () |
| b) Plano de arquitectura de la edificación existente y detalle de calculateo ellos. | (X) | e) Protocolo de medición sistema de puesta a tierra con vigencia no menor a un (1) año en caso haya una de instalaciones eléctricas. | () |
| c) Plano de distribución de Tableros e Instalos, Diagramas Unifilares y cuadro de cargas. | (X) | f) Constancia de supervisión y mantenimiento de exteriores, emitido por la empresa responsable. | () |
| d) Certificado vigente de medición de resistencia del sistema de puesta a tierra. | (X) | g) Plan de Seguridad para el Evento que incluya el plano de señalizaciones, rutas de evacuación y ubicación de extinguidores para los asistentes al evento. | () |
| e) Plan de Seguridad Objeto de Inspección. | (X) | h) Declaración jurada de instalación segura del sistema de gas licuado de petróleo (GLP) en caso correspondiente. | () |
| f) Memoria o protocolos de prueba de supervisión y/o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendio. | (X) | i) Certificado de ITSE, si se trata en establecimiento o recinto, en caso haya expedido. | () |
| g) No son exigibles el croquis de planta o que se refieren los a), b) y c) precedente en el caso de edificaciones superiores construidas de obra y no han sufrido modificaciones durante que se trate de documentos que fueron presentados a la Municipalidad durante los cinco (5) años anteriores inmediatos de conformidad con el establecido en el Art. del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27362, Ley del Procedimiento Administrativo General, Indique Resolución de la Conformidad de Obra: | (X) | j) En caso de uso de juegos y/o electrodomésticos, memoria descriptiva de seguridad de la instalación de las estructuras e instalaciones eléctricas. | () |
| RENOVACIÓN DEL CERTIFICADO DE ITSE () | | k) Certificado de ITSE, si se trata en establecimiento o recinto, en caso haya expedido. | () |
| ITSE POSTERIOR () | ITSE PREVIA () | Fecha y hora de Inicio del Espectáculo | |
| Fecha de pago () | | Fecha y hora de Término del Espectáculo | |
| Declaración jurada en la que el administrado manifiesta que mantiene las Condiciones de Seguridad que sustentaron el otorgamiento del Certificado de ITSE () | | Detalle y descripción de documentos presentados | |
| Detalle y descripción de documentos presentados | | Detalle y descripción | |
| CARGO DE RECEPCIÓN | | SOLICITANTE | |
| Firma y Firma Persona autorizada al Solicitante Local | | Firma y Firma | |
| Nombres y Apellidos: | | Nombres y Apellidos: | |
| Cargo: | | DNI / D.L. | |
| Fecha y Hora: | | Fecha: | |

| ANEXO 2 INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL SOLICITANTE PARA LA DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
|--|--|---|---|
| ÓRGANO EJECUTANTE: | | | |
| DATOS DEL SOLICITANTE | | | |
| CONDUCTOR / ADMINISTRADOR () | | REPRESENTANTE LEGAL (X) | PROPIETARIO () |
| RAZÓN SOCIAL: MACA GELATO SAC | | RUC: | |
| NOMBRES Y APELLIDOS: JOEL PAREDES | | TELÉFONOS: | |
| DNI / C.E. N°: 72428465 | | | |
| DATOS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
| ACTIVIDAD O GIRO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MACA | | | |
| DIRECCIÓN / UBICACIÓN: CAL. LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA MZ. D / LIMA - LIMA - LURIGANCHO | | | |
| LOCALIDAD: LIMA | | DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO | PROVINCIA: LIMA DEPARTAMENTO: LIMA |
| CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN DECLARADAS POR EL SOLICITANTE | | | |
| FUNCIÓN | | Marcar con una (X) | No corresponde |
| 1. SALUD | | | |
| 1.1 Primer Nivel de atención sin camas de internamiento | | | |
| Categoría 1-1: Puesto o posta de salud, consultorio de profesional de la salud (no médico). | | | |
| Categoría 1-2: Puesto o posta de salud, consultorio médico. | | | |
| 1.2 Primer Nivel de atención sin camas de internamiento | | | |
| Categoría 1-3: Centro de salud, centro médico, centro médico especializado, policlínico. | | | |
| 1.3 Primer Nivel de atención | | | |
| Categoría 1-4: Centro de salud o centro médico con camas de internamiento, tiene USUARIOS no autosuficientes. | | | |
| 5.2. Industria en General. | | | |
| 5.3. Fábricas de productos explosivos o materiales relacionados, Talleres o Fábricas de productos pirotécnicos. | | | |
| 6. OFICINAS ADMINISTRATIVAS | | | |
| 6.1. Edificación hasta cuatro (4) pisos y/o planta techada por piso igual o menor a 500m ² . | | | |
| 6.2. Edificación con conformidad de obra de una antigüedad no mayor a (5) años donde se desarrolla la actividad o giro correspondiente al diseño o habiéndose realizado remodelaciones, ampliaciones o cambios de giro, se cuenta con conformidades de obras correspondientes. | | | |
| 6.3. Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuyas áreas e instalaciones de uso común cuentan con Certificado de ITSE vigente. | | | |
| 6.4. Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuyas áreas e instalaciones de uso común no cuentan con Certificado de ITSE vigente. | | | |
| 6.5. Edificación con cualquier número de pisos con planta techada por piso mayor a 500m ² . | | | |
| 7. COMERCIO | | | |
| 7.1. Edificación hasta tres (3) pisos y/o área techada total hasta 750m ² . | | | |
| 7.2. Módulos, stands o puestos, cuyo mercado de abastos, galería comercial o centro comercial cuentan con una licencia de funcionamiento en forma corporativa. | | | |
| 7.3. Edificación mayor a tres (3) pisos y/o área techada total mayor a 750m ² . | | | |
| 7.4. Áreas e instalaciones de uso común de las edificaciones de uso mixto, mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales. | | | |
| 7.5. Mercado minorista, mercado mayorista, supermercados, tiendas por departamentos, complejo comercial, centros comerciales y galerías comerciales. | | | |
| 7.6. Comercialización de productos explosivos, pirotécnicos y relacionados. | | | |
| 8. ALMACÉN | | | |
| 8.1. Almacén o estacionamiento no techado: puede incluir áreas administrativas y de servicios techadas. | | | |
| 8.2. Almacén o estacionamiento techado. | | | |
| 8.3. Almacén de productos explosivos, pirotécnicos y relacionados. | | | |
| FACTORES ADICIONALES QUE CONTRIBUYEN AL INCREMENTO DEL NIVEL DE RIESGO | | | |
| A. El establecimiento cuenta con tanque de Gas Licuado de Petróleo (GLP) y/o líquido combustible y sus derivados en cantidades superiores a 0.45m ³ (118.18g) y 1m ³ (264.17g), respectivamente. | | | |
| B. El establecimiento usa caldero. | | | |

ANEXO 4: DECLARACIÓN DEFENSA CIVIL

| ANEXO 3 REPORTE DE NIVEL DE RIESGO DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
|---|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| ÓRGANO EJECUTANTE: | | | |
| DATOS DEL SOLICITANTE | | | |
| CONDUCTOR / ADMINISTRADOR () | REPRESENTANTE LEGAL (X) | PROPIETARIO () | |
| RAZÓN SOCIAL: MACA GELATO SAC | | RUC: | |
| NOMBRES Y APELLIDOS: JOEL PAREDES | | TELÉFONOS: | |
| DNI / C.E. N°: 72428465 | | | |
| DATOS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
| ACTIVIDAD O GIRO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MACA | | | |
| DIRECCIÓN / UBICACIÓN: CAL. LOS CEDROS ASOC LA CAPITANA MZ. D / LIMA - LIMA - LURIGANCHO | | | |
| LOCALIDAD: LIMA | DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO | PROVINCIA: LIMA | DEPARTAMENTO: LIMA |
| CLASIFICACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN | | | |
| FUNCIÓN | Marcar con una (X) | Riesgo de Incendio | Riesgo de Colapso |
| I. SALUD | | | |
| 1.1 Primer Nivel de atención sin camas de internamiento | | BAJO | BAJO |
| Categoría 1-1: Puesto o posta de salud, consultorio de profesional de la salud (no médico). | | | |
| Categoría 1-2: Puesto o posta de salud, consultorio médico. | | | |
| 1.2 Primer Nivel de atención sin camas de internamiento | | MEDIO | BAJO |
| Categoría 1-3: Centro de salud, centro médico, centro médico especializado, policlínico. | | | |
| 1.3 Primer Nivel de atención | | ALTO | MEDIO |
| Categoría 1-4: Centro de salud o centro médico con camas de internamiento, tiene usuarios no autosuficientes | | | |
| 1.4 Segundo Nivel de Atención. | | | |
| Tiene usuarios no autosuficientes o cuenta con camas de internamiento | | | |
| Categoría II: Hospitales y clínicas de atención general | | MUY ALTO | MUY ALTO |
| 6.2 Edificación con conformidad de obra de una antigüedad no mayor a (5) años donde se desarrolla la actividad o giro correspondiente al diseño o habiéndose realizado remodelaciones, ampliaciones o cambios de giro, se cuenta con conformidades de obras correspondientes. | | | |
| 6.3. Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuyas áreas e instalaciones de uso común cuentan con Certificado de ITSE vigente. | | | |
| 6.4. Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuyas áreas e instalaciones de uso común no cuentan con Certificado de ITSE vigente. | | | |
| 6.5. Edificación con cualquier número de pisos con planta techada por piso mayor a 50m ² . | | | |
| 7. COMERCIO | | | |
| 7.1. Edificación hasta tres (3) pisos y/o área techada total hasta 750m ² . | | | |
| 7.2. Módulos, stands o puestos, cuyo mercado de abastos, galería comercial o centro comercial cuente con una licencia de funcionamiento en forma corporativa. | | | |
| 7.3. Edificación mayor a tres (3) pisos y/o área techada total mayor a 750m ² . | | | |
| 7.4. Áreas e instalaciones de uso común de las edificaciones de uso mixto, mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales. | | | |
| 7.5. Mercado minorista, mercado mayorista, supermercados, tiendas por departamentos, complejo comercial, centros comerciales y galerías comerciales. | | | |
| 7.6. Comercialización de productos explosivos, piróforos y relacionados. | | | |
| 8. ALMACÉN | | | |
| 8.1. Almacén o estacionamiento no techado: puede incluir áreas administrativas y de servicios techadas. | | | |
| 8.2. Almacén o estacionamiento techado. | | | |
| 8.3. Almacén de productos explosivos, piróforos y relacionados. | | | |
| FACTORES ADICIONALES QUE CONTRIBUYEN AL INCREMENTO DEL NIVEL DE RIESGO | | | |
| En el caso la edificación o el establecimiento clasificado con nivel de riesgo bajo o medio según lo está de riesgo se incrementa según lo siguiente: | | | |
| A. El establecimiento cuenta con tanque de Gas Licuado de Petróleo (GLP) y/o líquido combustible y sus derivados en cantidades superiores a 0.46m ³ (119.18g) y 1m ³ (204.17g), respectivamente. | | | |
| B. El establecimiento usa caldero. | | | |

**ANEXO 4
DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE
SEGURIDAD EN LA EDIFICACIÓN**

I.- Datos del Establecimiento Objeto de Inspección.

I.1.- Requiere Licencia de Funcionamiento No requiere Licencia de Funcionamiento

I.2.- Función:

ALMACEN COMERCIO ENCUENTRO EDUCACIÓN HOSPEDAJE

INDUSTRIA OFICINAS ADMINISTRATIVAS SALUD

I.3.- Giro / Actividad: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MACA

I.4.- La capacidad del establecimiento es de _____ personas (aforo), cumpliendo con lo señalado en el Reglamento Nacional de Edificaciones RNE

I.5.- La edificación fue construida hace _____ años. El giro o actividad que se desarrolla en la edificación tiene una antigüedad de _____ años.

I.6.- Declaro que mi Establecimiento Objeto de Inspección, tiene las siguientes áreas:

| | | |
|-----------------------|--|----------------|
| Área de terreno | | m ² |
| Área techada por piso | | |
| 1ero | | m ² |
| 2do | | m ² |
| 3ero | | m ² |
| 4to | | m ² |
| Otros Pisos: | | m ² |
| Área techada total | | m ² |
| Área ocupada total | | m ² |

Piso: Espacio habitable limitado por una superficie inferior transitable y una cobertura que la techa. La sección de la cobertura forma parte de la altura de piso (Artículo único de la Norma G.040 del Reglamento Nacional de Edificaciones - RNE). No incluye cuarto de bombas o máquinas en sótano o azotea, cuando estas no ocupan la totalidad del nivel.

Área Ocupada: El área total del piso correspondiente, que incluye áreas techadas y libres. Superficie y/o área techada y sin techar de dominio propio, de propiedad exclusiva o común de un inmueble y/o unidad inmobiliaria, delimitada por los linderos de una poligonal trazada en la cara exterior de los muros del perímetro o sobre el eje del muro divisorio en caso de colindancia con otra unidad inmobiliaria. No incluye los ductos verticales de iluminación y ventilación. (Artículo único G.040 RNE). El **área ocupada total** se calcula de la siguiente manera: Sumatoria del área de terreno más áreas techadas a partir del segundo piso, incluyendo de ser el caso, la azotea. En caso de existir sótano su área se adiciona al área ocupada total.

Área Techada: Superficie y/o área que se calcula sumando la proyección de los límites de la poligonal del techo que encierra cada piso. No forman parte del área techada: los ductos de iluminación y ventilación, tanques sistema y de agua, cuarto de máquinas, aires para protección de lluvias, balcones. (Artículo único G.040 RNE).

II.- Declaro que mi Establecimiento Objeto de Inspección cumple las características que han determinado el nivel de riesgo bajo o riesgo medio según clasificación de la Matriz de Riesgos, las mismas que se encuentran consignadas en el formato de "Información proporcionada por el solicitante para la determinación del nivel de riesgo del Establecimiento Objeto de Inspección" y en el formato de "Reporte de Nivel de Riesgo del Establecimiento Objeto de Inspección" (Anexos 2 y 3 del Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones respectivamente).

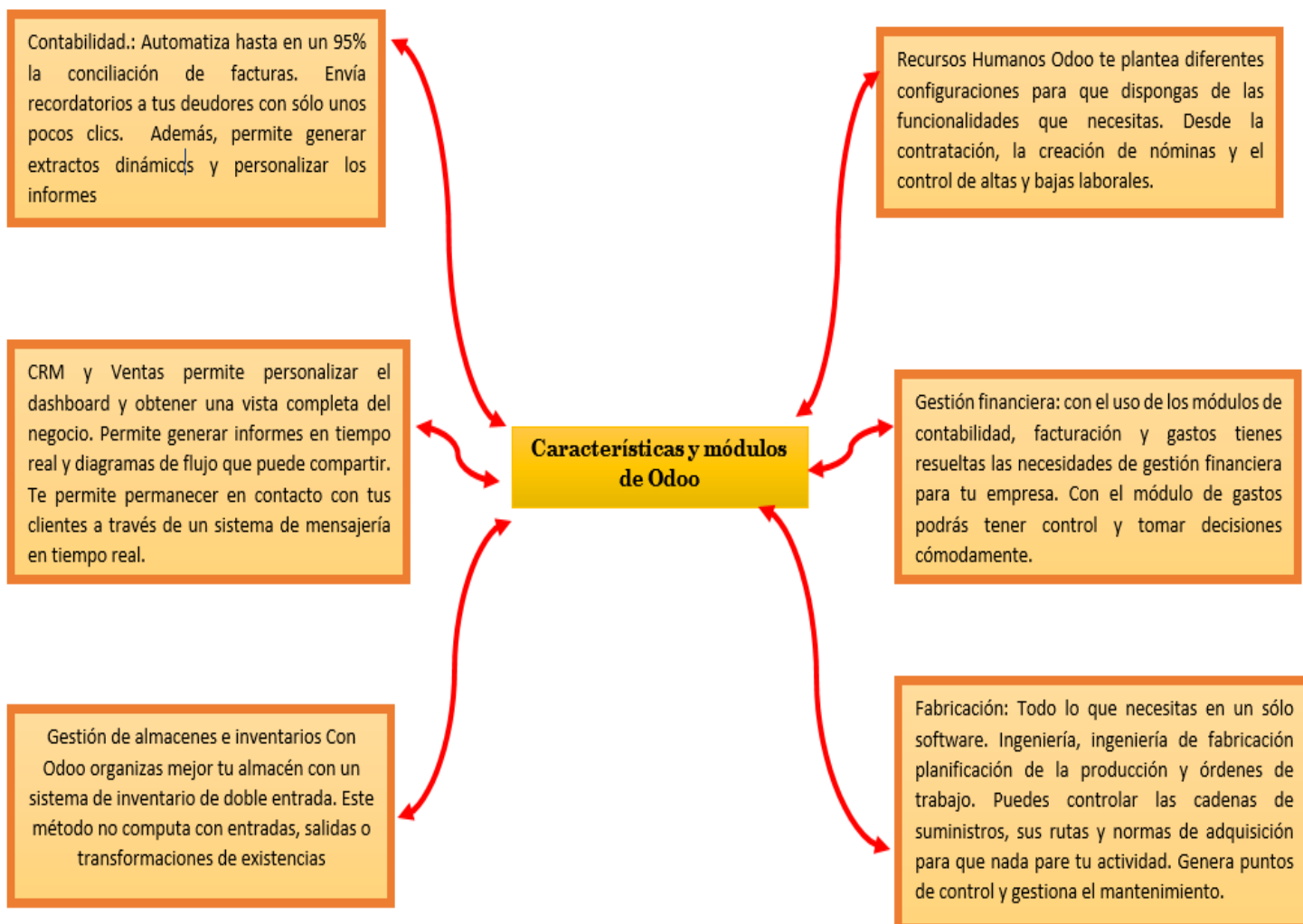
III.- Declaro que mi Establecimiento Objeto de Inspección se encuentra implementado para el tipo de actividad a desarrollar cumpliendo con las siguientes condiciones básicas (marcar con "X"):

| N° | LA EDIFICACIÓN | Si | No Corresponde |
|----|--|----|----------------|
| 1 | No se encuentra en proceso de construcción según lo establecido en el artículo único de la Norma G.040 Definiciones del Reglamento Nacional de Edificaciones | | |
| 2 | Cuenta con servicios de agua, electricidad, y los que resulten esenciales para el desarrollo de sus actividades, debidamente instalados e implementados. | | |
| 3 | Cuenta con mobiliario básico e instalado para el desarrollo de la actividad. | | |
| 4 | Tiene los equipos o artefactos debidamente instalados o ubicados, respectivamente, en los lugares de uso habitual o permanente. | | |

IV.- Declaro que mi Establecimiento Objeto de Inspección cumple con las condiciones de seguridad señaladas a continuación, las mismas que me comprometo a mantenerlas obligatoriamente (marcar con "X"):

| N° | CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE SEGURIDAD | Si Cumple | No Corresponde |
|---|---|-----------|----------------|
| RIESGO DE INCENDIO | | | |
| PARA TODAS LAS FUNCIONES | | | |
| MEDIOS DE EVACUACIÓN, SENALIZACIÓN Y OTROS | | | |
| 1 | Los medios de evacuación (pasadizos, escaleras, accesos y salidas) del establecimiento presentan un ancho mínimo de 1.20 m y/o que permitan la evacuación de las personas de manera segura. RNE A.010 | | |

ANEXO 5: MÓDULOS Y EFECTOS DE APLICACIÓN DE ODOO



ANEXO 6: Documento de conocimiento de embarque marítimo

See website for large version of the receipt (Ver página Web para versión y condiciones) | Check the official code conventions & procedures in route-codes (見 Web サイトのコード規約) | www.msc.com

| | | | |
|---|---|---|-------------------------|
|  MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. 12-14, Chemin Neuf, 1205 OBERVAUD, Switzerland Website: www.msc.com BIC Code: MSCS33 | | BILL OF LADING No. MSCUL3875766 NON-NEGOTIABLE COPY *For Part of "Combined Transport Over Clause D" | |
| SHIPPER: CENTRO MAR S.A. CALLE EL PALOMAR NRO. 109 AREQUIPA, AREQUIPA, AREQUIPA - PERU | | NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L'S: 1/7850 NO. OF RIDER PAGES: Nil CARRIER'S AGENTS ENDORSEMENTS: (See Cl. Agh 13) at POD: FCL/FCL Special contract: R08713120000006 Lloyds/imo number = 9903205 DESTINATION AGENT ADDRESS: MSC - Mediterranean Shipping Company France S.A. C.H.C.I. 182 QUAI GEORGE V. CS 41339 76065 LE HAVRE CEDEX Phone: +33 23 274 6800, Fax: +33 23 274 6810 SHIPPER DECLARES THAT ANY APPLICABLE WOOD PACKAGING MATERIALS COMPLY WITH ISPM 15 REGULATIONS. FAILURE TO COMPLY WILL RESULT IN CONTAINERS BEING RETURNED TO LOAD PORT OR CARGO DESTROYED - ALL COSTS, FINES, PENALTIES, WILL BE FOR SHIPPERS ACCOUNT. | |
| CONSIGNEE: THE B/L IS NOT NEGOTIABLE UNLESS MARKED "TO ORDER OF" OR "TO ORDER OF" WITH: LEON VINCENT RUE DE COUPEAUVILLE BP38 76135 EPOUVILLE FRANCE | | NOTIFY PARTIES: (No responsibility attached to the Carrier or its Agents for failure to notify - see Clause 20) GEL PECHE 8 RUE RENE FOCH ZONE DZA NANTES ATLANTIQUE 44800 SAINT AIGNAN DE GRAND LIEU FRANCE | |
| VESSEL & VOYAGE NO. (See Clauses 8 & 9): MSC AZOV NX636R | | PORT OF LOADING: CALLAO, PERU | |
| BOOKING REF. (S) SHIPPERS REF.: 087LIM204834 | | PLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX | |
| PORT OF DISCHARGE: LE HAVRE, FRANCE | | PLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX | |
| PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (See Clause 14) | | | |
| Container Number(s), Seal Numbers and Marks | Description of Packages and Goods (Consolidated as affected B/L or Lading Rider page 6), (Applicable) | Gross Cargo Weight | Measurement |
| TRIU8051100/40HR TARE: 4660 kg Seal: 1043113 Seal: EU09540465 TOTAL TARE: 4660.00 kg | 1x 40' CNTR(S); S.T.C. FROZEN GIANT SQUID BITS AND PIECES SCIENTIFIC NAME: DOSIDICUS GIGAS WITHOUT SHAPE, WITHOUT TREATMENT FREEZING: IN BLOCK 10 KG PRIMARY PACKAGING: POLYETHYLENE BAG 01 X 10 KG SECONDARY PACKAGING: POLYPROPYLENE SACK 01 X 20 KG H.S.: 03.07 BULKS: 1200 BAGS Net Weight: 24,000.00 kgs FREIGHT PREPAID *THE REEFER TEMPERATURE TO BE SET AT -18.0 DEGREES CELSIUS IN ACCORDANCE WITH SHIPPER'S INSTRUCTIONS* 1200 BAGS Temp. -18C | 28000.000 kg | TOTALS: 28000.000 kg |
| FREIGHT & CHARGES: Cargo load not to exceed vessel's Freight Charges as paid per Clause 15). CARGO DATA DECLARATION - USD 25.00 - PREP CARRIER SECURITY FEE - USD 11.00 - PREP SEAFREIGHT - USD 3000.00 - PREP TERMINAL HANDLING CHARGE - EUR 300.00 - COLL | | RECEIVED by the Carrier in apparent good order and condition (unless otherwise stated herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled Carrier's Receipt for carriage (subject to all the terms and conditions hereof) from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHETHER PRINTED, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED IN THIS BILL OF LADING AND THE REVERSE THEREOF. THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL INCORPORATED BY THE MERCHANT. If this is a negotiable Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered by the Merchant to the Carrier (Agent) with outstanding freight and charges in exchange for the Goods or a Delivery Order. If this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law at the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable. IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this kind and date, and whereas one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void. | |
| DECLARED VALUE (only applicable if AG Value in Charges paid - see Clause 1.3) | | CARRIER'S RECEIPT (No. of Cl. 14 of Page 1 and by Carrier - see Clause 14.1) 1 | |
| PLACE AND DATE OF ISSUE: CALLAO, 14/09/2016 | | SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A. MSC LIMA | |
| SHIPPED ON BOARD DATE: 14/09/2016 | | TERMS CONTINUED ON REVERSE | |

BIBLIOGRAFÍA

- MORALES, Y. (junio 2021). La Reserva Federal ve a Estados Unidos con un crecimiento del 7% este año y una inflación del 3%. Recuperado de: <https://www.economista.com.mx/economia/Reserva-Federal-ve-a-Estados-Unidos-con-un-crecimiento-de-7-este-ano-y-una-inflacion-en-3-20210616-0053.html>
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (2016). Perfil de Maca procesada en el mercado de Estados Unidos.
- Estados Unidos: efecto pandemia en el consumo de alimentos y bebidas (mayo 2021). LETIS S.A. Recuperado de: <https://letis.org/estados-unidos-efecto-pandemia-en-el-consumo-de-alimentos-y-bebidas/>
- Banco Mundial elevó proyección de crecimiento del PBI de Perú para este año. (junio 2021). Gestión.pe. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/banco-mundial-elevo-proyeccion-de-crecimiento-del-pbi-de-peru-para-este-ano-noticia/>
- SUNAT/Emprender. (2016). Beneficios Laborales a tus trabajadores como PEQUEÑA EMPRESA (Gráfico). Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/si-tengo-trabajadores-que-obligaciones-ybeneficios-laboralesexisten#:~:text=Beneficios%20Laborales%20a%20tus%20>

[trabajadores%20como %20 MICROEMPRESA text=Descanso%20 semanal%20y%20 en%20d%C3%ADAs, de%2090%20d%C3%ADAs%20de%20 remuneraci%C3%B3n\).](#)

- SUNAT/Emprender. (2016). Régimen Mype. (Gráfico). Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>

- SIICEX / Régimen de exportación definitiva. (gráfico) . Recuperado de : https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page =836.83400#ancla_fecha

- Odoos / amazing employees deserve amazing software. (gráfico) recuperado de : https://www.odoo.com/es_ES/

- MALPICA R. (2015). Metodología de Implementación de un erp.Caso: software libre en la Gestión del proceso de ventas En una pyme de la ciudad de Cajamarca, Perú. (Tesis para optar el Grado de Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información). Universidad de Piura . Recuperado de: [http://repositorio.Pirhua - Universidad de Piura \(udep.edu.pe\)](http://repositorio.Pirhua - Universidad de Piura (udep.edu.pe))