

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL

Estudio técnico económico para determinar la viabilidad de inversión en la
producción y comercialización de Chifles con saborizantes naturales

Línea de Investigación: Diseño, Manufactura y Mecanización

Sub-Línea de Investigación: Diseño y Fabricación de productos

Autores:

Escarate Ortiz, Ever Aaron

Llacsahuanga Aguilar, Claudia Lisbeth

Jurado evaluador:

Presidente : Flores López, Jorge Luis

Secretario : Espinoza Raymundo, Marco Antonio

Vocal : Costa Balarezo, Emma Isabel

Asesor:

Velásquez Contreras, Segundo Manuel

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5445-2753>

Piura-Perú

2024

Fecha de Sustentación: 2024/05/16

Estudio técnico económico para determinar la viabilidad de inversión en la producción y comercialización de Chifles con saborizantes naturales

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS



1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	3%
3	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	www.deperu.com Fuente de Internet	1%
5	uamedia.org Fuente de Internet	1%
6	distribucionenplantaunisimonbolivar.blogspot.com Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

Declaración de Originalidad

Yo, Segundo Manuel Velásquez contreras., docente del Programa de Estudio de Ingeniería Industrial, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada:” **Estudio técnico económico para determinar la viabilidad de inversión en la producción y comercialización de Chifles con saborizantes naturales Piura 2022**” y autores Escarate Ortiz, Ever Aaron y Llacsahuanga Aguilar, Claudia Lisbeth dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 12%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 15-5-24.
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.

Lugar y fecha: Trujillo 15 de mayo del 2024

Velásquez Contreras Segundo Manuel

DNI: 06235074

ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-5445-2753>



Escarate Ortiz, Ever Aaron

DNI: 71532662

Firma



Llacsahuanga Aguilar, Claudia

DNI: 74351938

Firma



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL



Estudio técnico económico para determinar la viabilidad de inversión en la producción y comercialización de Chifles con saborizantes naturales

APROBADA EN CONTENIDO Y ESTILO POR

.....
Flores López, Jorge Luis
PRESIDENTE
CIP: 102774

.....
Espinoza Raymundo, Marco Antonio
SECRETARIO
CIP: 97122

.....
Costa Balarezo, Emma Isabel
VOCAL
CIP: 246430

.....
Velásquez Contreras, Segundo Manuel
ASESOR
CIP: 27355

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre, a mi compañera de vida, a mi hermana y en especial a mi padre que ilumina siempre mi camino.

Br. Escarate Ortiz, Ever Aaron

A mi tía Amparo por darme su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida, gracias por motivarme y ayudarme a conseguir una de mis grandes metas. Agradezco a mis padres Magaly y Eladio, hermanos Luis y Kevin, señora Melva y a mi novio Arnold por mantenerme feliz e impulsarme siempre a ser mejor. A mis amigos y docentes de mi querida universidad que me brindaron sus enseñanzas y compartieron sus experiencias.

Br. Llacsahuanga Aguilar, Claudia Lisbeth

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a mi familia por haberme apoyado durante toda mi vida y que lo siguen haciendo, y también a la persona más importante en mi vida la cual siempre creyó en mí y me apoyó para poder salir adelante en mi carrera profesional, por último, quiero agradecer a mi padre que me enseñó tanto en esta vida y es gracias a el quien soy ahora.

Br. Escarate Ortiz, Ever Aaron

A Dios, por un día más de vida y darme la dicha de celebrar uno de mis triunfos con las personas que amo.

A mi papá querido Eladio, la razón de mi vivir, por su gran amor puro y sincero, por sus palabras y consejos llenos de amor que me ayudan siempre a jamás rendirme.

A mi magalita. a mi madre querida por enseñarme siempre a luchar por lo que quiero y motivarme con su fortaleza, sin ti nada tendría sentido mami.

A mi tía Amparo, por jamás dejarme sola, por su amor a diario, por sus abrazos y su apoyo constante que ha sido protagonista en este camino y en mi vida

A mis hermanos, Luis y Kevin.

La razón de mi vida, mis queridos hermanos, sin ustedes nada tendría sentido, les dedico este logro son lo mejor que tengo hermanitos de mi corazón, el tan solo verlos es motivo para jamás rendirme.

Br. Llacsahuanga Aguilar, Claudia Lisbeth

RESUMEN

Nuestro trabajo de investigación se inició realizando un estudio estratégico a nivel interno y externo al sector donde se desarrollará el proyecto a fin de determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades existentes dentro y fuera del sector y con ello definir estrategias para ser más eficiente el proyecto, resultando las más importantes las estrategias de diferenciación, liderazgo en costos y de integración. Para el estudio de mercado, la muestra usada fue de 374 habitantes la cual se obtuvo después de aplicar la fórmula probabilística para poblaciones finitas y con un mercado potencial de 14,361 habitantes obtenido con datos de la segmentación socioeconómica, demográfica y geográfica. Posteriormente se realizó una encuesta en forma aleatoria para determinar la demanda disponible, efectiva y objetiva del proyecto para los años 2023-2027. En el estudio técnico económico se determinó el capital de inversión del proyecto el cual fue de S/36,469.08 y financiado con 60% de deuda y 40% de aporte propio a un costo financiero promedio de 23.04%. Para el análisis de la capacidad de producción se realizó utilizando el modelo VPN obteniendo una cantidad óptima de 34,678 bolsas de 250 gramos y con ello se realizó el presupuesto de resultados y de caja proyectados para los periodos 2023-2027. Los resultados finales fueron que el proyecto es viable tanto económica y financieramente con valores del VANE y VANF de S/134,170.31 y S/110,672.96 respectivamente. Asimismo, la recuperación de la inversión total del proyecto y de recursos propios se da en el periodo 2024 y 2023 con excedentes positivos de S/18,609.87 y S/14,969 respectivamente.

Palabras claves: Capital patrimonial, viabilidad económica, viabilidad financiera.

SUMMARY

Our research work began by carrying out a strategic study internally and externally to the sector where the project will be developed in order to determine the opportunities, threats, strengths and weaknesses existing within and outside the sector and thus define strategies to be more efficient the project, the most important being differentiation strategies. Cost and integration leadership. For the market study, the sample used was 374 inhabitants, which was obtained after applying the probabilistic formula for finite populations and with a potential market of 14,361 inhabitants obtained with data from socioeconomic, demographic and geographic segmentation. Subsequently, a random survey was conducted to determine the available, effective and objective demand for the project for the years 2023-2027. In the technical economic study, the investment capital of the project was determined, which was S/36,469.08 and financed with 60% debt and 40% own contribution at an average financial cost of 23.04%. For the analysis of the production capacity, it was carried out using the VPN model, obtaining an optimal quantity of 34,678 bags of 250 grams and with this, the projected results and cash budget for the periods 2023-2027 was made. The final results were that the project is economically and financially viable with NAV and NPV values of S/134,170.31 and S/110,672.96 respectively. Likewise, the recovery of the total investment of the project and own resources occurs in the period 2024 and 2023 with positive surpluses of S/18,609.87 and S/14,969 respectively.

Keywords: Equity capital, economic viability, financial viability.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS.....	VI
RESUMEN.....	VII
SUMMARY.....	VIII
INDICE GENERAL.....	IX
INDICE DE FIGURAS.....	XVI
INDICE DE ANEXOS.....	XVII
I INTRODUCCION	18
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1.1 Realidad Problemática	18
1.1.2 Descripción del Problema	19
1.1.3 Formulación del Problema.....	20
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.2.1 Objetivo General.....	20
1.2.2 Objetivos Específicos.....	20
1.3 JUSTIFICACIÓN	20
II MARCO REFERENCIAL.....	21
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	21
2.2 MARCO TEÓRICO	24
2.2.3. La demanda.....	25
2.2.4 Comercialización.....	26
2.2.5 Estrategia de precios.....	26
2.2.6 Estudio Técnico.....	27
2.2.7 Localización de planta.....	28
2.2.8 Distribución de planta.....	28
2.2.9 Tipo de distribución.....	29
2.2.10 Tamaño de planta.....	30
2.2.11 Procesos productivos.....	32
2.2.12 El Producto y sus componentes.....	33

2.2.13 Chifles tradicionales	34
2.2.14 Saborizantes Naturales.....	35
2.2.15 Estudio Económico	36
2.2.16 Inversión.....	36
2.2.17 Financiamiento	37
2.2.18 Evaluación económica- financiera.	37
2.2.19 Viabilidad de la inversión.....	38
2.2.20 Proceso de elaboración del chile con saborizante	40
2.2.21 Descripción de las etapas del proceso	41
2.3 MARCO CONCEPTUAL	42
2.4 HIPÓTESIS	44
2.5 VARIABLES	44
2.5.1 Variable independiente	44
2.5.2 Variable dependiente.....	44
III METODOLOGIA.....	47
3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	47
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	47
3.2.1 Población	47
3.2.2. Muestra.....	48
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	48
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	49
3.2.4 Procesamiento y análisis de datos.....	49
IV. PRESENTACION DE RESULTADOS	50
4.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1	50
4.1.1 Análisis del Macro Entomo	50
4.1.2 Análisis del Microentorno	53
4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2	63
4.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3	80
4.4. OBJETIVO ESPECÍFICO 4	112
V. DISCUSION DE RESULTADOS.....	112
5.1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1	112
5.2 OBJETIVO ESPECÍFICO 2	113

5.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3	114
5.4 OBJETIVO ESPECÍFICO 4	114
VI. CONCLUSIONES.....	116
VII RECOMENDACIONES.....	118
REFERENCIAS.....	119
ANEXOS.....	121

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 COEFICIENTE CONSTANTE SEGÚN RUBRO.....	31
TABLA 2 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	33
TABLA 3 INFORMACIÓN NUTRICIONAL BOLSA DE CHILES 100G	35
TABLA 4 CRITERIOS DE SELECCIÓN SEGÚN VAN.....	37
TABLA 5 DIAGRAMA DE FLUJO DE OPERACIONES PARA LA ELABORACIÓN DEL CHIFLE CON SABORIZANTE.....	40
TABLA 6 VARIABLES E INDICADORES.....	45
TABLA 7 DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIA DEL DEPARTAMENTO DE PIURA	47
TABLA 8 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
TABLA 9 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	56
TABLA 10 MATRIZ DE ENFRENTAMIENTO EFI	57
TABLA 11 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS	58
TABLA 12 RESUMEN LAS CINCO FUERZAS DE PORTER (ANÁLISIS DEL MICROENTORNO)	59
TABLA 13 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL SECTOR	59
TABLA 14 MATRIZ DE ENFRENTAMIENTO DE FACTORES EXTERNOS	60
TABLA 15 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS.....	61
TABLA 16 MATRIZ FODA.....	62
TABLA 17 POBLACIÓN, DEMANDA POTENCIAL Y MUESTRA BAJO CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	63
TABLA 18 CUOTA DE DISTRIBUCIÓN EN % Y HABITANTES POR LOCALIDADES DE LA DEMANDA POTENCIAL Y MUESTRA 2022	65
TABLA 19 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1	65
TABLA 20 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2	66
TABLA 21 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3	66
TABLA 22 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4	67

TABLA 23 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5	67
TABLA 24 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6	67
TABLA 25 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7	68
TABLA 26 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8	69
TABLA 27 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9	69
TABLA 28 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10	70
TABLA 29 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 11	70
TABLA 30 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 12	71
TABLA 31 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 13	71
TABLA 32 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 14	72
TABLA 33 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 15	73
TABLA 34 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 16	73
TABLA 35 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 17	74
TABLA 36 PROYECCIÓN POBLACIONAL POR LOCALIDADES 2023-2027 (HABITANTES).....	75
TABLA 37 DEMANDA POTENCIAL PERIODOS 2023-2027	76
TABLA 38 PREGUNTAS Y RESPUESTAS CONSIDERADAS PARA DETERMINAR LA DEMANDA DISPONIBLE	76
TABLA 39 DEMANDA DISPONIBLE POR LOCALIDADES PERIODO 2023-2027 (HABITANTES)	77
TABLA 40 DEMANDA EFECTIVA POR LOCALIDADES PERIODO 2023-2027 (EN HABITANTES)	78
TABLA 41 DEMANDA OBJETIVO PERIODO 2023-207 (EN HABITANTES)	78
TABLA 42 DEMANDA ANUAL POR HABITANTE (BOLSAS DE 250 GR)	79
TABLA 43 DEMANDA OBJETIVO EN UNIDADES (BOLSAS DE 250 GRAMOS).....	80
TABLA 44 FACTORES UTILIZADOS EN LA APLICACIÓN DE PLANTA	81
TABLA 45 RESULTADOS DE LA MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	82
TABLA 46 MICRO LOCALIZACIÓN DE PLANTA DEL PROYECTO	83
TABLA 47 RESULTADOS DE LA MATRIZ DE ENFRENTAMIENTO DE LOS FACTORES UTILIZADOS PARA LA LOCALIZACIÓN DE PLANTA	84

TABLA 48 FICHA TÉCNICA DE EQUIPOS PRINCIPALES DEL PROYECTO (EN SOLES)	85
TABLA 49 FICHA TÉCNICA DE ALGUNOS EQUIPOS PRINCIPALES DEL PROYECTO (EN SOLES)	86
TABLA 50 PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EQUIPOS (EN SOLES CORRIENTES)	87
TABLA 51 PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN EQUIPOS (EN SOLES CORRIENTES)	87
TABLA 52 PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN ENSERES (EN SOLES CORRIENTES)	87
TABLA 53 PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES (EN SOLES CORRIENTES) ..	88
TABLA 54 RESUMEN DE LA INVERSIÓN DE CAPITAL DEL PROYECTO PERIODO 2022	88
TABLA 55 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN DE CAPITAL DEL PROYECTO PERIODO 2022	89
TABLA 56 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA IMPRESORA PERIODO 2023	90
TABLA 57 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA CORTADORA PERIODO 2023	90
TABLA 58 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA COCINA INDUSTRIAL PERIODO 2023	91
TABLA 59 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA COMPUTADORA PERIODO 2023	91
TABLA 60 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA SELLADORA PERIODO 2023	92
TABLA 61 GASTOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE LA BALANZA PERIODO 2023	92
TABLA 62 RESUMEN DE GASTOS DE MANTENIMIENTO DE INVERSIÓN DE CAPITAL 2023 (EN SOLES CORRIENTES)	93
TABLA 63 MATERIA PRIMA DIRECTA POR BOLSA DE 250 GRAMOS PERIODO 2023	93
TABLA 64 MATERIALES DIRECTOS POR BOLSA DE 250 GRAMOS PERIODO 2023	94
TABLA 65 DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS BAJO EL MODELO DE DEPRECIACIÓN LINEAL	94
TABLA 66 DEPRECIACIÓN DE MUEBLES BAJO EL MODELO DE DEPRECIACIÓN LINEAL	95
TABLA 67 DEPRECIACIÓN DE ENSERES BAJO EL MODELO DE DEPRECIACIÓN LINEAL.....	95
TABLA 68 DEPRECIACIÓN DE INTANGIBLES BAJO EL MODELO DE DEPRECIACIÓN LINEAL.....	95

TABLA 69 SERVICIO DE DEUDA DEL CRÉDITO DIRECTO POR FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS	96
TABLA 70 COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA (OPERARIO) PERIODO 2023	97
TABLA 71 COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS DEL PROYECTO PARA DIFERENTES NIVELES DE CAPACIDAD SEGÚN LA DEMANDA OBJETIVO DEL MERCADO	98
TABLA 72 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO 2023-2027 SI SE TRABAJA CON LA CAPACIDAD DE 32,589.50 UNIDADES	101
TABLA 73 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO 2023-2027 SI SE TRABAJA CON LA CAPACIDAD DE 33,222 UNIDADES.	102
TABLA 74 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO 2023-2027 SI SE TRABAJA CON LA CAPACIDAD DE 33,915 UNIDADES.	103
TABLA 75 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO 2023-2027 SI SE TRABAJA CON LA CAPACIDAD DE 34,678 UNIDADES.	103
TABLA 76 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO 2023-2027 SI SE TRABAJA CON LA CAPACIDAD DE 35,522 UNIDADES.	104
TABLA 77 RESUMEN DEL VANE A DIFERENTES NIVELES DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	104
TABLA 78 PRESUPUESTO DE RESULTADOS PROYECTADO 2023-2027 (EN SOLES CORRIENTES) .	106
TABLA 79 PRESUPUESTO DE RESULTADOS PROYECTADO 2023-2027 (EN SOLES CORRIENTES) .	108

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 SEGMENTACIÓN DE DEMANDA DE MERCADO	25
FIGURA 2 UMBRAL DE RENTABILIDAD IGUAL A PUNTO DE EQUILIBRIO	39
FIGURA 3. MAPA DE SULLANA.....	51
FIGURA 4 VOLATILIDAD DEL VANE A DIFERENTES CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN	105
FIGURA 5 HISTOGRAMA DE LA RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN Y PATRIMONIAL DEL PROYECTO 2023-2027.	107
FIGURA 6 TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA DEL PROYECTO (TIRE)	111
FIGURA 7 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA DEL PROYECTO (TIRF)	111

INDICE DE ANEXOS

ANEXO1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN FORMA ALEATORIA SEGÚN LA CUOTA DE DISTRIBUCIÓN POR LOCALIDADES	121
ANEXO 2 RESULTADOS DE LA MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA DEL PROYECTO	154

I INTRODUCCION

1.1 Problema de Investigación

1.1.1 Realidad Problemática

La alimentación ha sido muy afectada debido a la pandemia que vivimos en esta actualidad, detalla Unicef, que en un sondeo a adolescentes y jóvenes entre 13 a 29 años de distintos países del mundo realizado a mediados del año 2020 encontró que existen muchas dificultades para obtener una alimentación saludable, de las cuales se encuentra la falta de dinero y el miedo a contagiarse con este virus. Además, indica que se han incrementado el consumo de bebidas azucaradas (35%), snacks y dulces (32%) y Fast Food (29%), y existe una disminución en el consumo de frutas y verduras (33%) y agua (12%). (León & Arguello, 2020)

Los consumidores peruanos ven como prioridad el optar por productos saludables, ya que el Perú se encuentra en el tercer lugar de Latinoamérica que buscan productos bajos en grasa y calorías, todo esto debido a su incremento de consciencia acerca de las consecuencias de una mala alimentación respecto a su salud física y mental. (ANDINA, 2021).

De la gran variedad de snacks que existen en la actualidad, según el estudio realizado por AINIAFORWARD, el consumo de estos ha incrementado la frecuencia de consumo debido a su gusto y a que cada vez existen más snacks saludables, de los cuales en un 70% requieren para ser realmente saludable contener fruta y aceites vegetales o aloe vera. El consumo de estos snacks saludables es independiente de los platos fuertes del día, ya que suelen ser consumidos entre horas ya sea de mañana, tarde o noche. Además, un punto muy importante para el consumidor y que es parte de la conciencia medioambiental es el tipo de material que se usa en el envase del producto, por lo cual solicitan que este sea reciclable o biodegradable. (Marco, 2018)

La gastronomía regional ha permitido que se logre una agradable convergencia entre lo artesanal y lo natural, por lo cual surge el uso de nuevos sabores para un producto tan tradicional y conocido como lo es el snack de plátano o chifle. (Infante, 2021)

1.1.2 Descripción del Problema

En la región norte del país existe un alto consumo y preferencia del snack de plátano o más conocido como chifle, del cual cada vez es más adquirido en diversas regiones del país, siendo todavía producido en la región Piura en su mayoría.

Pese a ser un producto con una gran cantidad de competidores, ello no significa que nuevos productores aporten un producto de calidad, ya que este alimento sirve como complemento de muchos platos peruanos o incluso como un snack entre comidas.

Actualmente se hizo un estudio a adolescentes y jóvenes entre 13 y 35 años en la ciudad de Piura, del cual se determinó que existen falencias en la alimentación de estas personas, ya que con la crisis por pandemia incrementaron sus índices de ingesta con productos poco saludables, es por ello que surge la idea de producir snack de chifles tradicionales y de sabores, pero con insumo menos dañino.

La idea de producir chifles con tal descripción se debe a la búsqueda de disminuir estos índices que tienen las personas de ingerir malos productos, y aprovechando uno de los productos bandera de la región Piura, el plátano bellaco, el cual tiene beneficios como los altos niveles en fibra, potasio, vitamina C, B6, hierro, además que regulariza el ritmo cardíaco, ayuda con problemas estomacales e intestinales, regenera la flora intestinal y reduce el colesterol. (El Tiempo, 2018)

El chifle piurano y su producción es una tradición regional, tal como consumirlo que como producirlo, aun se opta en algunos casos por la producción del mismo de una manera tradicional y sin estándares de calidad e inocuidad, por lo cual nos es motivador encontrar y adecuar de manera operacional la producción de chifles con saborizantes utilizando manuales de buenas prácticas para así estandarizar la producción y obtener un producto de calidad y con la inocuidad correcta aprovechando que la producción de la materia prima (plátano bellaco) en Piura se incrementó en un 34,09% respecto al año 2021 siendo la región que más incremento su producción de banano en el Perú. (Bonett, 2022).

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo, la aplicación de un estudio técnico económico financiero permitirá determinar la viabilidad de inversión en la producción y comercialización de Chifles con saborizantes naturales?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Elaborar un estudio técnico, económico para determinar la viabilidad de inversión en la producción y la comercialización de chifles con saborizantes naturales.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar el estudio estratégico del proyecto para determinar las estrategias competitivas del proyecto dentro del sector.
- Realizar el estudio de mercado del proyecto y determinar la demanda objetivo del proyecto.
- Realizar un Estudio Técnico económico del proyecto.
- Determinar la viabilidad de la inversión del proyecto.

1.3 Justificación

a. Justificación teórica

El estudio técnico económico es un conjunto de procedimientos que permiten valorar hasta qué punto es viable una inversión para la producción y comercialización de chifles con saborizantes naturales. Asimismo, permite determinar la capacidad optima de producción y el punto de equilibrio operativo a fin de garantizar la sostenibilidad del producto en el mercado. Asimismo, permite determinar la rentabilidad operativa y financiera del proyecto y sobre todo los tiempos de recuperación de la inversión

b. Justificación Practica

El estudio técnico económico es una herramienta muy importante que permite al inversionista determinar hasta qué punto es viable su inversión y así generar

dividendos en la producción y comercialización de chifles con saborizantes. Asimismo, implica poner en práctica los conocimientos adquiridos en la formación académica del Ingeniero industrial especialmente los relacionados con gestión financiera, ingeniería económica, ingeniería de costos y presupuestos y gestión estratégica entre otro

c. Justificación metodológica

El presente estudio implica desarrollar un análisis estratégico del sector donde se desarrollará el proyecto, estudio de mercado para determinar la demanda objetivo realizando previamente una segmentación de mercado a nivel socioeconómico, demográfico y geográfica. Posteriormente se realizará el estudio técnico económico para determinar la viabilidad del proyecto tomando como base la determinación de la localización de planta, capacidad de producción y la elaboración de los estados financieros proyectados dentro del tiempo de planeamiento del proyecto. Asimismo, se pretende dejar como antecedente para futuras investigaciones dentro de la línea de investigación.

d. Justificación económica

El estudio de investigación permitirá determinar la viabilidad de la inversión tanto económica y financiera del proyecto a fin de obtener beneficios positivos para los inversionistas.

II MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes del Estudio

Antecedentes Nacionales

(Aguilar Tirado, Chávez Calmet, Criollo Zapata, Nuñez Tume, & Seminario Purihuamán, 2021) en el trabajo de investigación “Implementación de saborizantes naturales en el proceso de producción de chifles ‘Don Eloy’ en Piura” realizado en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Piura. Donde se tuvo como objetivo principal el implementar una línea de chifles con saborizantes naturales con un presupuesto máximo de S/ 9,624.561 durante 2 meses y medio encuestando a consumidores de los distritos de Piura, Castilla y Veintiséis de Octubre se determinó que, con una presentación de

70 gramos, el sabor más demandado es el picante seguido del de ajo y por último el de orégano. Siendo importante el resultado del flujo de caja económico el cual demostró que si es rentable según el resultado de su VAN y TIR con S/ 34,408 y 55.81% con un periodo de recuperación de 2 años.

Como principal aporte a nuestra investigación hemos rescatado que, según el estudio de mercado realizado en este trabajo de investigación, optar por 3 sabores naturales para nuestra presentación de chifles de sabores.

(Arellano, 2018) En la tesis “Elaboración de un sistema HACCP para la producción de chifles embolsados a base de plátano en la empresa la hojuela” para la obtención de título profesional de Ingeniero Agroindustrial e Industrias Alimentarias en la Universidad Nacional de Piura. Teniendo como objetivo general la elaboración de un sistema HACCP para la elaboración de chifles el cual permitirá identificar aquellos agentes contaminantes del producto para lograr disminuir los riesgos y peligros durante el proceso de producción de estos donde se concluyó que durante las operaciones de recepción es cuando entra en mayor riesgo de contaminación la materia prima debido a la alta presencia de metales pesados en los plátanos frescos, pelado y corte debido a la contaminación por microorganismos, y cocción por el exceso de fritura o temperatura del aceite. Como límites para estos puntos críticos se propuso 0,1 mg/kg para metales pesados, máximo de 500 ug/kg para acrilamida después de cocción y 0% de bolsas mal selladas.

La investigación realizada en esta tesis nos ayudara a analizar los procesos de producción para evitar contaminantes que eviten el éxito del producto en los consumidores.

(Jugo,2020) En la tesis “Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de snacks de zanahoria deshidratada” previo a la obtención del título de ingeniería industrial en la “Universidad de Lima” tiene como objetivo determinar la viabilidad técnica social y económica de la implementación de una planta dedicada a la producción de snacks de zanahoria deshidratada dirigida a personas de nivel socioeconómico A-B de Lima Metropolitana.

Como resultados obtenidos indica que el proyecto es económica y financieramente viable ya que su TIR es del 30% la cual esta por encima del WACC (15,8%, Costo Medio Ponderado de la Capital). Además, se conoce que el proyecto es altamente tecnológico como económico y socialmente viable porque se obtiene una densidad de capital de 120 469 soles de inversión por puesto de trabajo la cual es mayor al PBI per cápita del Perú que es 49 500 soles. Esta investigación nos ayudará a ampliar nuestra visión en nuestro Proyecto ya que usan un producto nuevo en la zona y sin embargo desean procesarlo y difundirlo en las zonas urbanas.

Antecedentes Internacionales

(Antonio, 2019) en la tesis de “Plan de negocio para la elaboración y comercialización de chifles en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018” para optar el título de Ingeniero en Empresas y Administración de Negocios en la Universidad Regional Autónoma de los Andes UNIANDES, tiene como objetivo el lograr diseñar un Plan de Negocio para la producción y comercialización de chifles del cual se tuvo como resultado final que es altamente viable el proyecto debido a los datos arrojados por la TIR (75,28%) del cual se espera un periodo de recuperación de la inversión de 1 año, 4 meses y 27 días.

El aporte principal de la presente investigación fue el diseño de la estructura funcional y el manual de funciones, el cual nos permitirá tener usar óptimamente los recursos de la organización.

(Villaseca, 2020) en la tesis “Proyecto de Prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo” previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial realizado en la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo. Utilizo una metodología explicativa buscando analizar en profundidad el consumo de chifles artesanales para lo cual se aplicaron técnicas de investigación de mercado como encuestas, FODA y revisión biográfica, y como objetivo principal tiene el elaborar un proyecto de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”, haciendo hincapié en los impactos que se generarían en ese sector comercial debido al ingreso hacia la formalidad. En

conclusión, se obtuvo como resultado una TIRE de 65% y un VANE de \$176.296,52 con un tiempo de recuperación de 3 años, y como resultado resaltante una relación de beneficio costo de \$ 3,59.

Como aporte rescatamos la estructura financiera que se realizó además de la ingeniería del proyecto buscando optimizar la utilización de los recursos disponibles.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Estudio de Mercado

(Malhotra , 2018) En su libro Investigación de mercados, indica que: “La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso, sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing”. Esto quiere decir que para obtener la información ideal en la investigación de mercado es necesario un proceso ordenado empezando con identificar nuestro mercado y seguir con la obtención de información, en la investigación está conectado el cliente, consumidor, proveedor, vendedor y público en general, con el objetivo de identificar un problema y darle solución, de esa manera se crea la oportunidad en el ámbito de marketing.

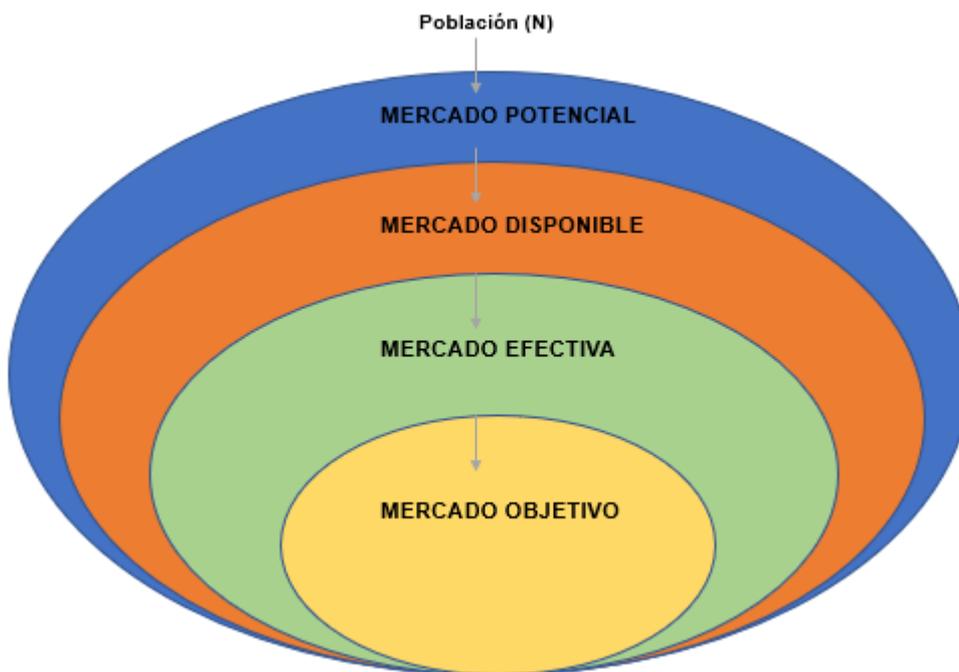
2.2.2 Métodos del Estudio de Mercado:

Es de gran importancia identificar cual es nuestro segmento de mercado, para ello hemos considerado la definición de 4 mercados, donde finalmente identificaremos a cuál pertenece nuestro proyecto, éstos son:

- **Mercado Potencial:** Son aquellos consumidores que probablemente necesiten el bien o servicio, en este caso el producto de nuestro proyecto.
- **Mercado Disponible:** Es parte del Mercado Potencial donde un conjunto de consumidores tiene la necesidad de comprar el producto o servicio. Este conjunto de consumidores se define a través de encuestas, que es donde se recopila la información, los cuales también suelen llamarse técnicas cualitativas.

- **Mercado Efectivo:** Forma parte del mercado disponible, donde un conjunto de consumidores tiene la necesidad y a su vez la intención de comprar el producto o servicio del proyecto. De la misma manera se puede definir mediante una encuesta.
- **Mercado Objetivo:** Es una parte del mercado efectivo que se traza la meta de ser alcanzada por el proyecto, es decir el conjunto de la demanda a ser atendida, donde los inversionistas y accionistas fijan criterios y características al producto o servicio.

Figura 1 Segmentación de Demanda de Mercado



Nota: Elaboración propia

2.2.3. La demanda

(Andrade, 2006), autor del libro "Diccionario de Economía", indica la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"

Para (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2007), autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"

2.2.4 Comercialización

(Méndez J. , 2004), sostiene que en su perspectiva a la comercialización como una organización orientadora a todos aquellos esfuerzos por lograr la satisfacción de sus clientes para una ganancia estimada. Sustenta tres ideas claves para la definición del concepto:

- La orientación hacia el mercado
- El esfuerzo total de la empresa.
- La ganancia como objetivo.

Según estos criterios se establece entonces que hay que considerar a la comercialización como factor influyente a ese proceso en caminador en busca de las necesidades del cliente y así determinar si las preferencias son mayor cantidad o variedad de productos, y con ellos enfocar cuales de estas personas lograra satisfacer a la organización.

(Kotler P. , 1995) define al proceso de comercialización con 4 aspectos fundamentales: ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿A quién? Y ¿Cómo? Por ello es que se debe conocer la necesidad y ventaja al momento de introducir algún producto nuevo o que entre a competir con los existentes, para así lograr reemplazar aquellos que dejen de ser atractivos para los clientes o no cumplan con los requisitos que exijan.

2.2.5 Estrategia de precios

(Armstrong & Kotler, 2008) Una estrategia de precios refiera a fijar un precio básico a largo precio, estableciendo un precio inicial de un producto el cual según la normativa propuesta se modificará o no a lo largo de su ciclo, por lo cual debe esta desarrollarse con gran cuidado ya que lo ideal siempre es que no se modifícase con facilidad.

Respecto a la consignación del precio según el mercado y su orientación de la competencia se debe tomar en cuenta distintos criterios.

Para fijarse según los precios de los competidores debe existir una enorme cantidad de productos con diferencias mínimas, allí es donde la empresa no lograra ejercer un control respecto al precio ya que este es habitual o de costumbre para el cliente.

Cuando se necesita diferenciar del competidor con precios superiores se debe transmitir una sensación e imagen de calidad o excepcionalidad, para así atraer segmentos que requieran esa exclusividad.

Querer diferenciarse de la competencia con precios inferiores requiere estimular aquella demanda de sus segmentos actuales y de los potenciales que son perceptibles al precio, solo funcionara si los consumidores están dispuestos a adquirir la oferta.

2.2.6 Estudio Técnico

(Córdoba Padilla, 2011) Determina que el estudio técnico indaga en las interrogantes básicas: ¿Cuándo, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, además de diseñar la función de producción óptima para hacer el mejor uso de los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, ya sea un bien o un servicio.

La información física y técnica se convierte a unidades monetarias para calcular inversiones y así minimizar y optimizar costos. En este sentido, podemos decir que el estudio técnico comprende:

- **Tamaño del proyecto**, el cual se define como una capacidad de producción para el volumen o número de unidades que se puedan producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de formación del proyecto. La importancia de determinar el tamaño del proyecto está relacionada principalmente con su impacto en el nivel de inversión y costos calculados y, por ende, sobre aquella estimación de la rentabilidad que se podría generar con su implementación, y con la decisión tomada se determinará se estimaran los ingresos por venta.
- **Localización del proyecto**, será la apropiada siempre y cuando la empresa apruebe el proyecto el cual determinará el éxito o fracaso de un negocio, por esta razón, la determinación de la ubicación del proyecto debe regirse no solo por criterios económicos, sino que además debe obedecer a criterios estratégicos e institucionales e incluso de preferencias emocionales.
- **Ingeniería del proyecto**, es responsable de la selección del proceso productivo del proyecto en donde se determinará la disposición en

planta para disponer la tecnología e instalaciones con el uso de equipos y maquinarias determinantes. Además, implica almacenamiento y distribución de productos, métodos de diseño, trabajos de laboratorio, envases, obras de infraestructura y sistemas de distribución.

2.2.7 Localización de planta.

La definición de localización de una planta industrial se refiere a la ubicación en donde se llevará a cabo la producción, de tal manera en que se logre mayor rentabilidad del proyecto y el mínimo de costos. Para llevar a cabo este concepto se recomienda evaluar factores preliminares los cuales son:

- Cercanía a proveedores
- Disponibilidad de mano de obra
- Abastecimiento de agua
- Cercanía a mercado final
- Acceso al transporte
- Costo de terrenos
- Costo de servicios
- Impacto ambiental
- Seguridad
- Reglamentos fiscales y legales

El nivel de localización del proyecto es micro localización ya que se analiza los detalles relacionados con los recursos de la región y se compara los costos (BOCANGEL WEYDERT, ROSAS ECHEVARRIA, & BOCANGEL MARIN, 2021).

2.2.8 Distribución de planta.

Es el ordenamiento físico tanto de los factores como de los diferentes elementos industriales, que hacen parte del proceso productivo de la empresa, en la distribución de área, determinación de figuras, formas relativas, así como de la ubicación de departamentos.

El principal objetivo se centra en que la disposición de los elementos sea lo suficientemente eficiente, contribuyendo a la consecución de los fines fijados por la compañía. También se centra en que la empresa sea la más segura y satisfactoria para los colaboradores de la organización. Es importante analizar minuciosamente cada cambio que se vaya a realizar para que éste no altere el ciclo de las actividades de la empresa. (Ma. De Lourdes Elena García Vargas, 2018).

Características de una adecuada Distribución de Planta:

1. Minimizar los costos de manipulación de materiales.
2. Utilizar la mano de obra eficientemente.
3. Eliminar los cuellos de botella.
4. Utilizar el espacio eficientemente.
5. Eliminar los movimientos inútiles o redundantes.
6. Facilitar la entrada, salida y ubicación de los materiales, productos o personas.
7. Facilitar la comunicación y la interacción entre los propios trabajadores, con los supervisores y con los clientes.
8. Reducir la duración del ciclo de fabricación o del tiempo de servicio al cliente.
9. Promover las actividades de mantenimiento necesarias.
10. Incorporar medidas de seguridad.
11. Proporcionar un control visual de las operaciones o actividades.
12. Proporcionar la flexibilidad necesaria para adaptarse a las condiciones cambiantes.

2.2.9 Tipo de distribución

A continuación, se describen las tres formas más comunes de distribución en una planta (Reyes, 2021):

Distribución por posición fija:

Trata de una distribución en la que el material o el producto ya sea herramientas, maquinaria, hombres, y otras piezas permanecen en lugar fijo. Un ejemplo es la fabricación de un avión.

Las ventajas son:

- Se pueden hacer adaptaciones.

- Proceso de trabajo flexible y cerca del elemento principal o conjunto que se fabrica o monta.
- Debido a que todo se encuentra cercano, se disminuye el tiempo ocioso y se logra un mejor uso de la maquinaria y mano de obra.
- La supervisión se da de una mejor manera.
- Todo lo que se necesita para la fabricación se encuentra cercano por ello no hay recorridos o desplazamientos innecesarios.

Distribución por proceso o por función:

En esta distribución todas las operaciones del mismo proceso están agrupadas, es decir cada operación tiene una tarea específica y tienen trabajadores para cada área, estos son capacitados para realizar las actividades requeridas.

Las ventajas son:

- El empleado al tener una actividad en específico eleva su eficacia en el proceso.
- Al tener espacios separados, no hay amontonamiento de actividades.
- Al contratar se sabe qué capacidad deber tener el personal para el área requerida.
- Flexibilidad para cambios en los productos.

Distribución en cadena, en línea o por producto:

En esta distribución, el producto se realiza en un área, pero a diferencia de la distribución fija, el material está en movimiento. Esta distribución tiene a cada operación seguida de otra. Como por ejemplo la fabricación de vehículos.

Las ventajas son:

- Alto volumen de fabricación.
- Por lo regular se encuentra todo robotizado.
- Mínimo tiempo de fabricación.
- Procesos estandarizados.
- Mínimo desperdicio de material.

2.2.10 Tamaño de planta

Para hallar el tamaño de planta del proyecto usaremos el Método de Guerchet el cual consiste en evaluar la distribución de planta, para ello se analiza la

superficie total donde se necesita hallar la suma de tres superficies totales, las cuales son (Cuatrecasas, 2018):

Superficie estática (Ss): Es aquella que ocupa el lugar de la maquinaria.

Superficie de gravitación (Sg): Es aquella que ocupa el personal que está trabajando y el material que está procesándose en el puesto de trabajo. Se obtiene multiplicando la superficie estática por el número de lados (n) donde la persona tenga acceso a operar.

$$Sg = Ss \cdot n$$

Superficie de evolución (Se): Es necesaria para reservar el alrededor de los puestos de trabajo para el movimiento del personal, material y medio de transporte. Se obtiene con la suma de la superficie estática (Ss)n más la superficie de gravitación (Sg) por el coeficiente constante (k).

$$Se = (Ss + Sg) \cdot k$$

Donde k (coeficiente constante) es aquel coeficiente único para toda planta que está dado por una razón entre la altura media de los hombres u objetos desplazados sobre el doble de cota media de máquinas. Esto varía dependiendo de la razón de la empresa según se muestra a continuación.

Tabla 1 Coeficiente Constante según rubro

Razón de la empresa	Coeficiente K
Gran industria alimenticia	0,05 – 0,15
Trabajo en cadena	0,10 – 0,25
Textil – Hilado	0,05 – 0,25
Relojería, joyería	0,75 – 1,00
Textil – Tejido	0,05 – 1,00
Pequeña mecánica	1,50 – 2,00
Industria mecánica	2,00 – 3,00

Fuente: Lluís Cuatrecasas.

2.2.11 Procesos productivos.

Es una determinada serie de operaciones las cuales son cruciales para lograr la elaboración correcta de algún bien o servicio en donde se ingresará un elemento o varios según el caso para proceder a extraer un producto con valor agregado.

El proceso productivo implica lograr una transformación de un bien el cual estará propenso a obtener mejoras o cambios según lo requiera el mercado.

Producción por Lotes

Este sistema se encarga de producir cantidades limitadas de ciertos productos, pero del cual se compartirán lotes con características mínimamente diferenciadas, es esencial cuando existe una demanda que busca productos poco tradicionales lo cual es primordial para este tipo de producción discontinua ya que se podrá añadir o sustraer elementos del producto base para cada lote que se produzca.

Es importante saber que al utilizar este método no se tendrá un análisis general para determinar indicadores de producción, se necesitará indicadores específicos para cada lote ya que la mínima diferencia hará variar un indicador general (Quiroa, 2019).

Diagrama de Flujo de Procesos

Los diagramas de flujo ayudan a describir procesos de transformación en sistemas productivos buscando la posibilidad de aplicar mejoras al mismo, ya sea incrementando la eficacia y/o eficiencia de todo el proceso (Carro Paz & González Gómez, 2018).

Tabla 2 Diagrama de Flujo de Procesos

SÍMBOLO	REPRESENTA
	OPERACIÓN (tarea o actividad parte del proceso)
	INSPECCIÓN (revisión del producto para determinar calidad o cantidad)
	TRANSPORTE (movimiento de los materiales de un punto a otro)
	ALMACENAMIENTO (resguardo de los materiales a la espera de su siguiente fase)
	DEMORA (retraso de las operaciones)

Nota: Elaboración propia

2.2.12 El Producto y sus componentes

(Méndez J. T., 2004) refiere al producto como todo aquello que se le ofrece a uno o varios consumidores (cliente) el cual ofrecerá un monto de dinero por el producto. Si analizamos al producto desde un punto económico se entenderá como un bien o servicio el cual debe cumplir ciertas características para que se logre ofertar en un mercado, en cambio sí lo vemos desde un punto de marketing será el mismo bien o servicio del cual netamente debe cumplir esa necesidad del cliente.

Existe un conjunto de componentes o atributos que generan un mayor valor al producto, estos son:

- Calidad: son aquellas características que determinan la durabilidad del producto o si cuenta con propiedades dignas que el cliente requiera.
- Materiales: son las características físicas y/o químicas del producto y solo se cuenta para productos, mas no para servicios.
- Envase: es el portador físico del producto, es un factor clave en el análisis de las características del producto ya que actúa como un factor publicitario para llamar la atención del cliente.

- Diseño y color: estos son fundamentales al momento de analizar los componentes del producto, debe contar con el diseño y color que llame más la atención del cliente.
- Garantía: un producto con garantía da a entender al consumidor que la empresa tiene el compromiso de ofrecer un producto que cumplirá las expectativas y en caso contrario se asumirá la responsabilidad para lograr finalmente cumplir aquellas necesidades del cliente.
- Marca: esto permite identificar y distinguir el producto de los competidores.
- Precio: es el valor monetario con el que se ofertara el producto, este debe superar su valor de fabricación y comercialización para así obtener utilidades por su venta.

2.2.13 Chifles tradicionales

Los chifles forman parte de la NTP 209.226.1984 (revisada el 2016) la cual lo define como un bocadito (termino usado para Perú) y para otros países se le conoce también como un Snack de fruta, del cual según la norma técnica pueden ser alimentos dulces o salados que en el caso serán de un color amarillo, dorado y crocante debido a su fritura en aceite vegetal, se pueden presentar embolsados o envasados y por dentro hojuelas circulares o alargadas (finas o gruesas). Su sabor tradicional es salado, pero en la actualidad se sigue innovando saborizantes naturales para ampliar el mercado del chifle tradicional (Aguilar Tirado, Chávez Calmet, Criollo Zapata, Nuñez Tume, & Seminario Purihuamán, 2021).

Según la composición de una bolsa de chifle de 100g se cuenta:

Tabla 3 Información Nutricional Bolsa de Chiles 100g

Característica	Unidad	Cantidad
Energía	Kcal	518
Humedad	g	5.7
Proteínas	g	2
Grasa total	g	30
Carbohidratos	g	60
totales	g	2.9
Fibra	g	2.3
Cenizas		

Nota: Instituto Nacional de Salud (2022)

2.2.14 Saborizantes Naturales

Se le denomina Saborizante Natural cuando proviene de una sustancia de origen natural, ya sea vegetal o animal. Existen tipos de saborizantes naturales con características que reflejan la diferencia estos son (Disaromati S.A., 2021):

a) Aceites esenciales: De origen vegetal. Presentan intensidad en su aroma, son volátiles, livianos e insolubles en agua, livianamente solubles en alcohol, ceras, grasas, y aceites vegetales. Se oxidan por exposición al aire.

b) Extractos: Su obtención es por el agotamiento en estado frío y caliente de producto con origen vegetal y animal con solventes como agua, etanol o propilenglicol. Una vez que se elimina el solvente su presentación suele ser como extractos líquidos o secos.

c) Bálsamos, oleorresinas y oleo gomorresinas: Su obtención es mediante la exudación libre o provocada por especies vegetales, las cuales ya están determinadas.

d) Sustancias aromatizantes aisladas: Químicamente están definidas y su obtención es por procesos físicos, microbiológicos o enzimáticos a partir de saborizantes naturales.

Algunos ejemplos de chifles con saborizantes naturales tenemos:

- Chifles con sabor a ajo: la sustancia natural se espolvorea después del proceso de frito.

- Chifles con sabor picante: la sustancia natural se espolvorea después del proceso de fritado.
- Chifles con sabor a orégano: la sustancia natural se espolvorea después del proceso de fritado.

2.2.15 Estudio Económico

Este estudio incluye específicamente la cantidad de recursos económicos esenciales para evaluar el proyecto antes de su ejecución, calculando así la cantidad total que se requerirá para su puesta en marcha (Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010).

En primer lugar, se determinarán las inversiones necesarias, seguido del cálculo del costo total de operación, producción, administración y comercialización. Una vez obtenida la información se establecerá el capital de trabajo que mantendrá a flote la planta mientras se obtienen los primeros ingresos por ventas que recuperarán el capital (P., 2012).

2.2.16 Inversión.

Se comprende como la obtención de los activos tangibles e intangibles que serán imprescindibles para el inicio de operaciones (P., 2012).

Se agruparán en 3 tipos:

- Activo fijo o tangible: es la cantidad de recursos contenidos que no forman parte de transacciones y en su mayoría no modifican su forma física con el tiempo. Pueden ser terrenos, construcciones, equipos, maquinaria, vehículos.
- Activo diferido o intangible: están conformados por los derechos necesarios para la ejecución y estudios que tiendan a mejorar a futuro el funcionamiento del proyecto.
- Capital de trabajo: es el capital extra indistinto del fijo y diferido con el cual se iniciarán las operaciones para empezar a recibir ingresos, está conformado por ejemplo por la compra de materia prima, el primer pago de la mano de obra directa u otros gastos diarios de funcionamiento.

2.2.17 Financiamiento.

El financiamiento viene cuando se ha solicitado el capital o parte de este mediante un préstamo a alguna entidad financiera. Es clave conseguir tasas bajas de intereses para así elevar notablemente el rendimiento de la inversión.

2.2.18 Evaluación económica- financiera.

La evaluación será la mensuración de aspectos coincidentes y coadyuvantes para dictaminar la factibilidad del proyecto. Es lo último que se realizará para el análisis de factibilidad del proyecto y así conocer si lo propuesto será viable (Córdoba Padilla, 2011).

Existen métodos de evaluación financiera para evaluar un proyecto:

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI): ayuda a medir el tiempo requerido para que los flujos netos de efectivo cubran y recuperen la inversión, su procedimiento es sumar los flujos futuros de efectivo en cada año hasta cubrir y/o superar el costo inicial de inversión.

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

Valor Actual Neto (VAN): consiste en calcular la diferencia entre ingresos y egresos actualizándolos a un valor presente. Es la suma al presente de los costos e inversiones del proyecto.

Tabla 4 Criterios de Selección según VAN

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión generará ganancias mayores a la rentabilidad requerida (r)	Se acepta el proyecto
VAN < 0	La inversión generará ganancias menores a la rentabilidad requerida (r)	Se rechaza el proyecto

VAN = 0	La inversión no genera ganancias ni pérdidas	Se debe evaluar otros criterios para tomar la decisión
----------------	--	--

Fuente: *Formulación y Evaluación de Proyectos, M. Córdoba - 2011*

$$VAN = - A + [FC1 / (1+r)^1] + [FC2 / (1+r)^2] + \dots + [FCn / (1+r)^n]$$

Siendo:

A: Desembolso Inicial

FC: Flujos de Caja

N: Número de años (1,2, ..., n)

R: Tipo de Interés ("Tasa de descuento")

$1/(1+r)^n$: Factor de descuento para ese tipo de interés y ese número de años.

Razón Beneficio Costo (B/C): es el índice de productividad, se utiliza para clasificar el orden de productividad de los proyectos, se aceptará siempre y cuando el B/C sea mayor a 1.

$$B/C = \frac{\sum VP \text{ Ingresos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR): refleja la rentabilidad o tasa de interés que tendrá el proyecto durante su periodo de operaciones, la relación de la TIR con el VAN es inversa, mientras una baja el otro sube y viceversa.

Si TIR > tasa de descuento (r), Se acepta el proyecto

Si TIR < tasa de descuento (r), Se rechaza el proyecto

Si TIR = Tasa de descuento (r), Se reevalúa el proyecto

2.2.19 Viabilidad de la inversión

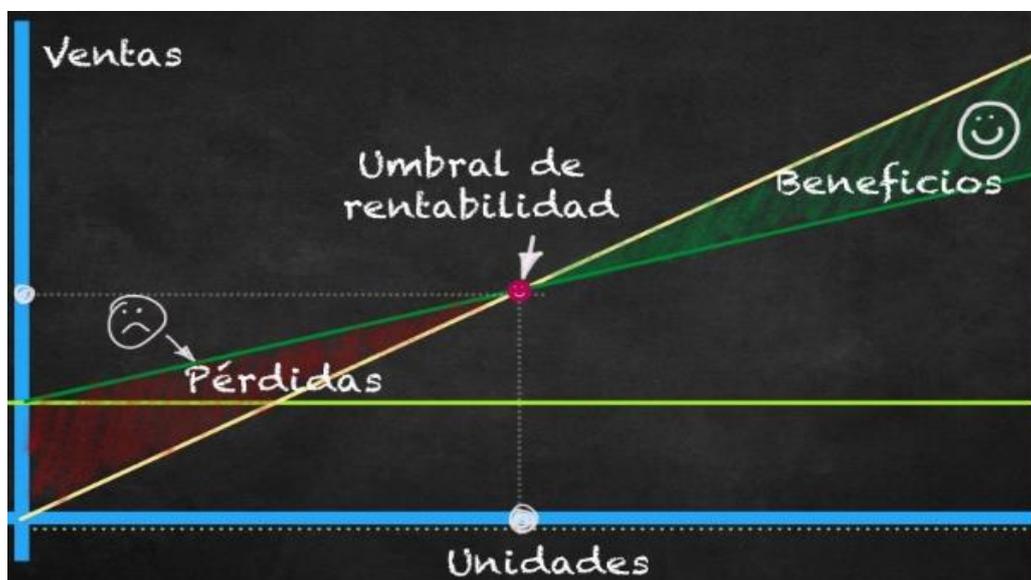
El concepto se utiliza en la disciplina Evaluación de Proyectos para expresar diversos contenidos. En los textos de la ingeniería o en la "ingeniería económica", los autores dan a entender que la viabilidad es como capacidad de un Proyecto de lograr un buen desempeño financiero, es decir una tasa de rendimiento aceptable. Lo cual se utiliza como sinónimo de rentabilidad (Villarruel, 2018).

Tipos de viabilidad:

Existen tipos de viabilidad para la formulación, preparación y evaluación de proyectos los cuales son (Ramos, Delia, Romero, Romairo, & Callejas, 2018):

- **Viabilidad Técnica:** lo principal es evaluar objetivamente los siguientes aspectos que relacionan a la operación y administración del negocio propuesto principalmente: recursos humanos, infraestructura disponible y la capacidad tecnológica.
- **Viabilidad de Mercado:** Cabe la probabilidad que el análisis de mercado sea el componente más importante para determinar la viabilidad del negocio. Este debe incluir como mínimo: Un estimado del mercado potencial- es decir a la cantidad total de su producto o servicio que puede estar a la venta en su área de mercado.
- **Viabilidad Financiera:** Usualmente para determinar la viabilidad económica conllevará a cumplir los siguientes pasos:
 1. Proyecciones de ingresos y gastos y flujo de efectivo - usualmente se prepara a tres años.
 2. Análisis del punto de equilibrio: se determina que el nivel de ventas sea óptimo para que pueda cubrir todos los gastos de la empresa y obtener ganancia de cero.

Figura 2 Umbral de Rentabilidad igual a Punto de Equilibrio



Nota: Elaboración propia

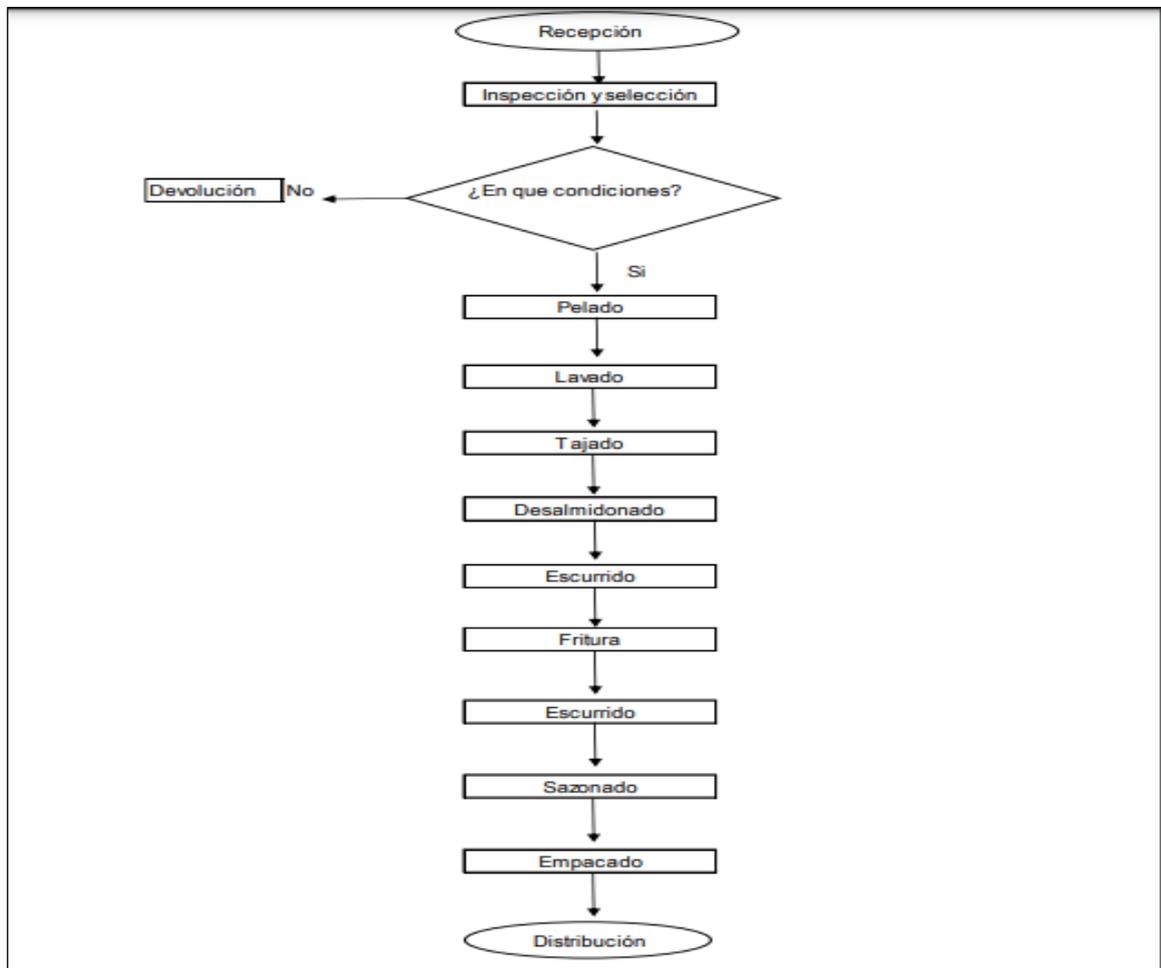
- .3. Estimación de la tasa de inversión de retorno (TIR): se expresa en términos porcentuales y es aquella tasa de ganancias en relación con el capital invertido.
- **Viabilidad legal y ambiental:** Se encarga de asegurar que el proyecto respete la actual normativa legal y al medio ambiente contribuyendo a su conservación (Camara Oviedo, 2020).

- **Viabilidad económica:** es aquella que determina la potencia de un proyecto empresarial y es la base de cualquier negocio. En este caso es preciso analizar aspectos técnicos, económicos y comerciales con la finalidad de valorar el retorno de la inversión (Camara Oviedo, 2020).

2.2.20 Proceso de elaboración del chifle con saborizante

A continuación, se presenta el diagrama de proceso de la elaboración del chifle con saborizante.

Tabla 5 Diagrama de flujo de operaciones para la elaboración del chifle con saborizante



Nota: Elaboración propia

2.2.21 Descripción de las etapas del proceso

1. Recepción

El personal de turno se encarga de recibir la materia prima de la cual de manera visual se chequea que sea de la variedad y madurez adecuada para la futura elaboración del producto y pasar al siguiente proceso.

2. Inspección y selección

Ya recibida la materia prima se procede a evaluar mediante una ficha de control si lo ingresado cuenta con los estándares de calidad (madurez y tamaño) de los cuales se seleccionan solo los mas verdes y de tamaño similar en su totalidad, los cercanos a empezar su madurez y los pequeños son descartados y devueltos al proveedor.

3. Pelado

Se corta por las puntas y descascara en su totalidad los plátanos seleccionados previamente. Se utilizará el cuchillo con mayor filo para cortar las puntas, y un cuchillo con menor filo para quitar la cascará restante.

4. Lavado

Se procede a lavar la materia prima de 2 a 4 minutos para quitar el exceso de suciedad por manipulación de los plátanos.

5. Tajado

Una vez el plátano se encuentre pelado y lavado se procederá a tajar en laminas no mayor a 5mm de espesor, medida estándar que ofrece la cortadora a utilizar.

6. Desalmidonado

Se eliminará el exceso de almidón (apariencia lechosa) de las hojuelas extraídas mediante un lavado para evitar adherencia entre sí.

7. Escurrido

Se deja en proceso de escurrido por un promedio de 3 a 5 horas.

8. Fritura

Una vez secas en su totalidad se procede a freír a una temperatura no mayor a 190° para evitar el rápido consumo del aceite vegetal a utilizar, y luego de 3 minutos de cocción, las hojuelas estarán en su punto más crocante.

9. Escurrido

Los chifles una vez fritos se les extraerá el exceso de aceite mediante el escurrido y usando papel absorbente para lograr eliminar la grasa superficial excedente. Este proceso toma entre 1 a 2 horas.

10. Sazonado

El chifle al ya estar seco necesitará ser sazonado con sal y saborizante según lote.

11. Empacado

Se empaca en bolsas para pesar y etiquetar según sabor de saborizante, en una presentación de 250gr.

12. Distribución

Con el producto final se procederá a distribuir a los clientes distribuidores y/o al punto de venta local.

2.3 Marco Conceptual

- **Demanda:** la demanda se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que un solo consumidor o un grupo de consumidores pueden comprar a diferentes precios de mercado en un momento dado (Kotler & Keller, 2007).
- **Rentabilidad:** es la relación entre los ingresos y los costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas, puede valorarse en términos de ingresos, activos, capital o valor de las acciones y se considera una meta económica a corto plazo que la empresa debe alcanzar, relacionados con la consecución de los beneficios necesarios para el buen desarrollo de la empresa (Gitman, 1997).

- **Proceso productivo:** Es una serie de operaciones y procesos necesarios que se planifican y ejecutan continuamente para lograr la fabricación de un producto, que la empresa lleva a cabo utilizando la información y la tecnología que las personas utilizan para fabricar el producto (Fabricky & Torgensen, 1966).
- **Marketing:** busca complacer las necesidades humanas y sociales de una manera rentable, y para (Kotler & Keller, 2007) significa un proceso social que mediante un grupo de personas se obtendrán resultados para modificar o generar productos con un mayor valor.
- **Calidad:** Es una propiedad que tiene una cosa u objeto, y este le da un valor, a su vez permite provocar satisfacción en un sujeto (Peirò, 2020).
- **Estructura de capital:** combinación de recursos propios con endeudamiento donde una empresa financia sus obligaciones a largo plazo para poder desarrollar sus metas de trabajo y alcanzar la máxima rentabilidad (Gómez, 2000).
- **Costo de capital:** está relacionado con el tipo de interés marginal que una empresa tiene el deber de pagar fondos ajenos y también con la tasa de rendimiento que una empresa debe ganar para remunerar sus fondos propios (Expansión, 2018).
- **Rentabilidad financiera:** se define como los beneficios que se obtienen mediante recursos propios o inversiones realizadas. El resultado puede analizarse en bruto o neto, depende del beneficio el cual se calcula entre los fondos propios por cien (Up Spain, 2018).
- **Rentabilidad económica:** tiene relación con los activos totales para tener conocimiento de los beneficios obtenidos, estos se relacionan antes de intereses e impuestos (Up Spain, 2018).
- **Competitividad empresarial:** capacidad que tiene una empresa de hacer las cosas mejor que la competencia de manera que se vea una ventaja en el negocio más rentable (Cámara de Comercio de España, 2018).

2.4 Hipótesis

El desarrollo del estudio técnico económico permitirá determinar la viabilidad de inversión en la producción y comercialización de chifles con saborizantes naturales.

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente: Estudio Técnico Económico

2.5.2 Variable dependiente: Viabilidad de inversión

Tabla 6 Variables e indicadores

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición	Técnica	Instrumento
Variable Independiente: Estudio Técnico Económico	<p>“Tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área”, “Permite determinar los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente”. “Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas”. (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag P., 2014)</p>	<p>Es un Estudio Económico Tecnológico que define los mercados objetivo para identificar la demanda proyectada, identificar plantas y cumplir con el tamaño y distribución requerida de acuerdo a la inversión disponible. También se desarrollan procesos de fabricación para determinar costos y gastos operativos. Además, permite organizar e incorporar a la empresa y calcular los estados financieros.</p>	Demanda	$D = \text{Mercado Objetivo} * \text{Consumo per cápita} * \text{Precio}$	Razón Continua	Análisis Documental Encuesta Focus Group	Fichas Textuales Cuestionario Guía de Temas
			Localización de Planta	Método Cualitativo por puntos: $X_{ij} * Y_{ij} = Z_{ij} / \sum Z_{ij}$ es el mayor	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Tamaño de Planta	$I_t = I_0 \left[\frac{T_t}{T_0} \right]^\alpha$	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Distribución de Planta	Diagrama Relacional SLP	Nominal	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Proceso Productivo	Diagrama de Análisis de Procesos y Requerimientos	Nominal	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Inversión Total y Financiamiento	Activos Fijos Tangibles Activos Fijos Intangibles Capital de Trabajo Cronograma de pagos	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Costos de Producción y Gastos Operativos	Costos Producción = C. Directos + C. Indirectos Gastos Operativos = G. Administrativos + G. Ventas	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
			Estados Financieros	Balance General Estado de Ganancias y Pérdidas Flujo de Caja de Efectivo	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales

Variable Dependiente: VIABILIDAD DE INVERSION	Según (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag P., 2014), la viabilidad de la inversión de un proyecto determina como decisión final su aprobación o rechazo, ya que aquí se mide la viabilidad económica y financiera haciendo uso del VANE Y VANF del proyecto.	La viabilidad económica y financiera de un proyecto está determinada por los valores positivos del Valor actual neto económico y financiero del proyecto. Así mismo como medida complementaria se puede hacer uso de los valores de la tasa interna de retorno económica y financiera.	Viabilidad Económica y Financiera	$\frac{VANE}{VANF} = \sum_{t=0}^{t=H} \frac{FNC_t}{\prod_{j=0}^t (1 + r_j)}$ $\frac{VANE}{VANF} \geq 1$	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
				$I_0 = \sum_{t=1}^H \frac{FNC_t}{(1+\rho)^t}$ $TIR > COK$ $TIRE > WACC$	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
				$R''_{B/C} = \frac{\sum_{t=0}^H \frac{Ingresos}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^H \frac{Costos}{(1+r)^t}}$	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales
				$: P. R. = \frac{I_0}{BN}$	Razón Continua	Análisis Documental	Fichas Textuales

III METODOLOGIA

3.1 Tipo y nivel de investigación

No experimental – Transversal – descriptiva porque el investigador solo se dedica a contemplar los fenómenos en su estado natural para luego poder analizarlos, sin manipular directamente las variables y es transversal porque es la recolección de datos con el propósito de describir las variables y analizar su comportamiento en un mismo tiempo.

3.2 Población y muestra de estudio

3.2.1 Población

Para la realización del proyecto de investigación, la población total estará representada por el departamento de Piura incluido solo cinco provincias, las cuales son Piura, Talara, Sullana, Paita y Sechura. Según la investigación entre estas provincias el número de población como mercado potencial es de 25 956 habitantes.

Tabla 7 Distribución por provincia del departamento de Piura

PROVINCIAS	POBLACION SEGÚN INEI	DEPARTAMENTO DE PIURA									Factor de edad(20- 55)	Mercado potencial
		Facto NSE AB	Población	20-24	25-29	30-35	35-39	40-44	45-49	50-55		
PIURA	484475	4.90%	23739	7.95%	7.50%	7.51%	7.36%	6.53%	6.76%	7.21%	50.82%	12064
TALARA	144150	4.90%	7063	7.82%	7.73%	7.66%	7.44%	6.69%	6.94%	7.18%	51.46%	3635
SULLANA	228256	4.90%	11185	7.74%	7.14%	7.30%	7.06%	6.66%	7.22%	7.08%	50.20%	5615
PAITA	105151	4.90%	5152	7.60%	7.32%	7.87%	7.40%	6.63%	7.13%	7.08%	51.03%	2629
SECHURA	79177	4.90%	3880	8.12%	7.73%	7.84%	7.75%	6.86%	7%	6.59%	51.89%	2013
Total	1041209		51019									25956

Nota. Datos obtenidos por inei.gob.pe

3.2.2. Muestra

El tamaño de muestra del proyecto de investigación tiene ciertas características las cuales son para personas de nivel socioeconómica AB, de rango de edad entre 20 años a 55 años durante el año 2021.

Para determinar la muestra y realizar un correcto estudio de mercado se usa la siguiente fórmula, donde:

N: tamaño de la población.

Z: nivel de confianza.

p: probabilidad de éxito.

q: probabilidad de fracaso.

d: precisión (error máximo admisible en términos de proporción).

Los valores de “p” y “q” son considerados por conveniencia con un valor de 0.5.

Desarrollando la fórmula para hallar la muestra obtenemos:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot (z)^2}{N \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{25956 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96)^2}{25956 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$
$$n = 385.1204$$

Por lo tanto, la muestra será de: 386 personas. Teniendo en cuenta que éstas pertenecen a un nivel socioeconómico AB de rango de edad 20 años a 55 años.

3.3 Diseño de investigación

El esquema es el siguiente:



Donde:

X: Estudio técnico económico

01: sujeto de la muestra

02: Viabilidad de la inversión

3.4 Técnicas e instrumento de investigación

Una vez determinada la muestra se precisa las técnicas e instrumentos a utilizar para obtener la información necesaria.

Tabla 8 Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos

TÉCNICA/ HERRAMIENTA	INSTRUMENTO	INFORMANTES O FUENTES
Encuesta	Cuestionario	Público objetivo, escala de Likert
Análisis documental	Fichas textuales	Fuentes Primarias: (datos históricos). Secundarias (informes, archivos, documentos)
Observación	Hojas de registro, material audiovisual.	Informes sobre características de consumo

Nota: Elaboración propia

3.2.4 Procesamiento y análisis de datos.

Iniciamos nuestro proyecto con un estudio estratégico para determinar las estrategias competitivas dentro del sector, luego realizamos un estudio de mercado para así determinar la demanda objetivo del proyecto. Además, realizaremos un estudio técnico del proyecto con el fin de determinar la viabilidad de inversión del mismo.

Las herramientas que utilizaremos son las siguientes:

- Procesador de encuestas, utilizando Excel
- Histogramas, utilizando Excel
- Gráficos de barras, utilizando Excel

IV. PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1 Objetivo específico 1. Realizar el estudio estratégico del proyecto para determinar las estrategias competitivas del proyecto dentro del sector.

4.1.1 Análisis del Macro Entorno

En este punto se muestra el análisis de los factores externos al sector donde se desarrollará el proyecto.

Factor económico

Después de la desaceleración de 2013-2014 ocasionada primordialmente por la crisis económica global, la economía peruana retomó un sendero de crecimiento durante 2014. Así mismo, uno de los grandes desafíos que han tenido que afrontar las autoridades y empresas de la región en 2019 fue la reactivación de la economía, que en 2017 cayó en 1.7%. Según especialistas y fuentes del INEI y BCRP, las inversiones públicas, privadas y agroindustrias serán los sectores clave para reactivar la economía. La nueva crisis global que supuso la pandemia por COVID – 19 golpeó la economía de muchos países de la región Sur, pero a 2 años de lo ocurrido, el país ha ido levantando su economía, gracias a medidas que brindó el gobierno para ayudar a empresas y familias vulnerables.

La economía peruana salió de la recesión, tras un crecimiento récord de 41,9% en el segundo trimestre del año 2021, pero enfrenta grandes retos por las turbulencias políticas y las secuelas de la pandemia, advierten expertos. “Hay mucha incertidumbre, lo que hace difícil hacer proyecciones en cuanto a crecimiento económico o recuperación del empleo”, resume para la AFP el economista independiente Jorge González Izquierdo, aludiendo a las pugnas entre el gobierno izquierdista de Pedro Castillo, que asumió en julio de 2021, y la oposición de derecha, que controla el Congreso. Con las tensiones de la campaña electoral y los temores a las políticas de Castillo, el tipo de cambio se elevó hasta el récord de 4,1 soles, desde 3,62 soles en diciembre. La Bolsa de Lima también ha sentido la incertidumbre y los temores de un brusco giro al socialismo luego de tres décadas de modelo liberal: acumula pérdidas de 22,1% este año, aunque tuvo un "rebote" de 4,37% este lunes por los rumores de que saldrían otros ministros cuestionados por la oposición.

“Se espera que la economía crezca en aproximadamente 3,4 por ciento en 2022, debido principalmente a los mayores volúmenes de exportación, mientras que la demanda interna se desacelerará gradualmente. Las exportaciones se verán apuntaladas por la entrada en operación de importantes minas de cobre. El gasto de capital en actividades mineras seguirá apuntalando la inversión privada debido a la continuación de algunos grandes proyectos de inversión, contrarrestando el impacto de la baja confianza empresarial”; se expresa en un artículo del Banco Mundial.

Factor Físico – Demográfico

En los últimos años la ciudad de Piura ha demostrado un crecimiento exponencial de la población; debido a esto, la ciudad se ha expandido horizontalmente, ocupando urbanizaciones donde hace 10 años solo eran terrenos; este crecimiento de la población supone para nosotros un aumento de los potenciales clientes. Nuestro mercado se amplía a medida que la población crece.

Figura 3. Mapa de Piura



Nota: PerúTopTours Portal de Internet

Factor Socio – Cultural

La población piurana lleva décadas consumiendo chifles; tanto así que los chifles tienen un lugar en las loncheras de los niños cuando van al colegio,

en almuerzos y hasta en cenas, lo cual evidencia que existe un arraigo al consumo del producto.

Factor Político

El aspecto político en nuestro país no es el mejor; desde que Pedro Castillo Terrones asumió la presidencia, se han vivido constantes incertidumbres respecto a cómo se está manejando el país; y claramente estas crisis políticas perjudican al sector económico empresarial. Esta crisis se ha intensificado en Perú en los últimos días por una combinación de factores internos, en especial por la muy frágil gestión presidencial y los primeros efectos en la economía de la invasión de Rusia a Ucrania. El alza del precio de los combustibles en un país que es importador de buena parte del petróleo no ha hecho más que encender el fuego que le faltaba a Perú: el del malestar social. El costo de vida se ha incrementado ante la impotencia de las autoridades. Un 30% de los peruanos son pobres y la economía informal involucra a casi el 89% de la población. Han empezado las manifestaciones, los bloqueos de carreteras. Aún con este escenario poco alentador; las actividades productoras y de servicios en nuestro país, continúan ejecutándose, tenemos que estar alerta por si algún cambio en la política del país nos empiece a perjudicar.

Factor Legal

La empresa va a cumplir con los requisitos requeridos para la formalización de esta, el primer paso es contar con la minuta de constitución, posteriormente se presenta ante un notario para su elevación en la escritura pública, luego pasamos a registrarla al Sistema Nacional de los Registros Públicos y La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria respectivamente, cumpliendo con el proceso de formalización de nuestra empresa. Luego se hará el registro de la marca y nombre comercial del producto en Indecopi. El Plano de Zonificación es también importante, debido a que nos ubicamos en una zona denominada por la municipalidad de Sullana como zona industrial. Se sabe también que existe un mediano porcentaje de empresas que producen y comercializa chifles de manera informal; con un proceso que no sigue las normas de calidad, de salubridad y seguridad; estas empresas operan muchas veces sin restricciones, atentando contra la salud de las personas.

Factor Ambiental

La zona norte del país se ha visto beneficiada por un extenso río que se desplaza cerca de los terrenos de cultivo, por lo que contaremos con condiciones adecuadas para que se desarrolle nuestra materia prima; también debemos tener en cuenta que en Sullana existe una temporada de lluvia, que comprende de diciembre a abril, siendo marzo el mes más lluvioso. Las inundaciones en la zona no son comunes, exceptuando la inundación del año 2017 por fuertes lluvias presentadas, las que perjudicaron enormemente al sector agrícola.

4.1.2 Análisis del Microentorno

Se procedió a aplicar las cinco fuerzas de Porter, para tener una correcta visión del Microentorno.

Rivalidad entre competidores existentes

Actualmente el mercado de producción y comercialización de chifles es grande; hemos considerado en este proyecto las empresas competidoras con mayor porcentaje de ventas. La calidad en los procesos de producción hará que nuestro producto se diferencie de nuestros competidores; aun así, tenemos conocimiento de nuestros más fuertes competidores, cuyo reconocimiento de marca es mayor. Tales competidores son los siguientes:

- Chifles “Olaechea”
- Chifles “La Hojuela”
- Chifles “San Miguel”
- Chifles “Crickets”
- Chifles “Ricrus”
- Chifles “Piuranito”

Se deben desarrollar estrategias para tener ventaja frente a nuestra competencia; podríamos desarrollar una buena estrategia de marketing; o quizás acomodar los precios de venta, de manera que estén en el rango de precios del mercado, e incluso un poco menos; esto sin perjudicar nuestro margen de beneficio; o innovando en el envase que porta los chifles, etc.

Amenaza de competidores potenciales

La ciudad de Piura presenta un mercado empresarial orientado a la producción de chifles, con una gran cantidad de clientes consumidores de este producto. La demanda de chifles es amplia, y la obtención de la materia prima no conlleva dificultades. La competencia en este mercado nos motiva para realizar un estudio de prefactibilidad, que nos arroje buenos resultados. De esta forma pretendemos que nuestra proyección, se posicione como empresa líder en el sector. Debemos planificar estrategias para poder lograr con nuestros objetivos:

a) Economías de Escala por el lado de la oferta.

Debemos tener un buen proveedor, que nos abastezca de materia prima en cuanto se requiera; debido a que esta estrategia beneficia a los competidores ya existentes; nuestra empresa debe producir en grandes volúmenes para tener bajos costos, y en consecuencia vender nuestro producto también a precios bajos; evitando que nuestros competidores ya establecidos, tengan ventaja sobre nosotros.

b) Beneficios de escala por el lado de la demanda

Nuestros potenciales clientes, al ya conocer a las empresas chifleras habituales; una proporción considerable optará por consumir el producto de empresas ya conocidas; pero, nuestra empresa contrarrestará esa ventaja de los competidores con una estrategia de marketing bastante interesante; además de los bajos precios a los que se ofrecerán nuestros chifles.

c) Requisitos de Capital

La inversión se basa en máquinas que facilitan la producción de los chifles; reduciendo tiempos y procesos, la producción de este producto significa la ejecución de pocos procesos; es decir, la producción no considera un número alto de máquinas, o que sean muy especializadas; por lo tanto, no se requieren de inversiones tan fuertes.

d) Ventajas de actores establecidos independientemente del tamaño.

Nuestro producto no solo se venderá en mercados habituales, sino que llegará a establecimientos donde los competidores actuales no tienen tanta presencia.

e) Acceso Desigual a los canales de distribución

La empresa realizará el traslado del producto a minoristas (tiendas, bodegas, etc) para que lo hagan llegar al cliente final; también llevaremos el producto a clientes que nos contacten directamente por teléfono o mensajería.

f) Políticas Gubernamentales restrictivas

Limitación directa a la posibilidad a competir (licencias) o bien indirecta (condiciones altas de entrada).

Debido a lo expuesto, categorizaremos las barreras de entrada a este mercado como bajas.

El Poder de negociación de los proveedores

Contamos con una alta cartera de proveedores; por lo que este poder constituye un bajo porcentaje; pero si el precio de la materia prima sube en forma general, nos veremos perjudicados. La capacidad de negociación de los proveedores es una oportunidad, debido que la oferta de la materia prima se mantiene controlada.

El Poder de negociación de los clientes

Es poco probable que los clientes tengan poder sobre las empresas chifleras; debido a que existe una cantidad de empresas productoras en equilibrio con la demanda; los chifles se pueden encontrar en casi todas las bodegas de la ciudad; pero debemos tener en cuenta que, si ingresa un producto sustituto al nuestro, nuestros potenciales clientes pueden centrar su atención en ese producto sustituto, lo que nos pondría en una posición desventajosa. Es por ese motivo que debemos tener en cuenta los precios que manejan también esta clase de productos, para mantener nuestros productos dentro del mismo rango de precios. De lo enunciado los clientes constituyen una amenaza debido a su poder de elección de compra.

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos siempre serán una amenaza para toda empresa; nosotros confiamos que nuestras estrategias y bajos precios amorticen el

efecto de los productos sustitutos; que nuestra empresa, por su forma de atender a sus clientes, haya fidelizado a una buena parte del sector. De igual modo, según lo que propone Porter, podemos utilizar algunas de las 6 barreras de entrada; ya que la barrera de uno, puede ser una oportunidad para otro. Por lo tanto, el nivel de amenaza de productos sustitutos es media.

4.1.3 Análisis de la estrategia

Desarrollaremos un análisis de factores externos, así como de factores internos; para establecer una estrategia adecuada, para la realización del proyecto. Seguidamente realizaremos un Análisis FODA, para concluir con un análisis de matriz de estrategia.

A. Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Evaluaremos las fortalezas y debilidades a través de cuadros comparativos; además asignaremos un determinado peso para cada fortaleza y debilidad.

Tabla 9 Fortalezas y debilidades del análisis del microentorno

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Empresas bien posicionadas en el mercado con muchos años de presencia	D1	Pocos negocios producen chifles con saborizantes naturales
F2	Existencia de políticas de economías de escala en la producción y venta de chifles	D2	Alta inversión en equipos para producir en mayor cantidad
F3	Alto estándar de calidad en la producción de chifles	D3	Elevada dependencia del mercado.
F4	diferenciación de otros snacks por sus ingredientes y opción de sabores.	D4	No cuenta con canales de distribución del producto
F5	Precio del producto competitivo en el mercado	D5	Presenta limitación en el monto inicial de inversión

Nota: Elaboración propia

Posteriormente se determinó los pesos de cada uno de los factores y debilidades haciendo uso de la matriz de enfrentamiento cuyos resultados son los que se muestran a continuación

Tabla 10 Matriz de enfrentamiento EFI

	F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3	D4	D5	suma	peso
F1						1	1	1	1	1	5	5%
F2						3	4	2	3	4	16	17%
F3						1	1	3	1	1	7	8%
F4						1	1	1	1	1	5	5%
F5						3	3	1	1	1	9	10%
D1	1	3	1	3	3						11	12%
D2	1	4	1	3	3						12	13%
D3	1	2	3	2	1						9	10%
D4	1	3	1	1	1						7	8%
D5	1	4	3	1	3						12	13%
TOTAL											93	100%

Nota: Elaboración propia

Para este proceso se compararán las fortalezas y debilidades encontradas. El proceso consiste en asignar un valor de 1 a 5 para esta comparación. Este último incluiría la medida en que apoya la fuerza frente a la debilidad, siendo 1 el menos favorable y el 5 el mayor; y tan pronto como la debilidad afecta la fuerza, 1 punto es el menos afectado y 5 puntos el más fuerte. Para este proceso, las fortalezas no se compararán con las fortalezas ni las debilidades con las debilidades. El valor total de cada factor será calculado por la suma de los valores de todos los factores. Finalmente se elaboró la matriz de evaluación de factores externos obteniéndose un valor de 2.91, lo cual nos indica que dentro del sector las fortalezas se provechan para contrarrestar las debilidades.

Tabla 11 Matriz de evaluación de factores internos

Factores externos claves	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
FORTALEZAS			
Empresas bien posicionadas en el mercado con muchos años de presencia	0.13	4	0.52
Existencia de políticas de economías de escala en la producción y venta de chifles	0.1	2	0.2
Alto estándar de calidad en la producción de chifles	0.1	3	0.3
Diferenciación de otros snacks por sus ingredientes y opción de sabores	0.08	3	0.24
Precio de los chifles competitivo en el mercado actual	0.07	4	0.28
DEBILIDADES			
Pocos negocios producen chifles con saborizantes naturales	0.11	3	0.33
Alta inversión en equipos para producir en mayor cantidad	0.15	4	0.6
Elevada dependencia del mercado	0.08	2	0.16
No cuenta con canales de distribución del producto	0.1	2	0.2
Presenta limitación en el monto inicial de inversión	0.08	1	0.08
TOTAL	1		2.91

Nota: Elaboración propia

Puntuación de mercado

4: Fortaleza importante; 3: Fortaleza menor 2: Debilidad menor: 0: debilidad importante

Tabla 12 Resumen las cinco fuerzas de Porter (Análisis del Microentorno)

LAS 5 FUERZAS DE PORTER

NUEVOS ENTRANTES	PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROVEEDORES	CLIENTES	COMPETENCIA EN LA INDUSTRIA
La producción y comercialización de chifles con saborizantes considera una amenaza el ingreso de más empresas en el distrito de Piura; para ello es importante aplicar estrategias necesarias, hacer uso del merchandising, la calidad, la creatividad en la presentación y el contacto con el consumidor final.	Los productos sustitutos los snacks de chifles artesanales son los snacks de camotes, papas en sus diversas presentaciones, los chizitos, entre otros.	Para la producción de los chifles con saborizantes artesanales la materia prima primordial es el plátano bellaco, el mismo que se obtiene de manera directa en los mercados locales ya que esta fruta es una de las más producidas y demandadas en la región Piura y son distribuidos al punto que se requiere por tener disponibilidad de la materia prima	El chifle es un producto bandera de la región, uno de los elementos principales para complementación de los plátanos tradicionales y regionales, su consumo es masivo y su demanda también, y además no solo lo consumen a nivel local sino también nacional e internacional	El mercado y la comercialización de chifles con el paso de los años ha ido en incremento, esto genera una gran competencia esta puede ser por parte de empresas formales y también informales lo cual genera desventaja entre las empresas que participan en este rubro

Nota: Elaboración propia

A. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Del análisis del macroentorno se depende los siguientes factores

Tabla 13 Oportunidades y amenazas del sector

O1	Diversos canales de comunicación para dar a conocer los chifles con saborizantes naturales	A1	Falta de apoyo a las pequeñas y medianas empresas del sector alimentos por parte del Estado
O2	Piura es unos de las principales regiones de producción de banano especial para la producción de chifles	A2	Incremento de la demanda de snacks de chifles con saborizantes artificiales
O3	El gobierno local fomenta la promoción de ferias y exposiciones de productos artesanales	A3	Fluctuaciones económicas que afecten la economía del consumidor
O4	Crecimiento demográfico del departamento de Piura	A4	Desaceleración del crecimiento poblacional
O5	Tendencia por consumir productos orgánicos saludables como los chifles artesanales	A5	Factor climático que perjudique a la producción del banano
O6	Facilidades para la formalización de empresas dedicadas a la producción de chifles	A6	Incremento en los precios de los principales insumos (banano) del producto

Nota: Elaboración propia

Posteriormente se determinaron las ponderaciones de cada uno de los factores utilizando la matriz de enfrentamiento cuyos resultados son los que se muestran a continuación.

Tabla 14 Matriz de enfrentamiento de factores externos

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	CANTIDAD	PONDERACION
O1							1	1	1	1	3	1	8	7%
O2							2	4	1	1	1	4	13	12%
O3							3	1	1	1	2	1	9	8%
O4							1	1	1	1	1	1	6	6%
O5							1	1	1	1	1	1	6	6%
O6							3	1	1	1	1	1	8	7%
A1	2	3	3	1	1	3							13	12%
A2	1	4	1	1	1	1							9	8%
A3	2	1	2	1	2	1							9	8%
A4	1	1	2	1	1	1							7	7%
A5	3	2	2	1	1	1							10	9%
A6	1	4	1	1	1	1							9	8%
TOTAL													107	100%

Nota: Elaboración propia

Para este proceso se comparan las oportunidades y amenazas encontradas. El proceso consiste en asignar un valor de 1 a 5 para esta comparación. Este último incluiría el nivel de oportunidad que sustenta la amenaza, siendo 1 el menos favorable y 5 el mayor; y tan pronto como una amenaza afecta una oportunidad, 1 amenaza afecta menos y 5 amenazas afecta más. Para este proceso, no se comparará oportunidad con oportunidad ni amenaza con

amenaza. El valor total de cada factor será calculado por la suma de los valores de todos los factores.

Tabla 15 Matriz de evaluación de factores externos

Factores externos claves	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
OPORTUNIDADES			
Diversos canales de comunicación para dar a conocer los chifles con saborizantes naturales	0.09	2	0.18
Piura es uno de las principales regiones de producción de banano especial para la producción de chifles	0.1	4	0.4
El gobierno local fomenta la promoción de ferias y exposiciones de productos artesanales	0.1	3	0.3
Crecimiento demográfico del departamento de Piura	0.03	2	0.06
Tendencia por consumir productos orgánicos saludables como los chifles artesanales	0.1	4	0.4
Facilidades para la formalización de empresas dedicadas a la producción de chifles	0.08	3	0.24
AMENAZAS			
Falta de apoyo a las pequeñas y medianas empresas del sector alimentos por parte del Estado	0.1	3	0.3
Incremento de la demanda de snacks de chifles con saborizantes artificiales	0.1	4	0.4
Fluctuaciones económicas que afecten la economía del consumidor	0.06	2	0.12
Desaceleración del crecimiento poblacional	0.01	2	0.02
Factor climático que perjudique a la producción del banano	0.06	4	0.24
Incremento en los precios de los principales insumos (banano) del producto	0.17	4	0.68
TOTAL	1		3.34

Nota: Elaboración propia

Tabla 16 Matriz Foda

	Fortalezas	Debilidades
FODA	Empresas bien posicionadas en el mercado con muchos años de presencia	Pocos negocios producen chifles con saborizantes naturales
	Alto estándar de calidad en la producción de chifles	Alta inversión en equipos para producir en mayor cantidad
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Crecimiento demográfico del departamento de Piura	Desarrollar una estrategia de distribución del producto a través de las instituciones académicas y los centros laborales para como canales o puntos de ventas.	Evidenciar las características de un producto saludable que se puede consumir en todas las edades y que representa parte de la gastronomía local y nacional a bajo costo.
Tendencia por consumir productos orgánicos saludables como los chifles con saborizantes naturales	Asegurar la producción continua y el consumo evidenciado las ventajas de un producto orgánico y natural acorde con las tendencias de consumo actual	Se debe realizar campaña de lanzamiento del producto y alianzas con cafetines, snacks juguerías, cevicherías, etc., lugares donde se venda los chifles
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
Incremento de la demanda de snacks de chifles con saborizantes artificiales	Nos enfocaremos mayoritariamente en resaltar los aspectos diferenciadores del producto.	Salir al mercado con un precio cómodo que permitiría hacerse conocida la marca e incrementar el volumen de las ventas.
Incremento en los precios de los principales insumos (banano) del producto	Lograr un posicionamiento con la introducción rápida de este producto al mercado.	Realizar negociaciones con proveedores que entreguen la materia prima de calidad, la disponibilidad de la materia cuando se requiera y los precios justos

Nota: Elaboración propia

4.1.4. Misión:

Buscamos satisfacer la demanda, llegando a una gran cantidad de clientes, a precios de acuerdo con el mercado y con una calidad insuperable. Esperamos que nuestros chifles se conviertan en un producto preferido por el mercado local.

4.1.5. Visión:

Tender a la mejora continua buscando trascender en el tiempo mediante la innovación de nuestros procesos de producción, venta y distribución que vayan acorde con el progreso de la Industria 4.0. Buscamos alcanzar un lugar entre las empresas con mayor reconocimiento a nivel nacional; llegando a clientes de todas partes del país; y a largo plazo, ubicarnos en mercados de países vecinos.

4.1.5 Objetivos Estratégicos

- ✓ Ingresar al mercado con conocimiento de las características de nuestros competidores.
- ✓ Atraer clientes potenciales con adecuadas estrategias de Marketing.
- ✓ Poseer una amplia cartera de proveedores.
- ✓ Satisfacer la demanda del mercado.
- ✓ Analizar los procesos de producción de forma frecuente, para encontrar mejoras formas de realizar el trabajo; siempre en busca de la mejora continua.
- ✓ Mantener precios acordes al mercado
- ✓ Promover la Certificación de nuestros procesos, así como de nuestro producto.

4.2. Objetivo específico 2. Realizar el estudio de mercado del proyecto y determinar la demanda objetivo del proyecto.

Es estudio de mercado se inició definiendo la segmentación del mercado donde va a estar direccionado nuestro proyecto y mediante la aplicación de la fórmula estadística para poblaciones finitas se obtuvo una muestra de 374 habitantes, los resultados se muestran en la tabla 17.

Tabla 17 Población, demanda potencial y muestra bajo criterios de segmentación

Tipo de segmentación	Descripción
Geográfica	Distritos: Piura, veintiséis de octubre, Castilla, Catacaos y La Unión
Demográfica	18 a 55 años
Socioeconómica	NSE AB

Distrito	Piura	veintiséis de Octubre	Castilla	Catacaos	La Unión	Total
Población INEI	157,781	174,400	152,731	46,418	43,913	575,243
Factor NSE AB	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%	
Población NSE AB	7,731	8,546	7,484	2,274	2,152	28,187
20-24	7.95%	7.82%	7.74%	7.60%	8.12%	
25-29	7.50%	7.73%	7.14%	7.32%	7.73%	
30-34	7.51%	7.66%	7.30%	7.87%	7.84%	
35-39	7.36%	7.44%	7.06%	7.40%	7.75%	
40-44	6.53%	6.69%	6.66%	6.63%	6.86%	
45-49	6.76%	6.94%	7.22%	7.13%	7.00%	
50-55	7.21%	7.18%	7.08%	7.08%	6.59%	
Factor edad (20-55)	50.82%	51.46%	50.20%	51.03%	51.89%	
Mercado potencial	3,929	4,398	3,757	1,161	1,117	14,361
% de cuota	27.36%	30.62%	26.16%	8.08%	7.77%	100.00%

tamaño de muestra	
Concepto	Datos
Nivel de confianza 90% (z)	1.96
Prob. Ocurrencia (p)	0.5
Prob. En contra (q)	0.5
Población (N)	14,361
Error de estimación (e)	0.05
Muestra	374

$$n = \frac{N * p * q * (z)^2}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

Nota: Elaboración propia

Determinación de parámetros para la localidad de Piura:

Mercado potencial Piura = Factor edad x Poblacion NSE AB

Mercado Potencial Piura = 50.82% x 7,731 = 3,929 habitantes

$$\text{Porcentaje de cuota Piura} = \frac{\text{Mcdo Potencial Piura}}{\text{Total Mcdo Potencial}} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de cuota Piura} = \frac{3,929}{14,361} \times 100 = 27.36\%$$

Tabla 18 Cuota de distribución en % y habitantes por localidades de la demanda potencial y muestra 2022

PROVINCIAS	Factor de edad (20-55)	Mercado potencial	% de cuota	Distribución de cuota de la muestra
Piura	50.82%	3,929.03	27.36%	102
veintiséis de Octubre	51.46%	4,397.57	30.62%	115
Castilla	50.20%	3,756.88	26.16%	98
Catacaos	51.03%	1,160.67	8.08%	30
La Unión	51.89%	1,116.54	7.77%	29
TOTAL		14,360.68	100.00%	374

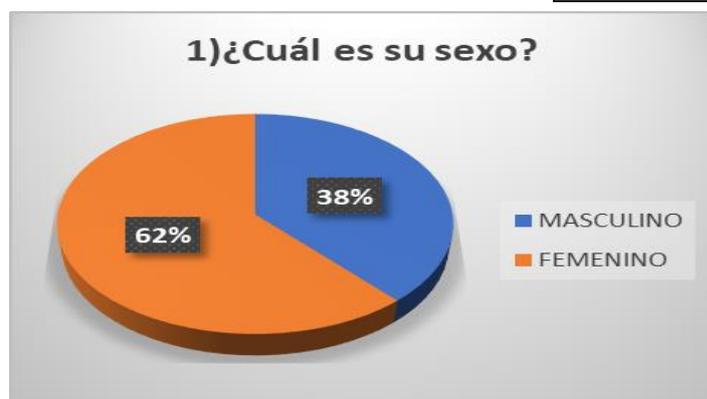
Nota: Elaboración propia

Posteriormente se elaboró un formato de la encuesta y se realizó la misma en forma aleatoria cuyos resultados son los que se muestran en el Anexo 1. Luego se elaboraron cuadros estadísticos con los datos obtenidos de las respuestas a cada pregunta de la encuesta, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 19 Resultados de la pregunta 1

1) ¿Cuál es su sexo?

MASCULINO	38.2%	143
FEMENINO	61.7%	231
		374



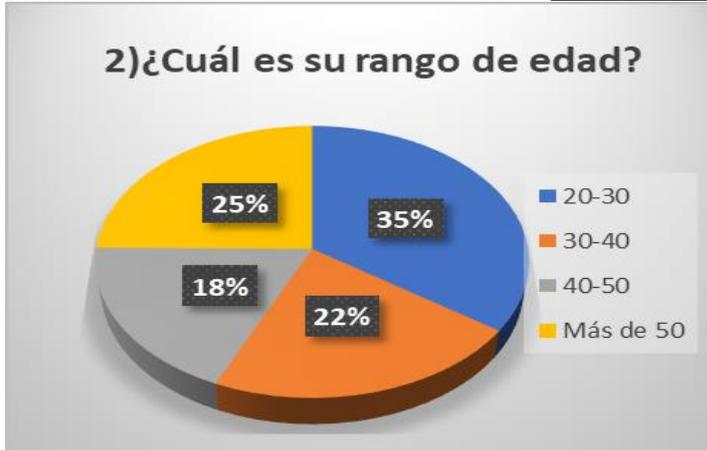
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

De la información se puede inferir que el 62% de los encuestados pertenecieron al sexo femenino y el 38% a sexo masculino

Tabla 20 Resultados de la pregunta 2

2) ¿Cuál es su rango de edad?

20-30	34.7%	130
30-40	21.9%	82
40-50	18.4%	69
Más de 50	24.9%	93
		374



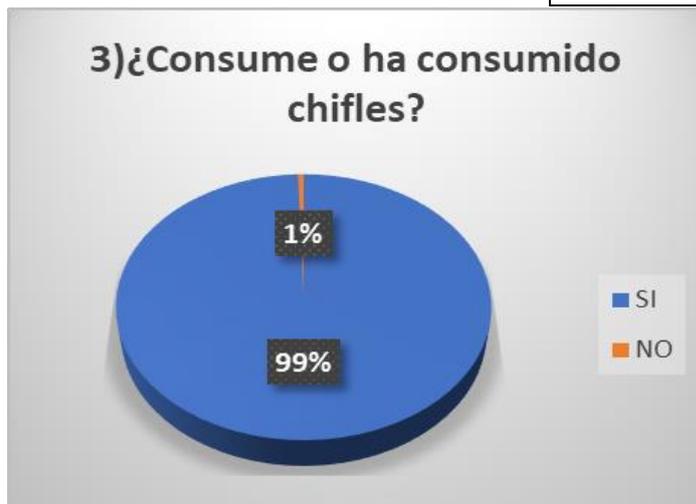
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Entre los encuestados hay un 35% entre 20 y 30 años haciendo mayoría entre el total de personas evaluadas.

Tabla 21 Resultados de la pregunta 3

3) ¿Consume o ha consumido chifles?

SI	99.4%	372
NO	0.5%	2
		374



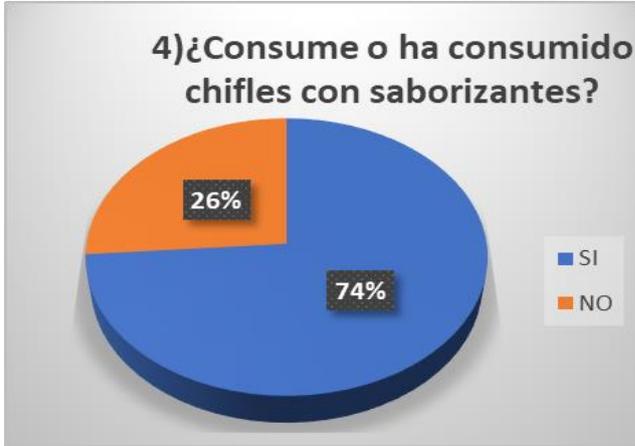
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Se resalta que el 99% de los encuestados si ha consumido chifles.

Tabla 22 Resultados de la pregunta 4

4) ¿Consume o ha consumido chifles con saborizantes?

SI	73.8%	276
NO	26.2%	98
		374



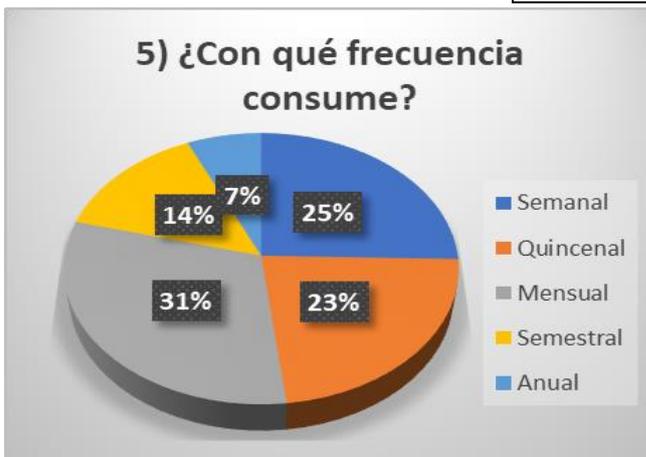
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Más de la mitad de encuestados siendo un 74% de entre los encuestados si ha consumido chifles con saborizantes.

Tabla 23 Resultados de la pregunta 5

5) ¿Con qué frecuencia consume?

Semanal	25.4%	95
Quincenal	22.7%	85
Mensual	31.0%	116
Semestral	14.2%	53
Anual	6.7%	25
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El 31%, 25% y 23% consumen mensual, semanal y quincenalmente teniendo un total superior a la mitad de los encuestados que consumen chifles.

Tabla 24 Resultados de la pregunta 6

6) ¿Qué marca de chifles ha consumido?

Cricketts	6.1%	23
Olaechea	7.8%	29
Piuranito	23.3%	87
San Miguel	6.1%	23
Otros	56.7%	212
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El 57% de encuestados a consumido la marca de chifles Cricketts.

Tabla 25 Resultados de la pregunta 7

7) ¿Dónde consume normalmente los chifles con saborizantes?

Restaurantes	7.8%	29
Bodegas	35.8%	134
Hogar	15.0%	56
Kiosko	14.4%	54
Otros	27.0%	101
		374



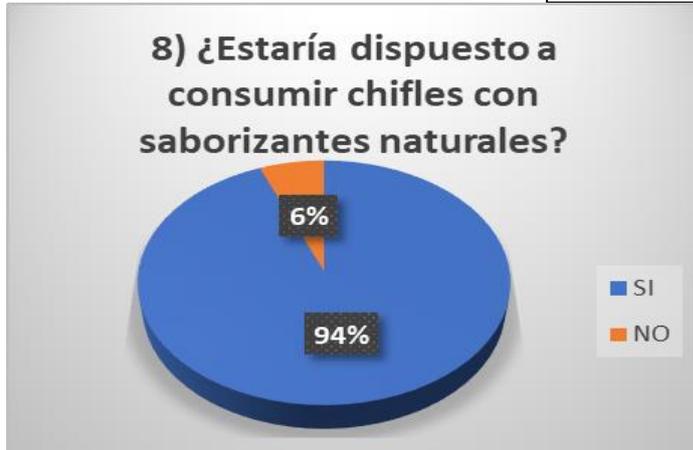
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El 36% de los encuestados adquieren chifles con saborizantes en bodegas.

Tabla 26 Resultados de la pregunta 8

8) ¿Estaría dispuesto a consumir chifles con saborizantes naturales?

SI	93.8%	351
NO	6.1%	23
		374



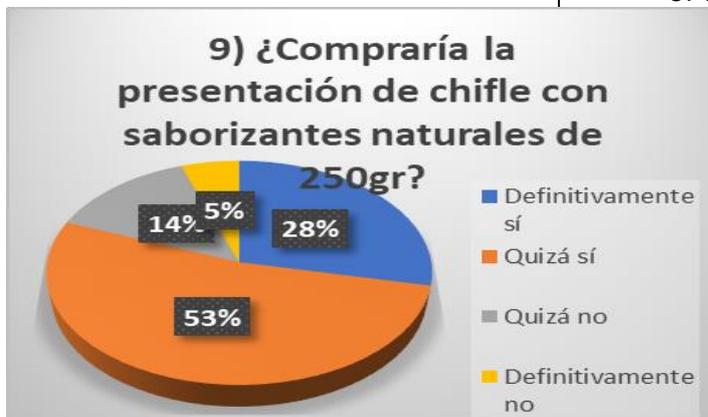
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Un total del 94% de encuestados si esta dispuesto a consumir chifles con saborizantes naturales.

Tabla 27 Resultados de la pregunta 9

9) ¿Compraría la presentación de chifle con saborizantes naturales de 250gr?

Definitivamente sí	28.3%	106
Quizá sí	52.7%	197
Quizá no	13.6%	51
Definitivamente no	5.3%	20
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Se resalta que el 53% de encuestados comprarían los chifles con saborizantes en una presentación de 250gr.

Tabla 28 Resultados de la pregunta 10

10) ¿Cuál es el sabor de su preferencia?

Ajo	15.2%	57
Picante	50.5%	189
Orégano	34.2%	128
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Según la encuesta realizada, el mayor sabor de preferencia con un 51% de resultado pertenece al sabor picante.

Tabla 29 Resultados de la pregunta 11

11) ¿Dónde compraría probablemente los chifles con saborizantes?

Bodegas	44.9%	168
Minimarkets	19.8%	74
Terminal de buses	8.8%	33
Tienda principal	11.0%	41
Supermercados	15.5%	58
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El lugar donde más se comprarían los chifles con saborizantes sería en bodegas con un 45% de resultado.

Tabla 30 Resultados de la pregunta 12

12) ¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por una bolsa de 250gr?

13 soles	69.0%	258
13,50 soles	16.8%	63
14 soles	9.4%	35
14,50 soles	3.7%	14
15 soles	1.1%	4
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El precio más atractivo para los encuestados con un 69% de resultado es de 13 soles por una bolsa de 250gr.

Tabla 31 Resultados de la pregunta 13

13) ¿Cuántas bolsas de 250gr consumiría al mes?

1 bolsa	32.3%	121
2 bolsas	28.9%	108
3 bolsas	21.1%	79
4 bolsas	10.4%	39
Más de 4 bolsas	7.2%	27
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Según los resultados obtenidos, el 32% consumiría una bolsa de 250gr al mes y 29% consumiría dos bolsas de 250gr al mes.

Tabla 32 Resultados de la pregunta 14

14) ¿Qué nombre considera idóneo para la marca?

Chifles Orgánicos	33.1%	124
Organic Banana	7.5%	28
Crujientes Snacks	19.2%	72
Chifles La Variada	8.0%	30
Chifles La Piuranita	32.1%	120
		374



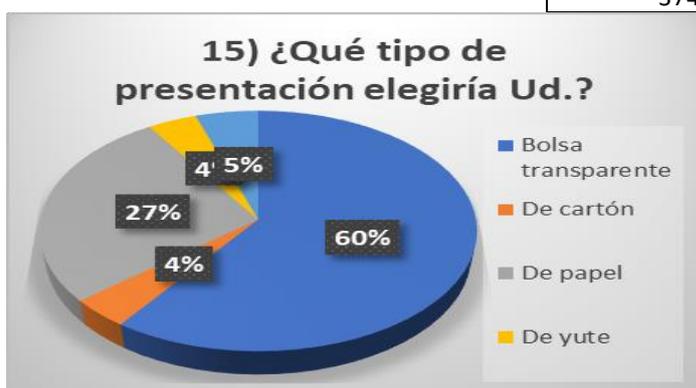
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El nombre más llamativo para los encuestados es “Chifles Orgánicos” con un 33% de resultado.

Tabla 33 Resultados de la pregunta 15

15) ¿Qué tipo de presentación elegiría Ud.?

Bolsa transparente	59.9%	224
De cartón	4.0%	15
De papel	27.0%	101
De yute	4.0%	15
Otros	5.1%	19
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

La presentación más agradable con un 60% de resultado entre los encuestados es la bolsa transparente, manteniéndose así la preferencia clásica entre los consumidores de chifles.

Tabla 34 Resultados de la pregunta 16

16) ¿Por cuál medio publicitario prefiere escuchar acerca del producto?

Redes sociales	70.0%	262
Televisión	7.2%	27
Radio	9.6%	36
Página web	5.6%	21
Paneles publicitarios	7.5%	28
		374



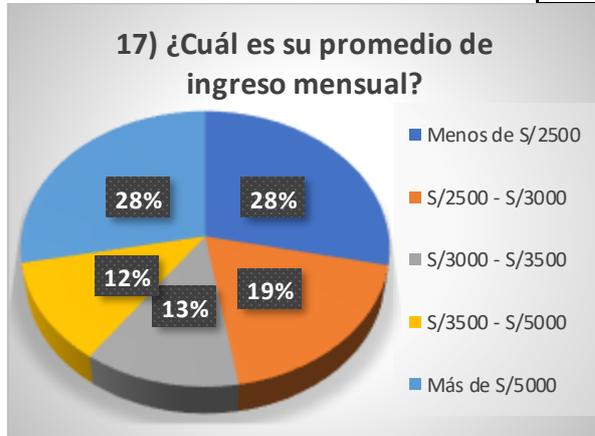
Nota: Datos obtenidos de la encuesta

El 70% prefiere que el medio publicitario sea por medio de redes sociales.

Tabla 35 Resultados de la pregunta 17

17) ¿Cuál es su promedio de ingreso mensual?

Menos de S/2500	28.3%	106
S/2500 - S/3000	19.0%	71
S/3000 - S/3500	12.6%	47
S/3500 - S/5000	12.0%	45
Más de S/5000	28.1%	105
		374



Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Según los datos obtenidos de la encuesta, existe una igualdad entre los que tienen ingreso menor a 2500 soles y más de 5000 soles.

Posteriormente se procedió a realizar las proyecciones de la población para los periodos 2023 al 2027 y para ello se consideró el crecimiento población promedio de la región Piura de 1.8 % anual según INEI. La fórmula para determinarlo fue la siguiente:

$$Pd = Pa * (1 + r)^t$$

Pd = Poblacion proyectada

Pa = Poblacion actual

r = tasa de crecimiento

t=tiempo de proyeccion

Los resultados se muestran a continuación:

Tabla 36 proyección poblacional por localidades 2023-2027 (habitantes)

Distrito	Datos según INEI (2022)	2023 t=1	2024 t=2	2025 t=3	2026 t=4	2027 t=5
Piura	157,781	160,621	163,512	166,455	169,452	172,502
Veintiséis de Octubre	174,400	177,539	180,735	183,988	187,300	190,671
Castilla	152,731	155,480	158,279	161,128	164,028	166,981
Catacaos	46,418	47,254	48,104	48,970	49,851	50,749
La Unión	43,913	44,703	46,327	48,874	52,489	57,387
Total	575,243	585,597	596,957	609,416	623,120	638,289

$$Poblacion\ de\ Piura\ 2023 = 157,784(1 + 0.018)^1$$

$$Poblacion\ de\ Piura\ 2024 = 157,784(1 + 0.018)^2$$

De la misma forma se realizó para las demás localidades para los periodos 2023-2027. Posteriormente una vez determinada la proyección poblacional por lo localidades se determinó la demanda Potencial de acuerdo con la segmentación del mercado los resultados fueron los siguiente:

Tabla 37 Demanda potencial periodos 2023-2027

AÑO	2023	2024	2025	2026	2027
Factor NSE AB	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%	4.90%

MERCADO POTENCIAL PROYECTADO					
Distrito	2023	2024	2025	2026	2027
Piura	7,870	8,012	8,156	8,303	8,453
Veintiséis de Octubre	8,699	8,856	9,015	9,178	9,343
Castilla	7,619	7,756	7,895	8,037	8,182
Catacaos	2,315	2,357	2,400	2,443	2,487
La Unión	2,190	2,270	2,395	2,572	2,812
Total	28,694	29,251	29,861	30,533	31,276

Nota: Elaboración propia

Demanda potencial de la localidad de Piura para el periodo 2023

$$DP \text{ Piura } 2023 = Poblacion \text{ } 2023 \times Factor \text{ NSE}$$

$$DP \text{ Piura } 2023 = 157,781 \times 4.9\% = 7,870 \text{ habitantes}$$

De la misma forma se realizó para las demás localidades para los periodos 2023-2027. Luego se determinó la demanda disponible y para ello se utilizó los resultados de las siguientes preguntas de la encuesta:

Tabla 38 Preguntas y respuestas consideradas para determinar la demanda disponible

¿Consume o ha consumido chifles?

SI	92.9%	372
NO	7.1%	2
		374

¿Consume o ha consumido chifles con saborizantes?

SI	82.8%	276
NO	17.2%	98
		374

¿Estaría dispuesto a consumir chifles con saborizantes naturales?

SI	93.9%	351
NO	6.1%	23

Nota: Los datos fueron tomados de los resultados de la encuesta

Con estos resultados se determinó el factor de mercado disponible, el cual se obtuvo de la siguiente forma:

$$FMD = 92.9\% \times 82.8\% \times 93.9\% = 72.19\%$$

Este valor se utilizó para determinar la demanda disponible de cada una de las localidades para los periodos 2023-2027. Los resultados fueron los que se muestra a continuación:

Tabla 39 Demanda disponible por localidades periodo 2023-2027 (habitantes)

AÑO	2024	2025	2026	2027	2028
Factor de mercado disponible	72.19%	72.19%	72.19%	72.19%	72.19%
MERCADO DISPONIBLE PROYECTADO					
Distrito	2023	2024	2025	2026	2027
Piura	5,682	5,784	5,888	5,994	6,102
Veintiséis de Octubre	6,280	6,393	6,508	6,626	6,745
Castilla	5,500	5,599	5,700	5,802	5,907
Catacaos	1,672	1,702	1,732	1,763	1,795
La Unión	1,581	1,639	1,729	1,857	2,030
Total	20,715	21,117	21,558	22,042	22,579

Nota: Los datos fueron tomados de los resultados de la encuesta

Determinación de la demanda disponible (DD) para la localidad de Piura:

$$DD \text{ Piura } 2023 = DP \text{ Piura } 2023 \times FDD \text{ Piura } 2023$$

$$DD \text{ Piura } 2023 = 7,870 \times FDD \times 72.19\% = 5,682 \text{ habitantes}$$

De la misma se realizó para las demás localidades para los años 2023-2027. Seguidamente se determinó la demanda efectiva para lo cual se utilizó las respuestas de la siguiente pregunta de la encuesta.

¿Compraría la presentación de chifle con saborizantes naturales de 250gr?

DEFINITIVAMENTE SI	28.3%	106
QUIZA SI	52.7%	197
QUIZA NO	13.6%	51
DEFINITIVAMENTE NO	5.3%	20
TOTAL		374

Nota: Datos obtenidos de la encuesta

Para la determinación de los valores de la demanda efectiva se tomó como factor el % de habitantes que respondieron “**Definitivamente si**”; este valor se afectó a la demanda disponible de cada localidad. Los resultados son los que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 40 Demanda efectiva por localidades periodo 2023-2027 (en habitantes)

AÑO	2023	2024	2025	2026	2027
Factor de mercado efectivo	28.34%	28.34%	28.34%	28.34%	28.34%

MERCADO EFECTIVO PROYECTADO					
Distrito	2023	2024	2025	2026	2027
Piura	1,610	1,639	1,669	1,699	1,729
Veintiséis de Octubre	1,780	1,812	1,845	1,878	1,912
Castilla	1,559	1,587	1,615	1,645	1,674
Catacaos	474	482	491	500	509
La Unión	448	464	490	526	575
Total	5,871	5,985	6,110	6,247	6,399

Nota: Elaboración propia

Determinación de la demanda efectiva (DE) de la localidad de Piura periodo 2023

$$Demanda Efectiva Piura 2023 = FDE \times Demanda disponible de Piura 2023$$

$$Demanda efectiva Piura 2023 = 28.34\% \times 5.682 = 1,610 \text{ habitantes}$$

De la misma forma se determinó para el resto de las localidades. Finalmente se determinó la demanda objetivo del proyecto y para ello se consideró en forma conservadora el 20% de la demanda efectiva, siendo los resultados finales los que se muestran a continuación:

Tabla 41 Demanda objetivo periodo 2023-2027 (en habitantes)

AÑO	2023	2024	2025	2026	2027
Factor de mercado objetivo	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%

MERCADO OBJETIVO PROYECTADO (habitantes)					
Distrito	2023	2024	2025	2026	2027
Piura	322	328	334	340	346
Veintiséis de Octubre	356	362	369	376	382
Castilla	312	317	323	329	335
Catacaos	95	96	98	100	102
La Unión	90	93	98	105	115
Total	1,174	1,197	1,222	1,249	1,280

Nota: Elaboración propia

Determinación de la demanda objetivo para la localidad de Piura periodo 2023}

$$\text{Demanda objetivo Piura 2023} = \text{FDO} \times \text{demanda efectiva Piura 2023}$$

$$\text{Demanda objetivo Piura 2023} = 20\% \times 1,610 = 322 \text{ habitantes}$$

Para cuantificar la demanda en bolsas de 250 gramos se utilizó los resultados de la pregunta “Cuántas bolsas de 250 gramos consumiría usted” de la encuesta, cuyos resultados se fueron:

Tabla 42 Demanda anual por habitante (bolsas de 250 gr)

¿Cuántas bolsas de 250gr consumiría al mes?

	% de personas que consumen	PERSONAS	Unidades	Consumo ponderado	
1 bolsa	32.4%	121	1	0.32	
2 bolsas	28.9%	108	2	0.58	
3 bolsas	21.1%	79	3	0.63	
4 bolsas	10.4%	39	4	0.42	
Más de 4 bolsas	7.2%	27	5	0.36	
TOTAL	100.0%	374		2.31	Unidades al mes
				27.75	Unidades al año

Nota: Elaboración propia

Análisis para el consumo ponderado para 1 bolsa al mes:

$$\% \text{ de personas de consumo 1 bolsa} = \frac{121}{374} = 32.4\%$$

$$\text{Consumo ponderado 1 bolsa} = 32.4\% \times 1 \text{ unidad} = 0.32 \text{ unidades}$$

Análisis para el consumo ponderado para 2 bolsas al mes:

$$\% \text{ de personas de consumo 2 bolsa} = \frac{108}{374} = 28.9\%$$

$$\text{Consumo ponderado 1 bolsa} = 28.9\% \times 2 \text{ unidad} = 0.58 \text{ unidades}$$

Análisis para el consumo ponderado para 3 bolsas al mes:

$$\% \text{ de personas de consumo 1 bolsa} = \frac{79}{374} = 21.1\%$$

$$\text{Consumo ponderado 1 bolsa} = 21.1\% \times 3 \text{ unidad} = 0.63 \text{ unidades unidades}$$

Análisis para el consumo ponderado para 4 bolsas al mes:

$$\% \text{ de personas de consumo 4 bolsa} = \frac{39}{374} = 0.42\%$$

$$\text{Consumo ponderado 1 bolsa} = 0.42\% \times 4 \text{ unidad} = 0.42 \text{ unidades}$$

Análisis para el consumo ponderado para más de 4 bolsas al mes:

$$\% \text{ de personas de consumo mas de 4 bolsa} = \frac{27}{374} = 7.2\%$$

$$\text{Consumo ponderado 1 bolsa} = 7.2\% \times 5 \text{ unidad} = 0.36 \text{ unidades unidades}$$

Finalmente:

$$\text{Demanda mensual en unidades} = 0.32 + 0.58 + 0.63 + 0.42 + 0.36 = 2.31 \text{ unidades}$$

$$\text{Demanda anual en unidades de 250 gr} = 2.31 \times 12 = 27.75 \text{ unidades}$$

Con este valor se determinó la demanda objetivo en bolsas de 250 gr por cada localidad. Los resultados son los que se muestran a continuación.

Tabla 43 Demanda objetivo en unidades (bolsas de 250 gramos)

DEMANDA OBJETIVO EN UNIDADES (bolsas de 250 gr)					
Distrito	2023	2024	2025	2026	2027
Piura	8,939	9,100	9,264	9,430	9,600
Veintiséis de Octubre	9,880	10,058	10,239	10,424	10,611
Castilla	8,653	8,808	8,967	9,128	9,293
Catacaos	2,630	2,677	2,725	2,774	2,824
La Unión	2,488	2,578	2,720	2,921	3,194
Total	32,590	33,222	33,915	34,678	35,522

Nota: Elaboración propia

Esta demanda proyectada se utilizará en el estudio técnico económico para determinar la viabilidad del proyecto.

4.3. Objetivo específico 3. Realizar el estudio técnico económico del proyecto

El estudio técnico se inició con la determinación de la localización de planta para lo cual se usó el método de ponderación de factores, siendo estos los siguientes:

Tabla 44 Factores utilizados en la aplicación de planta

FACTOR	DESCRIPCION
F1	Calidad de la fuente de agua
F2	Costo del agua
F3	Demanda del mercado
F4	Costo de transporte
F5	Disponibilidad de mano de obra
F6	Disponibilidad de Energía
F7	Costo de la energía
F8	Costo de alquiler del local
F9	Servicios Públicos
F10	Infraestructura de carreteras
F11	Cercanía a los proveedores
F12	Facilidad de permisos municipales
F13	Impuesto
F14	Costo de instalación
F15	Inseguridad ciudadana
F16	Costo de insumos

Nota: Elaboración propia

Cuyos pesos fueron determinados usando la matriz de enfrentamiento cuyos resultados se muestran en la tabla 46. Segundamente con las ponderaciones determinadas se realizó la macro localización para lo cual se usó las siguientes calificaciones

CALIFICACION	
Excelente	10
Muy bueno	8
Bueno	6
Regular	4
Deficiente	2

Nota: Elaboración propia

Los resultados finales de la macro localización fueron los que se muestran a continuación.

Tabla 45 Resultados de la macro localización del proyecto

FACTOR	DESCRIPCION	PESO	Piura		Sullana		talara		Paita		Sechura	
			CAL	PP	CAL	PP	CAL	PP	CAL	PP	CAL	PP
F1	Calidad de la fuente de agua	7%	8	0.53	6	0.40	4	0.27	4	0.27	9	0.6
F2	Costo del agua	5%	8	0.37	4	0.19	4	0.19	4	0.19	6	0.28
F3	Demanda del mercado	6%	9	0.54	6	0.36	4	0.24	4	0.24	8	0.48
F4	Costo de transporte	7%	7	0.51	6	0.44	6	0.44	6	0.44	5	0.367
F5	Disponibilidad de mano de obra	6%	8	0.48	6	0.36	6	0.36	6	0.36	6	0.36
F6	Disponibilidad de Energía	5%	8	0.43	10	0.53	10	0.53	10	0.53	6	0.32
F7	Costo de la energía	5%	7	0.37	6	0.32	6	0.32	6	0.32	5	0.267
F8	Costo de alquiler del local	9%	7	0.61	6	0.52	6	0.52	6	0.52	3	0.26
F9	Servicios Públicos	3%	8	0.21	8	0.21	6	0.16	6	0.16	5	0.133
F10	Infraestructura de carreteras	6%	8	0.48	8	0.48	4	0.24	4	0.24	6	0.36
F11	Cercanía a los proveedores	9%	8	0.69	6	0.52	6	0.52	4	0.35	5	0.433
F12	Facilidad de permisos municipales	4%	10	0.40	6	0.24	4	0.16	4	0.16	5	0.2
F13	Impuesto	9%	8	0.69	8	0.69	8	0.69	8	0.69	7	0.607
F14	Costo de instalación	6%	6	0.36	8	0.48	8	0.48	8	0.48	7	0.42
F15	Inseguridad ciudadana	8%	10	0.80	6	0.48	6	0.48	6	0.48	6	0.48
F16	Costo de insumos	6%	7	0.42	4	0.24	4	0.24	4	0.24	3	0.18
Total			7.907		6.4667		5.8400		5.6667		5.747	

Nota: Elaboración propia

Siendo la localidad más importante la localidad de Piura con un promedio ponderado de 7.907 puntos. Posteriormente se realizó el mico localización utilizando los mismos factores cuyos resultados son los que se muestran a continuación.

Tabla 46 Micro localización de planta del proyecto

FACTOR	DESCRIPCION	PESO	Piura		26 de octubre		Castilla		Catacaos		La Unión	
			cal	Punt.	cal	Punt.	cal	Punt.	cal	Punt.	cal	Punt.
F1	Calidad de la fuente de agua	7%	7	0.47	9	0.60	9	0.60	9	0.60	9	0.60
F2	Costo del agua	5%	7	0.63	9	0.42	8	0.37	7	0.33	6	0.28
F3	Demanda del mercado	6%	7	0.14	9	0.54	8	0.48	8	0.48	8	0.48
F4	Costo de transporte	7%	9	0.61	6	0.44	6	0.44	7	0.51	5	0.37
F5	Disponibilidad de mano de obra	6%	8	0.48	6	0.36	6	0.36	8	0.48	6	0.36
F6	Disponibilidad de Energía	5%	10	0.53	8	0.43	10	0.53	6	0.32	6	0.32
F7	Costo de la energía	5%	8	0.43	6	0.32	6	0.32	8	0.43	5	0.27
F8	Costo de alquiler del local	9%	9	0.78	7	0.61	6	0.52	4	0.35	3	0.26
F9	Servicios Públicos	3%	8	0.21	6	0.16	6	0.16	4	0.11	5	0.13
F10	Infraestructura de carreteras	6%	8	0.48	8	0.48	4	0.24	4	0.24	6	0.36
F11	Cercanía a los proveedores	9%	8	0.69	6	0.52	6	0.52	4	0.35	5	0.43
F12	Facilidad de permisos municipales	4%	10	0.42	6	0.24	4	0.16	4	0.16	5	0.20
F13	Impuesto	9%	10	0.87	7	0.61	8	0.69	8	0.69	7	0.61
F14	Costo de instalación	6%	8	0.48	8	0.48	8	0.48	8	0.48	7	0.42
F15	Inseguridad ciudadana	8%	10	0.80	6	0.48	6	0.48	6	0.48	6	0.48
F16	Costo de insumos	6%	7	0.42	4	0.24	4	0.24	3	0.18	3	0.18
Total			8.44		6.92		6.60		6.18		5.75	

Nota: Elaboración propia

Obteniéndose finalmente la localidad de Piura la ubicación más importante para el proyecto.

Tabla 47 Resultados de la Matriz de enfrentamiento de los factores utilizados para la localización de planta

FACTORES	DESCRIPCION	Fac	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	TOT	PON
F1	Calidad de la fuente de agua	F1		1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	10	7%
F2	Costo del agua	F2	1		1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	7	5%
F3	Demanda del mercado	F3	0	0		1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	9	6%
F4	Costo de transporte	F4	1	0	1		1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	11	7%
F5	Disponibilidad de mano de obra	F5	0	1	1	1		1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	9	6%
F6	Disponibilidad de Energía	F6	0	1	0	1	1		1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	8	5%
F7	Costo de la energía	F7	0	0	1	1	0	1		0	0	1	1	1	0	1	0	1	8	5%
F8	Costo de alquiler del local	F8	1	1	1	0	1	1	1		0	1	1	1	1	1	0	1	13	9%
F9	Servicios Públicos	F9	0	0	0	0	0	1	0	0		1	1	0	0	0	1	0	4	3%
F10	Infraestructura de carreteras	F10	0	0	0	1	1	0	1	1	0		1	0	1	1	1	1	9	6%
F11	Cercanía a los proveedores	F11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	0	1	1	1	13	9%
F12	Facilidad de permisos municipales	F12	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0		1	0	1	0	6	4%
F13	Impuesto	F13	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1		1	1	1	13	9%
F14	Costo de instalación	F14	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1		1	1	9	6%
F15	Inseguridad ciudadana	F15	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0		1	12	8%
F16	Costo de insumos	F16	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1		9	6%
Total																			150	100%

Nota: Elaboración propia

Posteriormente se realizaron las cotizaciones de los equipos más importantes para el proyecto los cuales se muestran a continuación:

Tabla 48 Ficha técnica de equipos principales del proyecto (en soles)

CRITERIO	COCINA INDUSTRIAL	CORTADORA	IMPRESORA
Precio inc. IGV	2,950.00	7,670.00	1,770.00
Precio sin IGV	2,500.00	6,500.00	1,500.00
Proveedor	EDIPESA	ANDES TECHNOLOGY	CARSA
Modelo	REXON 60 TON	BHE - 150	L3250
MARCA	REXON	ITURROSPE	EPSON
Garantía	1 año	1 año	1 año
Incluye Instalación	NO	NO	NO

Nota: Elaboración propia



Tabla 49 Ficha técnica de algunos equipos principales del proyecto (en soles)

CRITERIO	COMPUTADORA	SELLADORA	BALANZA DIGITAL
Precio inc. IGV	4,130.00	9,676.00	413.00
Precio sin IGV	3,500.00	8,200.00	350.00
Proveedor	CARSA	DIRECT INDUSTRY	MOBISOFT
Modelo	Intel core i512430H	MPS7700	GRAM
MARCA	LENOVO	PEXBACK	M6P CON VISOR
Garantía	1 año	1 año	1 AÑO
Incluye Instalación	NO	NO	NO

Nota: Elaboración propia



A continuación, se presenta en las tablas 50 a la tabla 54 las cotizaciones de los equipos, muebles, enseres, y activos intangibles del proyecto.

Tabla 50 Presupuesto de inversiones en equipos (en soles corrientes)

IGV= 18.00%

Nº	EQUIPOS	Cantidad	unidad	Costo unitario sin IGV	Monto total sin IGV	IGV	Costo total con IGV	Vida útil (años)
1	Balanza Selladora	1	unidad	350	350	63	413	4
2	industrial	1	unidad	8,200	8,200	1,476	9,676	4
3	Impresora	1	unidad	1,500	1,500	270	1,770	4
4	Cocina industrial	1	unidad	2,500	2,500	450	2,950	4
5	Computadora	1	unidad	3,500	3,500	630	4,130	4
6	Cortadora industrial	1	unidad	6,500	6,500	1,170	7,670	4
TOTAL				22,550	22,550	4,059	26,609	

Nota: Elaboración propia

Tabla 51 Presupuesto de inversiones en equipos (en soles corrientes)

Nº	MUEBLES	Cantidad	unidad	Costo unitario sin IGV	Monto total sin IGV	IGV	Costo total con IGV	Vida util (años)
1	Escritorio	2	unidad	250.00	500.00	90.00	590.00	3
2	Silla giratoria	2	unidad	524.00	1,048.00	188.64	1,236.64	3
3	Silla	6	unidad	60.00	360.00	64.80	424.80	3
4	Mesa de trabajo	3	unidad	85.00	255.00	45.90	300.90	3
TOTAL				919.00	2,163.00	389.34	2,552.34	

Nota: Elaboración propia

Tabla 52 Presupuesto de inversiones en enseres (en soles corrientes)

Nº	ENSERES	Cantidad	unidad	Costo unitario sin IGV	Monto total sin IGV	IGV	Costo total con IGV	Vida útil (años)
1	Extintor	2	unidad	80.00	160.00	28.80	188.80	2
2	botas	5	par	120.00	600.00	108.00	708.00	2
3	Cuchillos	4	unidad	45.00	180.00	32.40	212.40	2
4	Peroles	3	unidad	90.00	270.00	48.60	318.60	2
5	Escurreidor de aceite	2	unidad	50.00	100.00	18.00	118.00	2
6	Recipiente de metal	3	unidad	60.00	180.00	32.40	212.40	2
7	Anaqueles	2	unidad	80.00	160.00	28.80	188.80	2
8	Espátula con mango	3	unidad	25.00	75.00	13.50	88.50	2
9	Tijeras	3	unidad	15.00	45.00	8.10	53.10	2
TOTAL				S/ 565.00	S/ 1,770.00	S/ 318.60	S/ 2,088.60	

Nota: Elaboración propia

Tabla 53 Presupuesto de inversiones en activos intangibles (en soles corrientes)

Activos intangibles	Costo unitario	IGV	Monto total con IGV	Periodo de amortización
Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP	53	S/9.54	S/62.54	1
Elaboración de la minuta	800	S/144.00	S/944.00	1
Legalización de libros	200	S/36.00	S/236.00	1
Registro de marca	600	S/108.00	S/708.00	1
Licencia de edificación	1200	S/216.00	S/1,416.00	1
Licencia de funcionamiento	800	S/144.00	S/944.00	1
Diseño de imagen corporativa	350	S/63.00	S/413.00	1
Tramites de constitución de empresa	250	S/45.00	S/295.00	1
Seguros	200	S/36.00	S/236.00	1
Total	S/4,453	S/801.54	S/5,254.54	

Nota: Elaboración propia

Tabla 54 Resumen de la inversión de capital del proyecto periodo 2022

RUBRO	Monto con IGV
Equipos	S/ 26,609.00
Muebles	2,552.34
Enseres	2,088.60
Activos intangibles	5,254.54
Capital de trabajo	15,000.00
Total	S/ 36,504.48

Nota: Elaboración propia

Con toda la información existente del presupuesto de inversiones se elaboró la estructura financiera bajo las siguientes consideraciones.

- Un crédito directo al BBVA a una TCEA del 28% efectivo anual con un servicio de deuda de anualidades vencidas y con intereses al rebatir en 5 años.
- Una estructura de financiamiento del 60% vía crédito directo y 40% aporte de capital propio a un costo de oportunidad del capital del 28% conservadoramente igual al de deuda. Esto debido a que el capital propio es más riesgoso y está sujeto al pago de dividendo y no de interés como lo es el crédito bancario.
- Una tasa fiscal del 29.5%
- Al capital de deuda por tener escudo fiscal se le resta el impuesto a la renta del 29.5%.

- Al capital patrimonial no se le efecto el impuesto a la renta por no tener escudo fiscal, dado que los dividendos se pagan de la utilidad neta a la cual ya se le dedujo los impuestos.

Los resultados finales del costo promedio ponderado del portafolio de inversiones fueron de 23.04% después de impuestos. Todo ello significo que por cada 100 soles de inversión en activos al proyecto le cuesta en promedio 23.04 soles. Todo lo mencionado anteriormente se puede ver a continuación.

Tabla 55 Estructura de financiamiento de la inversión de capital del proyecto periodo 2022

RUBRO	MONTO	%	tasa fiscal= Costo de capital	29.50% Escudo Fiscal	WACC (DI)
BBVA	S/ 21,902.69	60.00%	28.00%	29.50%	11.84%
Capital propio	S/ 14,601.79	40.00%	28.00%	0.00%	11.20%
TOTAL	S/ 36,504.48	100.00%			23.04%

Nota: Elaboración propia

$$WACC(DI)DEUDA = 60\% \times 28\% \times (1 - 29.5\%) = 11.74\%$$

$$WACC(DI)capital\ propio = 40\% \times 28\% \times (1 - 0\%) = 11.20\%$$

$$WACC(DI)Proyecto = 11.84\% + 11.20\% = 23.04\%$$

Luego se determinó el presupuesto de costos y gastos operativos para el periodo 2023. Iniciamos con el presupuesto de gastos de mantenimiento de los equipos en forma estimada cuyos resultados se pueden ver en la tabla 56 a la tabla 62.

Tabla 56 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la impresora periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Cambio de accesorios (C)	Mantenimiento Preventivo	Mantenimiento Correctivo	Gastos de Mantenimiento Total
Ene	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Feb	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Mar	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Abr	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
May	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Jun	S/50.00	S/100.00	S/50.00	S/100.00	S/150.00
Jul	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Ago	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Set	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Oct	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Nov	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Dic	S/50.00	S/100.00	S/50.00	S/100.00	S/150.00
Total	S/200.00	S/200.00	S/200.00	S/200.00	S/400.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 57 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la cortadora periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Engrasado (P)	Cambio de accesorios (Husillo, Válvula) (C)	Mantto preventivo	Mantto correctivo	total G. Mantto
Ene	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Feb	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Mar	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Abr	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
May	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Jun	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Jul	S/50.00	S/20.00	S/100.00	S/70.00	S/100.00	S/170.00
Ago	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Set	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Oct	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Nov	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Dic	S/50.00	S/20.00	S/0.00	S/70.00	S/0.00	S/70.00
Total	S/600.00	S/240.00	S/100.00	S/840.00	S/100.00	S/940.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 58 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la cocina industrial periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Cambio de accesorios (C)	Mantenimiento Preventivo	Mantenimiento Correctivo	Gastos de Mantenimiento Total
Ene	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Feb	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Mar	S/30.00	S/90.00	S/30.00	S/90.00	S/120.00
Abr	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
May	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Jun	S/30.00	S/90.00	S/30.00	S/90.00	S/120.00
Jul	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Ago	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Set	S/30.00	S/90.00	S/30.00	S/90.00	S/120.00
Oct	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Nov	S/30.00	S/0.00	S/30.00	S/0.00	S/30.00
Dic	S/30.00	S/90.00	S/30.00	S/90.00	S/120.00
Total	S/360.00	S/360.00	S/360.00	S/360.00	S/720.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 59 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la computadora periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Cambio de accesorios (C)	Mantenimiento Preventivo	Mantenimiento Correctivo	Gastos de Mantenimiento Total
Ene	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Feb	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Mar	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Abr	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
May	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Jun	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/100.00
Jul	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Ago	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Set	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Oct	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Nov	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Dic	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/100.00
Total	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/200.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 60 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la selladora periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Cambio de accesorios (C)	Mantenimiento Preventivo	Mantenimiento Correctivo	Gastos de Mantenimiento Total
Ene	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Feb	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Mar	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Abr	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
May	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Jun	S/40.00	S/150.00	S/40.00	S/150.00	S/190.00
Jul	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Ago	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Set	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Oct	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Nov	S/40.00	S/0.00	S/40.00	S/0.00	S/40.00
Dic	S/40.00	S/150.00	S/40.00	S/150.00	S/190.00
Total	S/480.00	S/300.00	S/480.00	S/300.00	S/780.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 61 Gastos de mantenimiento preventivo y correctivo de la balanza periodo 2023

MES	Limpieza y calibración (P)	Cambio de accesorios (C)	Mantenimiento Preventivo	Mantenimiento Correctivo	Gastos de Mantenimiento Total
Ene	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Feb	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Mar	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Abr	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
May	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Jun	S/50.00	S/150.00	S/50.00	S/150.00	S/200.00
Jul	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Ago	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Set	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Oct	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Nov	S/50.00	S/0.00	S/50.00	S/0.00	S/50.00
Dic	S/50.00	S/150.00	S/50.00	S/150.00	S/200.00
Total	S/600.00	S/300.00	S/600.00	S/300.00	S/900.00

Nota: Elaboración propia

Tabla 62 Resumen de Gastos de mantenimiento de inversión de capital 2023 (en soles corrientes)

MES	Gastos de Mantto preventivo	Gastos de Mantto correctivo	total
Ene	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Feb	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Mar	S/240.00	S/90.00	S/330.00
Abr	S/190.00	S/0.00	S/190.00
May	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Jun	S/290.00	S/540.00	S/830.00
Jul	S/190.00	S/100.00	S/290.00
Ago	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Set	S/240.00	S/90.00	S/330.00
Oct	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Nov	S/190.00	S/0.00	S/190.00
Dic	S/290.00	S/540.00	S/830.00
Total	S/2,580.00	S/1,360.00	S/3,940.00

Nota: Elaboración propia

Una vez determinado los gastos de mantenimiento se procedió a determinar los costos de materia prima directa y materiales directos. Los resultados son los que se muestran en la tabla 63 y tabla 65.

Tabla 63 Materia prima directa por bolsa de 250 gramos periodo 2023

Materia prima directa	Unidad	Cantidad (Kg)	Costo unitario sin IGV (soles)	Costo Total sin IGV	IGV	Costo Total con IGV
Plátano	Kg	0.400	4	S/ 1.600	S/ 0.288	S/ 1.888
Sal	Kg	0.010	2	S/ 0.020	S/ 0.004	S/ 0.024
Aceite	lt	0.100	10	S/ 1.000	S/ 0.180	S/ 1.180
Saborizantes	Kg	0.010	12	S/ 0.120	S/ 0.022	S/ 0.142
COSTO TOTAL POR BOLSA DE 250 GR				S/ 2.740	S/ 0.49	S/ 3.233

Nota: Elaboración propia

Materia Prima directa del plátano por bolsa de 250 gramos

$$MPD \text{ Platano } 2023 \text{ sin IGV} = 0.4 \times 4 = S/1.6$$

$$MPD \text{ Platano } 2023 \text{ con IGV} = 1.6 \times (1 + 0.18) = S/1.888$$

Tabla 64 Materiales directos por bolsa de 250 gramos periodo 2023

Materiales indirectos	unidad	cantidad	Costo unitario (sin IGV)	Monto sin IGV	IGV	Total, con IGV
etiquetas	millar	1	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 21.60	S/ 141.60
bolsas	millar	1	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00
TOTAL				S/ 270.00		S/ 318.60

Nota: Elaboración propia

Luego el costo unitario por producto fue de:

$$\text{Costo unitario de material directo por bolsa de 250 gr} = \frac{270}{1000} = S/0.27$$

Luego determinamos la depreciación de cada uno de los activos bajo el modelo lineal con valor residual del 10%. Los resultados se pueden ver en las tablas 65 a la tabla 68.

Tabla 65 Depreciación de equipos bajo el modelo de depreciación lineal

Inversión	S/22,520.00			
Vida útil	4			
VRL	10.00%			
Tasa de Depreciación	25.00%			
DEPRECIACION	5,067.00			
Año	Monto a depreciar	Depreciación	Valor residual contable	% DEL VRC
2022	22,520	0.00	S/22,520.00	100.00%
2023	22,520	5,067.00	S/17,453.00	77.50%
2024	17,453	5,067.00	S/12,386.00	55.00%
2025	12,386	5,067.00	S/7,319.00	32.50%
2026	7,319	5,067.00	S/2,252.00	10.00%

Nota: Elaboración propia

Tabla 66 Depreciación de muebles bajo el modelo de depreciación lineal

Inversión	S/2,163.00			
Vida útil	3			
VRL	10.00%			
Tasa de Depreciación	33.33%			
DEPRECIACION	648.90			
Año	Monto a depreciar	Depreciación	Valor residual contable	% DEL VRC
2022	2,163	0.00	S/2,163.00	100.00%
2023	2,163	648.90	S/1,514.10	70.00%
2024	1,514	648.90	S/865.20	40.00%
2025	865	648.90	S/216.30	10.00%

Nota: Elaboración propia

Tabla 67 Depreciación de enseres bajo el modelo de depreciación lineal

Inversión	S/2,088.60			
Vida útil	2			
VRL	10.00%			
Tasa de Depreciación	50.00%			
DEPRECIACION	939.87			
Año	Monto a depreciar	Depreciación	Valor residual contable	% DEL VRC
2022	2,089	0.00	S/2,088.60	100.00%
2023	2,089	939.87	S/1,148.73	55.00%
2024	1,149	939.87	S/208.86	10.00%

Nota: Elaboración propia

Tabla 68 Depreciación de intangibles bajo el modelo de depreciación lineal

Inversión	S/4,453.00			
Vida útil	1			
VRL	10.00%			
Tasa de Depreciación	100.00%			
DEPRECIACION	4,007.70			
Año	Monto a depreciar	Depreciación	Valor residual contable	% DEL VRC
2022	4,453	0.00	S/4,453.00	100.00%
2023	4,453	4,007.70	S/445.30	10.00%

Nota: Elaboración propia

Posteriormente se elaboró el servicio de deuda bajo las condiciones estipuladas anteriormente cuyos resultados fueron los siguientes:

Tabla 69 Servicio de deuda del crédito directo por financiamiento de activos

Monto del préstamo	S/. 21,881.45				
TEA	28.00%				
PLAZO(AÑOS)	5				
ANUALIDAD	8,641.94				
		(III)	(II)	(I)	
PERIODO	SALDO INICIAL DE DEUDA	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA A PAGAR	SALDO FINAL DE DEUDA
2022	21,881.45	0	0	0	S/. 21,881
2023	21,881.45	2,515.14	6,126.81	8,641.94	19,366.31
2024	19,366.31	3,219.37	5,422.57	8,641.94	16,146.94
2025	16,146.94	4,120.80	4,521.14	8,641.94	12,026.14
2026	12,026.14	5,274.62	3,367.32	8,641.94	6,751.52
2027	6,751.52	6,751.52	1,890.42	8,641.94	0.00

Nota: Elaboración propia

$$\text{Interes periodo 2023} = 21,881.45 \times 0.28 = S/6,181.26$$

$$\text{Amortizacion Periodo 2023} = \text{Cuota} - \text{interes} = 8,641.94 - 6,126.81 = S/2,515.14$$

$$\text{Saldo final de deuda 2023} = 21,881.45 - 2,515.14 = S/19,366.31$$

Los costos de la mano de obra directa e indirecta se determinaron mediante una planilla la cual se puede ver a continuación.

Tabla 70 Costo de la mano de obra directa (operario) periodo 2023

RUBRO:		Mano de Obra Directa				
Puesto	Operario					
Turnos de Trabajo:	1					
No. de Trabajadores:	6					
Relación laboral	Contratado					
Sueldo básico	1,500.00					
ESSALUD	9.00%					
AFP	12.96%					
	FONDO:	10.00%	PRIMA	1.36%	COMISION	1.60%
MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR	
ENE	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
FEB	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
MAR	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
ABR	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
MAY	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
JUN	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
JUL	9,000.00	855.00	1342	500.00	10,355.00	
AGO	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
SET	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
OCT	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
NOV	9,000.00	810.00	1271	0.00	9,810.00	
DIC	9,000.00	855.00	1342	500.00	10,355.00	
TOTAL	S/108,000.00	S/9,810.00	S/15,397.78	S/1,000.00	S/118,810.00	

Nota: Elaboración propia

COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA ENERO DEL OPERARIO PERIODO 2023

$$\text{Sueldo basico Enero} = 1,500 \times 6 = S/9,000$$

$$\text{ESSALUD} = 9\% \times 9,810 = S/810$$

$$\text{AFP} = 12.96\% \times 9,810 = S/1,271$$

$$\text{Total cargo del emperado} = \text{sueldo basico} + \text{ESSALUD} + \text{Gratificacion}$$

$$\text{Total cargo para el empleador} = 9,000 + 810 + 0 = S/9,810$$

De la misma manera se realizaron los cálculos para el resto de la mano de obra cuyos resultados se muestran en el Anexo 2. Una vez determinado todos los costos y gastos operativos el proyecto se procedió a determinar la capacidad de planta

óptima del proyecto para lo cual se utilizó el método del valor presente neto cuyos resultados se pueden ver a continuación

Tabla 71 Costos y gastos operativos del proyecto para diferentes niveles de capacidad según la demanda objetivo del mercado.

TC	RUBRO/PLANTA	2023	2024	2025	2026	2027
	INCREMENTO (%)	1	1.94%	2.09%	2.25%	2.43%
	CAP. PLANTA(BOLSAS DE 250 MG)	32,589.50	33,222	33,915	34,678	35,522
	MANO DE OBRA DIRECTA	118,810.00	130,691.00	130,691.00	143,760.10	143,760.10
V	Operarios	118,810.00	130,691.00	130,691.00	143,760.10	143,760.10
	MATERIALES Y SUMINISTRO	116,951.39	119,220.11	121,708.20	124,445.23	127,474.59
V	Materia prima directa	105,368.38	107,412.40	109,654.06	112,120.02	114,849.34
V	Materiales directos	10,383.02	10,584.43	10,805.33	11,048.32	11,317.27
V	Energía de maquinaria	1,200.00	1,223.28	1,248.81	1,276.89	1,307.98
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	76,207.72	77,558.03	83,507.20	90,585.40	93,616.83
V	Tel, internet, cable (fab)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
V	Alquiler de local (40%)	9,600.00	10,560.00	11,616.00	12,777.60	14,055.36
V	Agua de fabrica (V)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
V	Energía Eléctrica taller	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
V	Gastos de Mantenimiento	3,940.00	4,334.00	4,984.10	5,980.92	7,476.15
V	Sueldo del jefe de taller	28,558.00	31,413.80	34,555.18	38,010.70	41,811.77
V	Sueldo personal de limpieza	15,696.00	17,265.60	18,992.16	20,891.38	22,980.51
F	Depreciación equipos	5,979.06	5,979.06	5,979.06	5,979.06	0.00
F	Depreciación de muebles	765.70	765.70	765.70	0.00	0.00
F	Depreciación de enseres	939.87	939.87	0.00	0.00	0.00
F	Depreciación de intangibles	4,729.09	0.00	0.00	0.00	0.00
	TOTAL, COSTOS OPERATIVOS	311,969.11	327,469.14	335,906.40	358,790.74	364,851.52
	GASTOS DE ADMINISTRACION	102,746.00	112,930.60	114,609.10	125,970.79	127,991.61
V	Telef. Internet, cable (adm)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
V	Sueldo del administrador	40,766.00	44,842.60	44,842.60	49,326.86	49,326.86
V	Sueldo del contador	27,250.00	29,975.00	29,975.00	32,972.50	32,972.50
V	Sueldo de la secretaria	18,530.00	20,383.00	20,383.00	22,421.30	22,421.30
V	Alquiler del local (60%)	14,400.00	15,840.00	17,424.00	19,166.40	21,083.04
	TOTAL, COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS	414,715.11	440,399.74	450,515.50	484,761.52	492,843.13
	Costo fijo operativo	12,413.72	12,413.72	12,413.72	12,413.72	12,413.72
	Costo variable operativo	402,301.39	427,986.02	438,101.78	472,347.80	480,429.41
	Costo variable unitario	12.3445	12.8827	12.9176	13.6211	13.5249
	Costo unitario	12.73	13.26	13.28	13.98	13.87
	Margen de utilidad	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
	Precio de venta sin IGv	14.63	15.24	15.28	16.08	15.96

Ingresos por venta	476,922.38	506,459.70	518,092.82	557,475.75	566,769.60
Punto de equilibrio operativo (unidades)	5,421.49	5,255.33	5,263.23	5,056.85	5,107.22

Nota: TC=tipo de costos: F=Fijo; V=Variable

Nota: Elaboración propia

Los lineamientos para proyectar los costos y gastos operativos 2023-2027 fueron.

- El incremento de la mano de obra directa e indirecta se consideró 10% cada dos años
- El incremento de los servicios se consideró 5% anual.
- El incremento del alquiler del local se consideró 10% anual.
- Para los gastos de mantenimiento se consideró un incremento del 10%,15%,20% y 25% para los periodos 2024, 2025, 2026 y 2027 respectivamente.
- El margen de utilidad se consideró conservadoramente el 15% sobre el costo unitario de producción.
- Para asignar el tipo de costos fijo o variable se tomó en cuenta el periodo de planeamiento del proyecto de 5 años.
- Los costos variables de la materia prima, material directo y energía de maquinaria se consideró un incremento directamente proporcional al incremento de las ventas del periodo.

Materia prima directa 2024:

$$\text{Materia prima directa 2024} = \text{MPD 2023} \times (1 + \% \text{ var 2023} - 2024)$$

$$\text{Materia prima directa 2024} = 105,368.38 \times (1 + 1.94\%) = S/107,412.40$$

Material directo 2024:

$$\text{Material directo 2023} = \text{material directo 2023} \times (1 + \% \text{ var 2023} - 2024)$$

$$\text{Material directo 2023} = 10,383.02 \times (1 + 1.97\%) = S/10,584.23$$

% de Incremento de Ventas 2024 (unidades):

$$\% \text{ de incremento ventas 2024} = \frac{\text{ventas 2024}}{\text{ventas 2023}} - 1$$

$$\% \text{ de incremento ventas 2024} = \frac{33,222}{32,589.50} - 1 = 1.94\%$$

Costo fijo Operativo 2023-2027

$$\text{Costo fijo operativo} = \sum \text{Costos fijos operativos} = S/12,413.72$$

Costo variable operativo 2023

$$\text{Costo variable operativo} = \sum \text{Costos var operativos} = S/402,301.39$$

Costo total operativo 2023

$$\text{Costo total operativo} = CF \text{ operativo} + CV \text{ operativo.}$$

$$\text{Costo total operativo} = 12,413.72 + 402,301.39 = S/414,715.11$$

Costo variable unitario 2023

$$CVu = \frac{CV \text{ total}}{\text{ventas 2023}} = \frac{402,301.39}{32,589.50} = S/12.34$$

Costo unitario 2023

$$Cu. 2023 = \frac{\text{Costo total operativo 2023}}{\text{Ventas unidades 2023}} = \frac{414,715.11}{32,589.5} = S/12.73$$

Precio de venta 2023

$$Pv. 2023 = Cu \times \text{margen} = 12.73 \times (1 + 0.15) = S/14.63$$

Ingresos por venta 2023

$$\text{Ingreso x venta 2023} = \text{ventas 2023} \times Pu$$

$$\text{Ingreso x venta 2023} = 32,589.50 \times 14.63 = S/476,922.38$$

Punto de equilibrio operativo 2023

$$\text{Pto. equilibrio operativo 2023} = \frac{CF}{(Pu - CVu)} = \frac{12,413.72}{(14.63 - 12.34)} = 5,421.49 \text{ unidades}$$

Seguidamente con esta información se procedió a determinar la capacidad de planta optima y para ello se realizó un análisis de sensibilidad con cada de las

demandas objetivos obtenidas en el estudio de mercado. Iniciamos con la demanda objetivo para el periodo 2023 de 32,589.50 unidades. Los resultados se muestran a continuación:

Tabla 72 Valor actual neto económico 2023-2027 si se trabaja con la capacidad de 32,589.50 unidades.

PLANTA "A"		COSTO DE CAPITAL=		23.04%				
		PRODUCCION						
		MAXIMA		32,590		bolsas de 250 gr		
AÑO	PRODUCCION	INGRESOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	FLUJO ANUAL	DEMANDA OBJETIVO	DEMANDA INSATISFECHA (SOLES)	PTO DE EQUILIBRIO
2022					-36,469.08			
2023	32,590	456,432.46	10,663.47	386,234.16	59,534.83	32,590	0	4,951
2024	32,590	456,432.46	10,663.47	386,234.16	50,687.70	33,222	8,847	4,780
2025	32,590	456,432.46	10,663.47	386,234.16	40,977.46	33,915	18,557	4,785
2026	32,590	456,432.46	10,663.47	386,234.16	30,295.64	34,678	29,239	4,584
2027	32,590	456,432.46	10,663.47	386,234.16	18,472.99	35,522	41,062	4,621
					VANE	S/87,159.71		

Nota: Elaboración propia

Demanda insatisfecha periodo 2024.

$$Demanda\ insatisfecha\ 2024 = (D.\ objetivo - Produccion) \times Pu\ 2024$$

$$Demanda\ insatisfecha\ 2024 = (33,222 - 32,500) \times 15.24 = S/8,847$$

Flujo neto anual periodo 2024

$$Flujo\ neto\ 2024 = Ingresos - CF - CV - D.\ insatisfecha$$

$$Flujo\ neto\ 2024 = 456,432.46 - 10,663.47 - 386,234.16 - 8,847 = S/50,687.70$$

Punto de equilibrio periodo 2024

$$Pto\ equilibrio\ operativo\ 2024 = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

$$Pto\ equilibrio\ operativo\ 2024 = \frac{10,663.47}{(15.24 - 12.88)} = 4,780\ unidades$$

El mismo procedimiento se realizó para los periodos restantes. Luego se determinó el VANE de esta opción de capacidad.

Valor actual neto económico (VANE) si se trabaja con la limitación de la demanda objetivo de 32,590 bolsas de 250 gramos.

$$VANE = \sum_{i=1}^5 FNEi = 59,534.83 + 50,687.70 + \dots + 18,472.99 = S/87,159.71$$

Este valor indica que trabajar a esta capacidad de 32,590 unidades se obtiene una utilidad de S/87,459.71. Posteriormente se realizó el mismo procedimiento para una de la demanda objetivos restantes cuyos resultados se pueden ver en la tablas73 a la tabla 77.

Tabla 73 Valor actual neto económico 2023-2027 si se trabaja con la capacidad de 33,222 unidades.

PLANTA "B"		COSTO DE CAPITAL=		23.04%				
		PRODUCCION		33,222		bolsas de 250 gr		
		MAXIMA						
AÑO	PRODUCCION	INGRESOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	FLUJO ANUAL	DEMAN DA OBJETIVO	DEMANDA INSATISFECHA (SOLES)	PTO DE EQUILIBRIO
2022					-36,469.08			
2023	32,590	477,184.45	10,663.47	404,482.29	62,038.69	32,590	0	4,951
2024	33,222	486,438.23	10,663.47	412,326.20	63,448.56	33,222	0	4,780
2025	33,222	486,438.23	10,663.47	412,326.20	53,301.24	33,915	10,147	4,785
2026	33,222	486,438.23	10,663.47	412,326.20	42,133.77	34,678	21,315	4,584
2027	33,222	486,438.23	10,663.47	412,326.20	29,773.60	35,522	33,675	4,621
					VAN S/113,410.28			

Nota: Elaboración propia

Tabla 74 Valor actual neto económico 2023-2027 si se trabaja con la capacidad de 33,915 unidades.

		COSTO DE CAPITAL=		23.04%				
PLANTA "C"		PRODUCCION		33,915		bolsas de 250 gr		
		MAXIMA						
AÑO	PRODUCCION	INGRESOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	FLUJO ANUAL	DEMAN DA OBJETIVO	DEMANDA INSATISFECHA (SOLES)	PTO DE EQUILIBRIO
2022					-36,469.08			
2023	32,590	478,230.10	10,663.47	405,605.40	61,961.23	32,590	0	4,951
2024	33,222	487,504.15	10,663.47	413,471.08	63,369.60	33,222	0	4,780
2025	33,915	497,673.33	10,663.47	422,095.95	64,913.52	33,915	0	4,785
2026	33,915	497,673.33	10,663.47	422,095.95	53,717.54	34,678	11,196	4,584
2027	33,915	497,673.33	10,663.47	422,095.95	41,334.32	35,522	23,580	4,621
					VAN	S/128,681.46		

Nota: Elaboración propia

Tabla 75 Valor actual neto económico 2023-2027 si se trabaja con la capacidad de 34,678 unidades.

		COSTO DE CAPITAL=		23.04%				
PLANTA "D"		PRODUCCION		34,678		bolsas de 250 gr		
		MAXIMA						
AÑO	PRODUCCION	INGRESOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	FLUJO ANUAL	DEMAN DA OBJETIVO	DEMANDA INSATISFECHA (SOLES)	PTO DE EQUILIBRIO
2022					-36,469.08			
2023	32,590	504,443.58	10,663.47	428,625.10	65,155.01	32,590	0	4,951
2024	33,222	514,225.98	10,663.47	436,937.19	66,625.32	33,222	0	4,780
2025	33,915	524,952.56	10,663.47	446,051.56	68,237.53	33,915	0	4,785
2026	34,678	536,762.64	10,663.47	456,086.57	70,012.60	34,678	0	4,584
2027	34,678	536,762.64	10,663.47	456,086.57	70,012.60	35,522	13,062	4,621
					VAN	S/152,489.35		

Nota: Elaboración propia

Tabla 76 Valor actual neto económico 2023-2027 si se trabaja con la capacidad de 35,522 unidades.

PLANTA "E"		COSTO DE CAPITAL=		23.04%				
		PRODUCCION						
		MAXIMA		35,522			bolsas de 250 gr	
AÑO	PRODUCCION	INGRESOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	FLUJO ANUAL	DEMAN DA OBJETIVO	DEMANDA INSATISFECHA (SOLES)	PTO DE EQUILIBRIO
2022					-36,469.08			
2023	32,590	501,505.57	10,663.47	426,308.46	64,533.64	32,590	0	4,951
2024	33,222	511,230.99	10,663.47	434,575.63	65,991.89	33,222	0	4,780
2025	33,915	521,895.10	10,663.47	443,640.73	67,590.50	33,915	0	4,785
2026	34,678	533,636.39	10,663.47	453,621.50	69,351.42	34,678	0	4,584
2027	35,522	546,624.14	10,663.47	464,661.83	71,298.84	35,522	0	4,621
VAN					S/151,386.23			

Nota: Elaboración propia

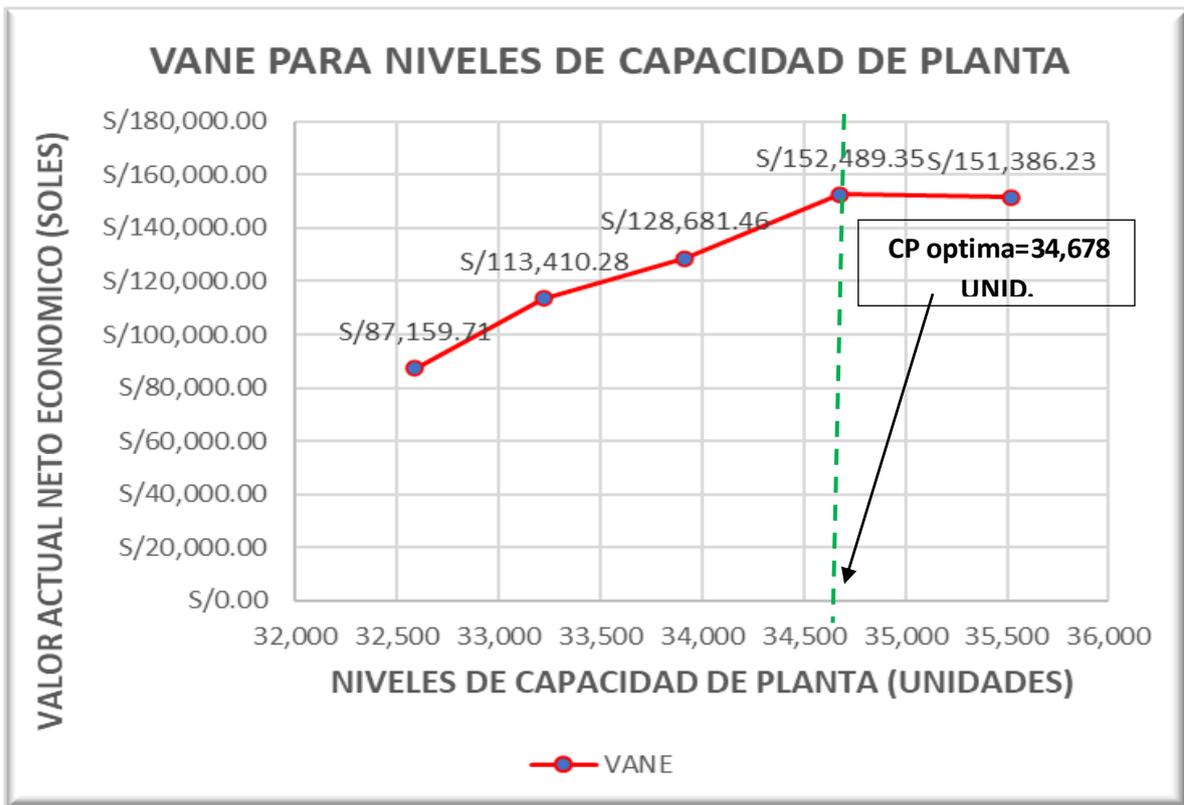
Como puede observarse la capacidad de planta que reporta mayor VANE es la planta "D" con 34,678 bolsas de 250 gramos, el cual asciende a S/ 152,489.35. El resumen se puede ver en la tabla 77.

Tabla 77 Resumen del VANE a diferentes niveles de capacidad de producción

PLANTA	PRODUCCION MAXIMA (BOLSAS DE 250 GR)	VANE
A	32,590	S/87,159.71
B	33,222	S/113,410.28
C	33,915	S/128,681.46
D	34,678	S/152,489.35
E	35,522	S/151,386.23

Nota: Elaboración propia

Figura 4 Volatilidad del VANE a diferentes capacidades de producción



Nota: Elaboración propia

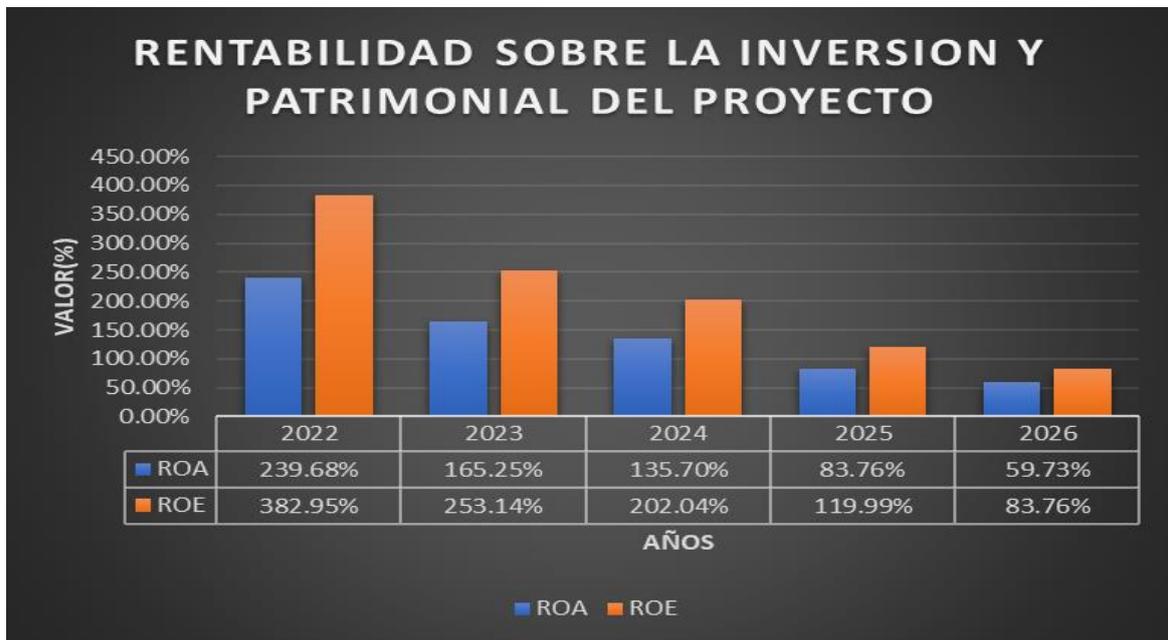
Una vez determinada la capacidad de planta optima se procedió a elaborar el presupuesto de resultados proyectado 2023-2027 teniendo en cuenta este nivel de capacidad el cual se puede ver en tabla 78.

Tabla 78 Presupuesto de resultados proyectado 2023-2027 (en soles corrientes)

	capacidad de producción= 34,678	bolsas de 250 gramos			
	TASA FISCAL 29.50%	WACC= 23.04%	COK= 28.00%		
RUBRO	2023	2024	2025	2026	2027
DEMANDA OBJETIVO (UNIDADES)	32,590	33,222	33,915	34,678	35,522
VENTAS REALES (UNIDADES)	32,590	33,222	33,915	34,678	34,678
INGRESOS POR VENTAS	504,444	514,226	524,953	536,763	536,763
COSTO DE VENTA	294,146	310,055	318,151	340,776	347,332
MANO DE OBRA DIRECTA	118,810.00	130,691.00	130,691.00	143,760.10	143,760.10
Operarios	118,810.00	130,691.00	130,691.00	143,760.10	143,760.10
MATERIALES Y SUMINISTRO	100,878.25	102,835.17	104,981.31	107,342.18	109,955.20
Materia prima directa	89,295.23	91,027.46	92,927.17	95,016.96	97,329.95
Materiales directos	10,383.02	10,584.43	10,805.33	11,048.32	11,317.27
Energía de maquinaria	1,200.00	1,223.28	1,248.81	1,276.89	1,307.98
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	74,457.47	76,529.17	82,478.34	89,673.34	93,616.83
Tel, internet, cable (taller)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
Alquiler de local (40%)	9,600.00	10,560.00	11,616.00	12,777.60	14,055.36
Agua de fabrica (V)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
Energía Eléctrica taller	2,400.00	2,520.00	2,646.00	2,778.30	2,917.22
Gastos de Mantenimiento	3,940.00	4,334.00	4,984.10	5,980.92	7,476.15
Sueldo del jefe de taller	28,558.00	31,413.80	34,555.18	38,010.70	41,811.77
Sueldo personal de limpieza	15,696.00	17,265.60	18,992.16	20,891.38	22,980.51
Depreciación equipos	5,067.00	5,067.00	5,067.00	5,067.00	0.00
Depreciación de muebles	648.90	648.90	648.90	0.00	0.00
Depreciación de enseres	939.87	939.87	0.00	0.00	0.00
Depreciación de intangibles	4,007.70	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD BRUTA	210,297.86	204,170.64	206,801.91	195,987.01	189,430.51
GASTOS DE ADMIN. Y VENTAS	102,746.00	112,930.60	114,609.10	125,970.79	127,991.61
Teléfono Internet, cable (administración)	1,800.00	1,890.00	1,984.50	2,083.73	2,187.91
Sueldo del administrador	40,766.00	44,842.60	44,842.60	49,326.86	49,326.86
Sueldo del contador	27,250.00	29,975.00	29,975.00	32,972.50	32,972.50
Sueldo de la secretaria	18,530.00	20,383.00	20,383.00	22,421.30	22,421.30
Alquiler del local (60%)	14,400.00	15,840.00	17,424.00	19,166.40	21,083.04
UTILIDAD OPERATIVA	107,551.86	91,240.04	92,192.81	70,016.23	61,438.90
Gastos financieros	6,126.81	5,422.57	4,521.14	3,367.32	1,890.42
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	101,425.05	85,817.47	87,671.67	66,648.91	59,548.48
IMPUESTOS	29,920.39	25,316.15	25,863.14	19,661.43	17,566.80
RESULTADO DEL EJERCICIO	71,504.66	60,501.32	61,808.53	46,987.48	41,981.67
RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION	239.68%	165.25%	135.70%	83.76%	59.73%
RENTABILIDAD FINANCIERA	382.95%	253.14%	202.04%	119.99%	83.76%
INVERSION TOTAL	44,873	55,213.55	67,936.96	83,592.36	102,855.38
INVERSION EN RRPP	18,672	23,900.38	30,592.48	39,158.38	50,122.72

Nota: Información obtenidas del análisis de costos y gastos operativos del proyecto

Figura 5 Histograma de la rentabilidad sobre la inversión y patrimonial del proyecto 2023-2027.



Nota: Elaboración propia

Inversión de capital periodo 2023

$$\text{Inversión de capital 2023} = \text{Inv. Capital 2022} \times (1 + \text{wacc})$$

$$\text{Inversión de capital 2023} = 36,469.08 \times (1 + 23.04\%) = S/44,873$$

Inversión en RRPP periodo 2023

$$\text{Inversión en RRPP} = \text{Inv. RRPP} \times (1 + \text{COK})$$

$$\text{Inversión en RRPP} = 14,583.62 \times (1 + 28\%) = S/18,672$$

Rentabilidad sobre la inversión (ROA) periodo 2023

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Operativa 2023 (EBIT)}}{\text{Total de inversión 2023}} = \frac{107,551.86}{44,873} = 239.68\%$$

Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) periodo 2023

$$\text{ROE} = \frac{\text{Resultado del ejercicio 2023 (UDII)}}{\text{Total de inversión en RRPP 2023}} = \frac{71,504.66}{18,672} = 382.95\%$$

Finalmente, con los datos del estado de resultados proyectado se elaboró el flujo y caja proyectado 2023-2027 los resultados son los que se muestran a continuación

Tabla 79 Presupuesto de resultados proyectado 2023-2027 (en soles corrientes)

RUBRO	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos por venta		504,443.5	514,225.9	524,952.5		
		8	8	6	536,762.64	862,321.00
Crédito fiscal		24,591.28	25,516.65	26,568.88	27,773.38	29,169.13
Materia prima directa		16,073.14	16,384.94	16,726.89	17,103.05	17,519.39
Materiales directos		1,868.94	1,905.20	1,944.96	1,988.70	2,037.11
Energía de maquinaria		216.00	220.19	224.79	229.84	235.44
Tel, internet, cable (fab)		324.00	340.20	357.21	375.07	393.82
Alquiler de local (40%)		1,728.00	1,900.80	2,090.88	2,299.97	2,529.96
Agua de fabrica (V)		324.00	340.20	357.21	375.07	393.82
Energía Eléctrica taller		432.00	453.60	476.28	500.09	525.10
Gastos de Mantenimiento		709.20	780.12	897.14	1,076.57	1,345.71
Telef. Internet, cable (adm)		324.00	340.20	357.21	375.07	393.82
Alquiler del local (60%)		2,592.00	2,851.20	3,136.32	3,449.95	3,794.95
TOTAL, INGRESOS		S/529,035	S/539,743	S/551,521	S/564,536	S/891,490
Inversión inicial Total	36,469.08					
		105,368.3	107,412.4	109,654.0		
Materia prima directa		8	0	6	112,120.02	114,849.34
Materiales directos		12,251.96	12,489.63	12,750.29	13,037.02	13,354.38
Energía de maquinaria		1,416.00	1,443.47	1,473.59	1,506.73	1,543.41
Tel, internet, cable (taller)		2,124.00	2,230.20	2,341.71	2,458.80	2,581.74
Alquiler de local (40%)		11,328.00	12,460.80	13,706.88	15,077.57	16,585.32
Agua de fabrica (V)		2,124.00	2,230.20	2,341.71	2,458.80	2,581.74
Energía Eléctrica taller		2,832.00	2,973.60	3,122.28	3,278.39	3,442.31
Gastos de Mantenimiento		4,649.20	5,114.12	5,881.24	7,057.49	8,821.86
Telef. Internet, cable (adm)		2,124.00	2,230.20	2,341.71	2,458.80	2,581.74
Alquiler local adm. (60%)		2,124.00	2,230.20	2,341.71	2,458.80	2,581.74
		118,810.0	130,691.0	130,691.0		
Sueldo de operario		0	0	0	143,760.10	143,760.10
Sueldo del jefe de taller		28,558.00	31,413.80	34,555.18	38,010.70	41,811.77
Sueldo personal de limpieza		15,696.00	17,265.60	18,992.16	20,891.38	22,980.51
Sueldo del administrador		40,766.00	44,842.60	44,842.60	49,326.86	49,326.86
Sueldo del contador		27,250.00	29,975.00	29,975.00	32,972.50	32,972.50
Sueldo de la secretaria		18,530.00	20,383.00	20,383.00	22,421.30	22,421.30
Retenciones		90,799.84	92,560.68	94,491.46	96,617.27	96,617.27
TOTAL, EGRESOS	S/36,469	S/486,751	S/517,946	S/529,886	S/565,913	S/578,814
		-				
FLUJO ECONOMICO	S/36,469.0	S/42,283.8	S/21,796.13	S/21,635.86	-S/1,376.49	S/312,676.24
		-				
PERIODO DE RECUPERACION INVERSION	S/36,469.0	S/2,589.53	S/18,609.87	S/44,534.19	S/53,420.16	S/378,406.54
(+) CREDITO DIRECTO	21,881.45					
(-) Cuota del servicio de deuda		8,641.94	8,641.94	8,641.94	8,641.94	8,641.94

FLUJO FINANCIERO	-S/14,588	S/33,642	S/13,154	S/12,994	-S/10,018	S/304,034
PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL	-S/14,588	S/14,969	S/32,315	S/54,357	S/59,559	S/380,269
VANE	S/134,170.					
=	31					
TIRE				106.05%	> WACC = 23.81%	
VANF	S/110,672.					
=	96					
TIRF				195.83%	> COK = 30%	

Nota: elaborado tomando como referencia el presupuesto de resultados 2023-2027

Consideraciones para elaborar el presupuesto de caja proyectado 2023-2027

- El crédito fiscal corresponde a los pagos por concepto del IGV en las compras el cual constituye un ingreso debido a que en buena cuenta representa lo que nos debe la SUNAT por nuestras operaciones de compras.
- Las retenciones constituyen un egreso puesto que constituye un dinero cobrado por concepto de IGV por nuestras ventas. De este monto debe restarse el crédito fiscal para determinar el monto a pagar a la SUNAT al término del ejercicio contable.
- Para determinar el periodo de recuperación del proyecto se tomó en cuenta el WACC del proyecto.
- Para la recuperación de la inversión del capital patrimonial se tomó en cuenta el costo de oportunidad del capital (COK)-

Valor actual neto económico del proyecto

$$VANE \text{ proyecto} = \sum_{i=1}^5 \frac{Fi}{(1 + WACC)^i} - I_0$$

$$VANE \text{ Proyecto} = \frac{42,283.48}{(1 + 0.2304)^1} + \frac{21,796.13}{(1 + 0.2304)^1} \dots \frac{312,676.24}{(1 + 0.2304)^5} - 36,469.08$$

$$VANE \text{ Proyecto} = S/134,170.31$$

Valor actual neto financiero del proyecto

$$VANF \text{ proyecto} = \sum_{i=1}^5 \frac{Fi}{(1 + COK)^i} - IRRPP$$

$$VANF Proyecto = \frac{33,642}{(1 + 0.28)^1} + \frac{13,154}{(1 + 0.28)^2} + \dots + \frac{304,034}{(1 + 0.28)^5} - 14,588$$

$$VANF Proyecto = S/110,672.96$$

Periodo recuperación de la inversión periodo 2023.

$$PRI 2023 = I_0 \times (1 + wacc) + FNE 2023$$

$$PRI 2023 = -36,469.08 \times (1 + 0.2304) + 42,283.48 = -S/2,589.53$$

Periodo recuperación de la inversión periodo 2024.

$$PRI 2024 = PRI 2023 \times (1 + wacc) + FNE 2024$$

$$PRI 2024 = -2,589.53 \times (1 + 0.2304) + 21,796.13 = S/18,609.87$$

Periodo recuperación de la inversión patrimonial periodo 2023.

$$PRIP 2023 = IRRPP \times (1 + COK) + FNF 2023$$

$$PRIP 2023 = -14,588 \times (1 + 0.28) + 33,642 = S/14,969$$

Tasa interna de retorno económica del proyecto (TIRE)

$$I_0 = \frac{FNE1}{(1 + TIRE)^1} + \frac{FNE2}{(1 + TIRE)^2} + \dots + \frac{FNE5}{(1 + TIRE)^5}$$

$$36,469 = \frac{42,283.48}{(1 + TIRE)^1} + \frac{21,796.13}{(1 + TIRE)^2} + \dots + \frac{312,676.24}{(1 + TIRE)^5}$$

$$TIRE = 106.05\%$$

Tasa interna de retorno Financiera del proyecto (TIRF)

$$I_0 \text{ en RRPP} = \frac{FNF1}{(1 + TIRF)^1} + \frac{FNF2}{(1 + TIRF)^2} + \dots + \frac{FNF5}{(1 + TIRF)^5}$$

$$14,588 = \frac{33,642}{(1 + TIRF)^1} + \frac{13,154}{(1 + TIRF)^2} + \dots + \frac{304,034}{(1 + TIRF)^5}$$

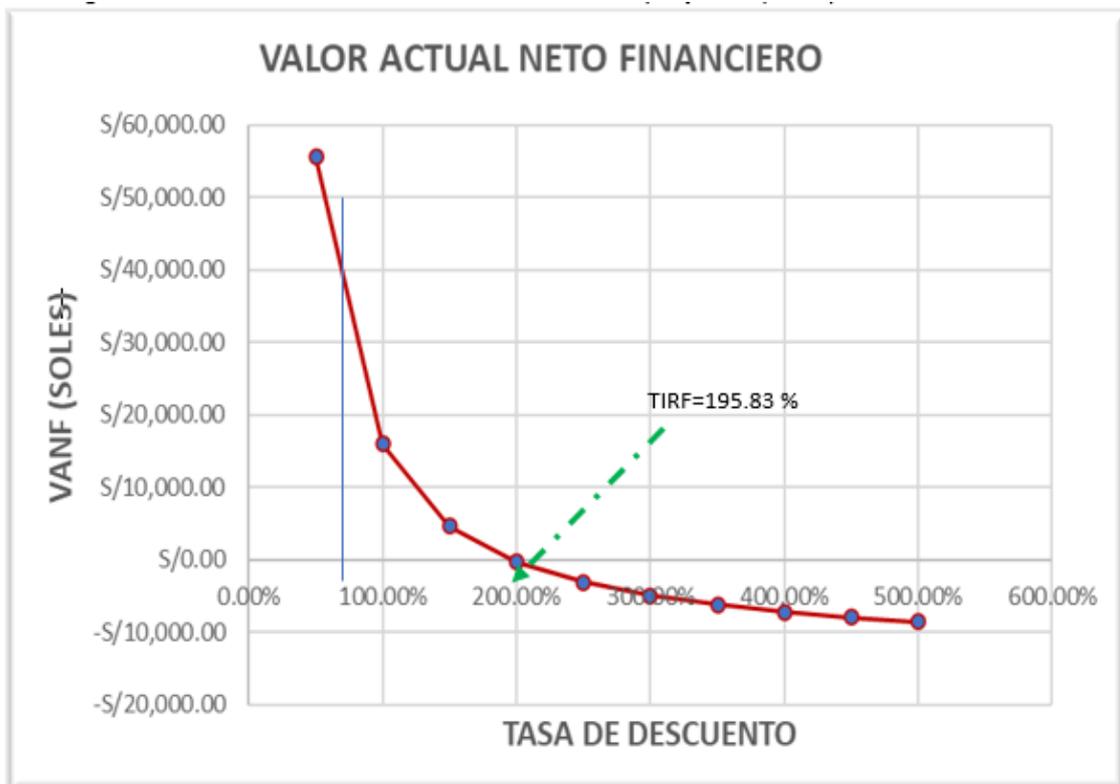
$$TIRF = 195.83\%$$

Figura 6 Tasa interna de retorno económica del proyecto (TIRE)



Nota: Elaboración propia

Figura 7 Tasa interna de retorno Financiera del proyecto (TIRF)



Nota: Elaboración propia

4.4. Objetivo específico 4. Determinar la viabilidad del proyecto

Después de realizar el estudio técnico económico se determinó que el proyecto es viable con económica y financieramente por las siguientes razones:

1. El valor actual neto económico y financiero resulto positivo con valor de S/134,170.31 y S/110,672.96 lo cual nos demostró la viabilidad económica y financiera del proyecto como puede verse en la tabla 79.
2. La recuperación de la inversión total del proyecto resultó ser en el año 2024 con un excedente de S/ 18,609.87.
3. La Tasa interna de retorno económica y financiera resulto ser del 106.05% y 195.83% los cuales cual representa el máximo costo financiero que soporta la inversión total y patrimonial el proyecto. Siendo estos valores mayores que del WACC (23.04%) y el Cok (28%) respectivamente como puede verse en tabla 79 y figura 6 y figura 7
4. La recuperación de la inversión de capital patrimonial resulto ser en el año 2023 con un excedente de liquidez del orden de S/14,969.
5. Todo lo anteriormente mencionado demuestra que el proyecto requiere poca inversión y su rentabilidad es alta aun considerando márgenes de utilidad del 15% solamente entre otros.

V. DISCUSION DE RESULTADOS

5.1 Objetivo específico 1: Realizar un estudio estratégico del proyecto considerando el micro y macroentorno del sector.

Nuestro trabajo de investigación se inició realizando un análisis externo e interno del sector donde se desarrolla el proyecto con el objetivo de determinar las oportunidades y amenazas hacia el sector debido a los factores políticos, económicos, ambiental, social y legal y así poder determinar estrategias para aprovechar las oportunidades y reducir las amenazas. De igual forma se realizó un análisis del microentorno utilizando las fuerzas competitivas de Porter a fin de determinar las fortalezas y debilidades existentes dentro del sector y con ello establecer estrategias de tipo competitivo durante el desarrollo del proyecto. Como resultado final se elaboró la matriz FODA donde se establecieron algunas estrategias de tipo

competitivo básicamente relacionadas con la diferenciación, liderazgo en costos y de integración. Todos los trabajos de investigación de los antecedentes no realizaron el estudio estratégico del proyecto y por tanto consideramos que es una debilidad debido a que no consideraron las variables internas y externas al sector que muy bien hubiesen hecho más eficiente el resultado de sus trabajos de investigación.

5.2 Objetivo específico 2: Realizar un estudio de mercado del proyecto.

Nuestro estudio realizó un muestreo de tipo probabilístico la cual se desarrolló con la aplicación de una encuesta. Para la determinación de la muestra se realizó una segmentación de mercado de tipo demográfico, económico y geográfico obteniéndose una muestra de 374 personas distribuidas en las localidades de Piura, Veintiséis de octubre, Castilla, Catacaos y la Unión. La encuesta se realizó en forma aleatoria. Posteriormente se determinó la demanda potencial, disponible, efectiva y objetivo del proyecto en unidades de 250 gramos del producto para 5 años futuros el cual fue el tiempo de planeamiento del proyecto. (Aguilar Tirado, Chávez Calmet, Criollo Zapata, Nuñez Tume, & Seminario Purihuamán, 2021) en el trabajo de investigación “Implementación de saborizantes naturales en el proceso de producción de chifles ‘Don Eloy’ en Piura” realizado en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Piura. El estudio de mercado se realizó mediante una encuesta cuya muestra previamente se determinó mediante una segmentación de mercado y aplicando posteriormente una fórmula probabilística para poblaciones finitas. (Villaseca, 2020) en la tesis “Proyecto de Pre factibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo” previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial realizado en la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo. Utilizo una metodología explicativa buscando analizar en profundidad el consumo de chifles artesanales para lo cual se aplicaron técnicas de investigación de mercado como encuestas, FODA y revisión biográfica.

5.3 Objetivo específico 3: Realizar el estudio Técnico económico del proyecto.

El estudio técnico económico del proyecto se inició con la localización de planta usando el método de ponderación de factores a nivel macro y micro localización determinándose la localidad de Piura con un valor de peso ponderado de 8.44 puntos sobre la base de 16 factores de éxito. Posteriormente se determinó el presupuesto de inversión de capital y operativa del proyecto obteniéndose valores de S/36,469.08 y 396,891.72 para el primer año de ejecución del proyecto. Para determinar el presupuesto de resultados se determinó primero la capacidad de planta por el método del VANE obteniéndose la capacidad optima de 34,678 unidades. Finalmente se obtuvo valores del VANE y VANF de S/ 134,170.31 y S/110,672.96 respectivamente. Asimismo, se obtuvo una TIRE y TIRF de 106.05% y 195.83% respectivamente. (Antonio, 2019) en la tesis de “Plan de negocio para la elaboración y comercialización de chifles en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018”, su estudio técnico económico no considero el análisis de la capacidad de planta y punto de equilibrio solamente se limitó a trabajar con la demanda objetivo del proyecto teniendo como resultado final que el proyecto es altamente viable con valores de la TIR del 75.28% y un periodo de recuperación de la inversión de 1 año, 4 meses y 27 días. No determinó el periodo de superación de la inversión de capital patrimonial cuyo valor es muy importante dado que representa el tiempo en que se recupera el aporte de los accionistas. (Villaseca, 2020) en la tesis “Proyecto de Pre factibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo”. Su capacidad de planta lo realizo considerando los niveles del punto de equilibrio operativo, obteniendo como resultado una TIR de 65% y un VAN de \$176.296,52 con un tiempo de recuperación de la inversión de capital de 3 años, y como resultado resaltante una relación de beneficio costo de \$ 3,59.

5.4 Objetivo específico 4: Determinar la viabilidad del proyecto

Nuestro trabajo de investigación concluyo con una viabilidad económica y financiera representada por los valores del VANE y VANF de S/134,170.31 y S/110,672.96 respectivamente y periodos de recuperación de la inversión de capital en el año 2024 con un excedente de S/18,6.9.84 y el periodo de recuperación de la inversión patrimonial en el año 2023 con un excedente de

S/14.969. Todo lo mencionado anteriormente se corrobora con los valores de la tasa interna de retorno económico de 106.05% mucho mayor que el costo de financiamiento del portafolio de inversiones del proyecto de 23.04%. Asimismo, la tasa interna de retorno del flujo financiero fue de 195.83% mayor que el costo de oportunidad del inversionista de 28%. (Villaseca, 2020) en la tesis "Proyecto de Pre factibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo" se obtuvo como resultado una TIRE de 65% y un VANE de \$176.296,52 con un tiempo de recuperación de 3 años, y como resultado resaltante una relación de beneficio costo de \$ 3,59. No determino la tasa interna de retorno financiero y su periodo de recuperación respectivo. (Aguilar Tirado, Chávez Calmet, Criollo Zapata, Nuñez Tume, & Seminario Purihuamán, 2021) en el trabajo de investigación "Implementación de saborizantes naturales en el proceso de producción de chifles 'Don Eloy' Elaboro el flujo de caja económico el cual demostró que si es rentable según el resultado de su VANE y TIRE con S/ 34,408 y 55.81% con un periodo de recuperación de 2 años. De igual forma no determino los valores del VANF, TIRF y el periodo de recuperación respectivo valores muy importantes desde el punto de vista financiero.

VI. CONCLUSIONES

1. En el estudio estratégico del proyecto se determinó que en el mercado de deben aplicar estrategias de diferenciación y liderazgo en costos debido básicamente que existen bastantes marcas en el mercado, pero con poco valor agregado al producto final y por otro lado aplicar economías de escala con precios bastante competitivos, dado que el producto es una marca nueva. Asimismo, aplicar estrategias de integración vertical de salida estableciendo nuestros propios puntos de venta para abaratar costos.
2. Con respecto al estudio de mercado se determinó la demanda potencial del mercado siguiendo los criterios de segmentación económicos, demográficos y geográficos siendo su valor de 14,361 habitantes el cual se tomó como base para la determinación de la muestra mediante la aplicación de una formula probabilística para poblaciones finitas obteniéndose un valor de 374 habitantes. Finalmente, con datos obtenidos de la encuesta se determinó la demanda objetivo del proyecto 2023 - 2027 en bolsas de 250 gramos.
3. En la fase de estudio técnico económico se determinó la inversión de capital del proyecto básicamente a nivel de activos el cual ascendió a S/36,469.08 con un financiamiento del 60% de deuda y 40% provenientes de recursos propios resultado un costo promedio de financiamiento del 23.04% anual. Asimismo, se determinó la inversión de capital operativo para el primer año de ejecución del proyecto (2023) resultando un valor de S/396,891.72. Por otro lado, de determino la capacidad de planta optima utilizando la metodología del VPN obteniéndose un nivel de producción optima de 34,678 bolsas de 250 gramos. Con este nivel de producción se elaboró el presupuesto de resultados y el presupuesto de caja proyectado 2023-2027 obteniéndose valores del VANE y VANF de 134,170.31 y S/110,672.96 respectivamente. Asimismo, se determinaron valores de la TIRE y TIRF de 106.05% y 195.83% respectivamente.
4. Finalmente se realizó la evaluación económica y financiera del proyecto determinándose su viabilidad respectivamente debido a que sus valores del VAN son positivos y sus tasas internas de retorno tanto económica y financieras del proyecto son superiores al costo financieros de la inversión

del proyecto (WACC = 23.04%) y Costos de oportunidad de capital (COK=28%). Asimismo, se demostró que el periodo de recuperación de la inversión total del proyecto y de recursos propios fue en los periodos 2024 y 2023 con excedentes positivos de S/18,609.87 y S/14,969 respectivamente.

VII. RECOMENDACIONES

Para determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto en forma sostenida durante el periodo de planeamiento del proyecto se recomienda:

1. Realizar estudios de mercado para determinar el nivel de posicionamiento del producto dentro del sector y tomar las medidas correctivas para lograr la sostenibilidad de las ventas.
2. Aplicar estrategias de liderazgo en costos mediante economías de escala a fin de mantener y mejorar la cobertura de mercado.
3. Aplicar estrategias de integración de salida estableciendo lugares de venta propios a fin de abaratar costos y protegiendo la calidad del producto.
4. Establecer políticas de pago a proveedores con Periodos promedio de pago mayores al periodo promedio de cobranzas a fin de asegurar el abastecimiento de la materia prima del producto final.
5. Actualizar periódicamente ya sea semestral o anual los estados financieros proyectados a fin de actualizar costos y gastos operativos para evitar contingencias relacionados con las necesidades operativas de fondos.

REFERENCIAS

- Aguilar Tirado, K. I., Chávez Calmet, M. F., Criollo Zapata, D. C., Nuñez Tume, K. J., & Seminario Purihumán, V. Z. (Noviembre de 2021). *Implementación de saborizantes naturales en el proceso de producción de chifles "Don Eloy" en Piura*. doi:<https://hdl.handle.net/11042/5365>
- Antonio, O. S. (2019). *Plan de Negocio para la elaboración y comercialización de chifles en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018*. Obtenido de Repositorio UNIANDES: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10241/1/PSIUSDAD M041-2019.pdf>
- Arellano, D. H. (2018). *Elaboración de un sistema HACCP para la producción de chifles embolsados a base de plátano en la empresa La Hojuela*. doi:<http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1455>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Fundamentos de Marketing*.
- Becerra Arriola, K. E., & Valverde Galarza, G. D. (marzo de 2016). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PLANTA PROCESADORA DE SNACKS DE OCA FRITA*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Lima: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/3327/Becerra_Arriola_Katia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BOCANGEL WEYDERT, G. A., ROSAS ECHEVARRIA, C. W., & BOCANGEL MARIN, G. A. (2021). *Ingeniería Industrial, Introducción al diseño de plantas*. (C. W. ECHEVARRIA, Ed.) Huanuco. Obtenido de <https://www.unheval.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2021/09/DISENO-DE-PLANTAS.pdf>
- Camara Oviedo. (31 de octubre de 2020). *Viabilidad Económica de un proyecto*. Obtenido de Camara Oviedo: <https://www.mba-asturias.com/empresas/viabilidad-economica-proyecto-empresarial/>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Kotler, P. (1995). *Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control* (Vol. I y II).
- Méndez, J. (2004). *Fundamentos de economía*. México: Mc Graw Hill.
- Méndez, J. T. (2004). *Administrativo Comercial*. Málaga: Innovación y Cualificación, S.L. Obtenido de http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/esp ecialidades/materialdidactico_admon_y_gestion/admon_comercial/m5/ud 2.a.pdf

- P., A. V. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.
- Peirò, R. (4 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Calidad: <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html>
- Quiroa, M. (10 de Diciembre de 2019). PROCESO PRODUCTIVO. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Ramos, G., Delia, A., Romero, R., Romairo, O., & Callejas, R. (2017). Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en una metodología mixta. *Revista de desarrollo economico*, 7. Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_7.pdf
- Reyes, N. F. (23 de junio de 2021). *Tipos de distribución en planta*. Obtenido de UAmelia Blog: <https://uamedia.org/blog/tipos-de-distribucion-en-planta/>
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag P., J. M. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill Education.
- Up Spain. (2014). *Rentabilidad Financiera (ROE)*. Obtenido de <https://www.up-spain.com/blog/rentabilidad-financiera-roe/>
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill.
- Villarruel, S. (28 de mayo de 2015). *Viabilidad de Proyectos*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/sf7yszsgtvfj/el-concepto-viabilidad-es-utilizado-en-la-disciplina-evaluac/?fallback=1>
- Villaseca, E. P. (2020). *Proyecto de Prefactibilidad financiera para la formalidad de los snack artesanales "Del Cultivo"*. Obtenido de Repositorio San Gregorio: <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1467/1/TESIS%20FINAL%20CORREGIDO%20FISCAL%20-%20EMILIO%20NOVILLO.pdf>

ANEXOS

Anexo1. Resultados de la encuesta realizada en forma aleatoria según la cuota de distribución por localidades

Marca temporal	Género	Edad	¿Cuál es su lugar de residencia ?	¿Cuál es su promedio de ingreso mensual?	¿Consume o ha consumido chifles?	¿Consume o ha consumido chifles con saborizantes?
9/1/2023 16:01:36	Femeni no	40-50 años	Urbanización	Más de S/5000	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente
9/1/2023 16:05:11	Masculi no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:08:02	Femeni no	30-40 años	Urbanización	Menos de S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/1/2023 16:08:38	Masculi no	30-40 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:09:42	Masculi no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:11:22	Femeni no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/1/2023 16:17:03	Femeni no	40-50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:18:31	Masculi no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Raramente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:18:33	Masculi no	20-30 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:18:49	Femeni no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:21:38	Masculi no	20-30 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:22:33	Femeni no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Muy frecuentemente	Ocasionalmente
9/1/2023 16:25:23	Femeni no	20-30 años	Calle	S/3000 - S/3500	Frecuentemente	Nunca
9/1/2023 16:37:30	Masculi no	20-30 años	Calle	S/2500 - S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/1/2023 16:44:21	Masculi no	20-30 años	Urbanización	Menos de S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
9/1/2023 16:52:23	Femeni no	40-50 años	Anexo	S/3000 - S/3500	Muy frecuentemente	Frecuentemente
9/1/2023 16:54:24	Femeni no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/1/2023 16:54:50	Femeni no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/1/2023 17:11:51	Femeni no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Frecuentemente
9/1/2023 17:13:31	Femeni no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/1/2023 17:21:04	Femeni no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/1/2023 17:21:40	Masculi no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/1/2023 18:05:43	Masculi no	20-30 años	Cercado	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente

9/1/2023	Femeni				Menos de		
19:52:58	no	20-30 años	AA. HH	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente	
9/1/2023	Femeni				Menos de		
20:48:44	no	30-40 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Raramente	
9/2/2023	Masculi				Más de		
16:07:11	no	20-30 años	Urbanización	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Masculi				S/2500 -		
16:12:04	no	20-30 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Nunca	
9/2/2023	Masculi	más de 50 años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
16:20:30	no	años	Urbanización	S/3500 -	Muy		
9/2/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	S/5000	frecuentemente	Frecuentemente	
16:44:33	no	años		S/2500 -			
9/2/2023	Masculi	más de 50 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Nunca	
16:47:10	no	años		S/2500 -			
9/2/2023	Femeni	más de 50 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Nunca	
16:49:00	no	años		S/2500 -			
9/2/2023	Femeni				S/2500 -		
16:50:59	no	20-30 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Nunca	
9/2/2023	Femeni				Menos de		
16:52:33	no	30-40 años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Nunca	
9/2/2023	Masculi				Más de		
16:55:08	no	40-50 años	Urbanización	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Femeni				Más de		
17:04:13	no	40-50 años	Calle	S/5000	Muy		
9/2/2023	Masculi				S/3500 -		
17:18:12	no	40-50 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Masculi				S/3000 -		
21:06:21	no	20-30 años	Urbanización	S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	S/3000 -			
22:17:30	no	años	Urbanización	S/3500	Ocasionalmente	Raramente	
9/2/2023	Masculi	más de 50 años		S/3500 -			
23:32:27	no	años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Femeni				Menos de		
23:50:02	no	30-40 años	Urbanización	S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/2/2023	Femeni				Menos de		
23:57:57	no	20-30 años	Urbanización	S/2500	Ocasionalmente	Raramente	
9/3/2023	Femeni				Menos de		
0:27:42	no	30-40 años	Urbanización	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Masculi	más de 50 años		S/3000 -			
6:56:33	no	años	Cercado	S/3500	Ocasionalmente	Nunca	
9/3/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	S/3500 -			
8:38:21	no	años	Urbanización	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	S/3500 -			
9:09:02	no	años	Urbanización	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Femeni				S/3000 -		
9:56:43	no	40-50 años	AA. HH	S/3500	Ocasionalmente	Raramente	
9/3/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	S/2500 -			
10:09:04	no	años	Urbanización	S/3000	Raramente	Nunca	
9/3/2023	Masculi	más de 50 años		S/3000 -			
10:28:31	no	años	AA. HH	S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	Más de			
10:59:49	no	años	Urbanización	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Femeni				S/2500 -		
11:24:38	no	30-40 años	Urbanización	S/3000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/3/2023	Femeni	más de 50 años		S/3500 -	Muy	Muy	
14:47:35	no	años	Cercado	S/5000	frecuentemente	frecuentemente	

9/3/2023	Femeni			S/2500 -		
15:10:52	no	40-50 años	Cercado	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -		
15:21:26	no	40-50 años	ión	S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de	Muy	
15:24:39	no	40-50 años	ión	S/5000	frecuentemente	Frecuentemente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -		
15:28:38	no	40-50 años	ión	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -	Muy	Muy
15:29:29	no	40-50 años	ión	S/3000	frecuentemente	frecuentemente
9/3/2023	Femeni			Menos de	Muy	
15:39:35	no	40-50 años	Calle	S/2500	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Más de	Muy	
15:46:25	no	40-50 años	AA. HH	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			S/3500 -	Muy	
16:34:59	no	40-50 años	Calle	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Más de	Muy	
16:38:14	no	40-50 años	Cercado	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			S/3000 -		
17:24:13	no	40-50 años	Calle	S/3500	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Femeni			Menos de		
17:51:35	no	40-50 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/3500 -		
18:24:55	no	30-40 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Más de		
18:32:20	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Femeni	más de 50		Menos de		
18:40:42	no	años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
18:44:03	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni	más de 50		S/3000 -		
18:52:14	no	años	Calle	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -		
18:59:16	no	20-30 años	ión	S/3500	Raramente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi			S/2500 -		
19:00:59	no	40-50 años	AA. HH	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Femeni			S/3000 -		
19:04:23	no	30-40 años	Cercado	S/3500	Ocasionalmente	Nunca
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
19:07:20	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			S/2500 -	Muy	
19:07:58	no	40-50 años	Calle	S/3000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
19:21:56	no	30-40 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
19:23:20	no	30-40 años	ión	S/5000	Raramente	Nunca
9/3/2023	Femeni	más de 50		S/3000 -		
19:25:22	no	años	Calle	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Menos de		
19:30:32	no	30-40 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
20:04:55	no	30-40 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Masculi			S/2500 -	Muy	
20:40:45	no	20-30 años	AA. HH	S/3000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Menos de		
21:00:49	no	20-30 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente

9/3/2023	Femeni			S/2500 -		
21:11:16	no	40-50 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			S/2500 -	Muy	
21:12:59	no	30-40 años	AA. HH	S/3000	frecuentemente	Frecuentemente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	S/3500 -	Muy	
21:18:55	no	40-50 años	ión	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Más de		
21:19:11	no	40-50 años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Femeni	más de 50		S/3000 -	Muy	
21:27:30	no	años	AA. HH	S/3500	frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Femeni	más de 50	Urbanizac	S/3500 -		
21:44:04	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
21:49:02	no	30-40 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -		
21:51:20	no	20-30 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Frecuentemente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -		
21:51:39	no	20-30 años	ión	S/3000	Raramente	Raramente
9/3/2023	Masculi			Más de		
21:52:03	no	30-40 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -		
21:55:44	no	20-30 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Masculi			Menos de		
21:56:04	no	20-30 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	Menos de	Muy	
21:58:52	no	20-30 años	ión	S/2500	frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Masculi			Menos de		
22:01:24	no	20-30 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi			S/2500 -		
22:03:51	no	20-30 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi			Menos de		
22:09:22	no	20-30 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Femeni			S/3000 -		
22:11:09	no	40-50 años	AA. HH	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
22:11:22	no	20-30 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Frecuentemente
9/3/2023	Femeni			S/3500 -	Muy	
22:11:44	no	30-40 años	Calle	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi	más de 50		S/3000 -		
22:13:48	no	años	Cercado	S/3500	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de		
22:14:59	no	20-30 años	ión	S/2500	Frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Masculi			Menos de		
22:15:12	no	30-40 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
22:15:16	no	30-40 años	ión	S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de	Muy	
22:15:19	no	30-40 años	ión	S/5000	frecuentemente	Frecuentemente
9/3/2023	Masculi			Menos de		
22:17:01	no	30-40 años	Calle	S/2500	Raramente	Nunca
9/3/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Más de		
22:17:03	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
22:17:51	no	40-50 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
22:18:41	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Raramente

9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
22:19:44	no	20-30 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Nunca
9/3/2023	Masculi			Más de		
22:20:03	no	30-40 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/3/2023	Femeni	más de 50		Más de		
22:22:12	no	años	Cercado	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
22:26:51	no	40-50 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni			Más de		
22:36:40	no	20-30 años	Cercado	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni	más de 50	Urbanizac	Más de	Muy	
22:48:57	no	años	ión	S/5000	frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Masculi			Menos de		
22:50:58	no	20-30 años	Calle	S/2500	Raramente	Raramente
9/3/2023	Femeni	más de 50	Urbanizac	S/3000 -		
22:52:24	no	años	ión	S/3500	Frecuentemente	Nunca
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -		
23:00:28	no	20-30 años	ión	S/3500	Raramente	Ocasionalmente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
23:06:23	no	40-50 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Nunca
9/3/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -		
23:07:47	no	20-30 años	ión	S/3000	Frecuentemente	Frecuentemente
9/3/2023	Femeni			Menos de	Muy	
23:14:05	no	30-40 años	Calle	S/2500	frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi			Más de		
23:18:12	no	40-50 años	AA. HH	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/3/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
23:40:02	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Más de		
23:47:17	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/3/2023	Masculi			Menos de		
23:56:57	no	20-30 años	Calle	S/2500	Nunca	Raramente
9/4/2023	Femeni			Más de		
1:29:48	no	30-40 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni			Menos de		
1:40:44	no	30-40 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Masculi	más de 50		Menos de		
2:55:08	no	años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/4/2023	Femeni			S/3500 -		
4:55:17	no	20-30 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	S/3500 -		
5:14:43	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/4/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
6:12:24	no	20-30 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Masculi			S/3500 -		
6:47:01	no	40-50 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			Más de		
6:49:49	no	30-40 años		S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Masculi			Más de		
7:12:50	no	30-40 años	Cercado	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			S/2500 -		
7:16:39	no	40-50 años	Cercado	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni		Urbanizac	S/3500 -		
8:15:29	no	20-30 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni			Más de		
8:19:04	no	30-40 años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Raramente

9/4/2023	Femeni			S/2500 -		
8:34:24	no	30-40 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	S/3000 -	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente
8:56:40	no	años		S/3500		
9/4/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9:06:07	no	años				
9/4/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9:07:30	no	años				
9/4/2023	Masculi	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9:18:24	no	años	Urbanización	S/3000 -		
9/4/2023	Masculi	20-30 años	ión	S/3500	Ocasionalmente	Raramente
9:18:48	no	años				
9/4/2023	Femeni	30-40 años	AA. HH	Menos de S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9:39:42	no	años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/4/2023	Femeni	30-40 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
11:04:21	no	años	Urbanización	Menos de S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Masculi	20-30 años	ión	S/3500 -	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente
11:32:34	no	años		S/5000		
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Raramente
11:33:21	no	años	ión	S/3000 -		
9/4/2023	Femeni	40-50 años	ión	S/3500	Ocasionalmente	Raramente
11:42:26	no	años				
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Urbanización	S/3500 -	Frecuentemente	Ocasionalmente
11:56:33	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Masculi	30-40 años	AA. HH	S/3500 -		
12:03:49	no	años		S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Masculi	20-30 años	AA. HH	S/2500 -	Ocasionalmente	Nunca
12:31:52	no	años		S/3000		
9/4/2023	Femeni	30-40 años	Calle	Menos de S/2500	Muy frecuentemente	Frecuentemente
12:34:41	no	años				
9/4/2023	Femeni	más de 50 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
13:03:14	no	años				
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
13:06:20	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/4/2023	Masculi	30-40 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Raramente
13:06:25	no	años				
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Urbanización	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
13:09:11	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni	30-40 años	Urbanización	S/3500 -		
13:09:23	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Raramente	Raramente
13:11:06	no	años	ión	S/5000		
9/4/2023	Femeni	20-30 años	Calle	S/2500 -	Frecuentemente	Ocasionalmente
13:15:57	no	años		S/3000		
9/4/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
13:16:46	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Calle	S/2500 -	Muy frecuentemente	Nunca
13:19:14	no	años		S/3000		
9/4/2023	Femeni	40-50 años	Urbanización	Menos de S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
13:41:13	no	años	ión	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
9/4/2023	Femeni	30-40 años	AA. HH	Menos de S/2500	Frecuentemente	Nunca
13:47:10	no	años		S/2500		
9/4/2023	Femeni	30-40 años	Calle	S/2500 -	Frecuentemente	Ocasionalmente
14:15:13	no	años		S/3000		
9/4/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
14:20:16	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Nunca

9/4/2023	Femeni			Menos de	Muy	
14:26:13	no	40-50 años	Calle	S/2500	frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			S/2500 -		
14:43:20	no	20-30 años	AA. HH	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/4/2023	Femeni	más de 50		S/2500 -		
14:47:11	no	años	AA. HH	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/4/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Menos de		
14:53:21	no	años	ión	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni	más de 50		Menos de		
14:55:07	no	años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Masculi			S/2500 -		Muy
14:56:54	no	30-40 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	frecuentemente
9/4/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Menos de		
15:10:14	no	años	ión	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			Más de		
15:52:28	no	30-40 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni	más de 50		Más de		
16:16:44	no	años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni			Menos de		
16:45:00	no	30-40 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			Menos de		
16:52:32	no	40-50 años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/4/2023	Masculi	más de 50		S/3500 -		
16:54:51	no	años	AA. HH	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni			S/2500 -		
17:05:43	no	40-50 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de		
17:10:49	no	40-50 años	ión	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Masculi			S/3500 -	Muy	
17:14:34	no	20-30 años	AA. HH	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			S/3000 -		
17:21:34	no	20-30 años	AA. HH	S/3500	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni			S/2500 -		
17:21:38	no	30-40 años	AA. HH	S/3000	Frecuentemente	Frecuentemente
9/4/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de		
17:41:32	no	20-30 años	ión	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de		
18:07:53	no	30-40 años	ión	S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni		Urbanizac	S/3500 -		
18:12:03	no	30-40 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Frecuentemente
9/4/2023	Masculi	Menos de 20	Urbanizac	S/2500 -		
18:20:18	no	años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni	más de 50		S/2500 -	Muy	
18:34:20	no	años	Calle	S/3000	frecuentemente	Frecuentemente
9/4/2023	Femeni			Más de	Muy	
18:34:44	no	30-40 años	Calle	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Masculi	Menos de 20		Menos de		
18:57:51	no	años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/4/2023	Femeni			Más de	Muy	
19:03:19	no	40-50 años	Calle	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/4/2023	Femeni			Menos de		
19:11:02	no	40-50 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Nunca
9/4/2023	Femeni	Menos de 20		S/3000 -	Muy	
19:49:52	no	años	Calle	S/3500	frecuentemente	Frecuentemente
9/4/2023	Masculi			Más de	Muy	
22:17:37	no	30-40 años	Calle	S/5000	frecuentemente	Ocasionalmente

9/4/2023	Femeni				Más de		
23:50:47	no	30-40 años	Cercado	S/5000	Frecuentemente	Nunca	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -	Muy		
5:14:36	no	20-30 años	ión	S/3000	frecuentemente	Raramente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/3500 -			
7:23:06	no	20-30 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de			
9:53:32	no	20-30 años	ión	S/2500	Frecuentemente	Raramente	
9/5/2023	Femeni			S/2500 -			
10:40:06	no	30-40 años	AA. HH	S/3000	Frecuentemente	Nunca	
9/5/2023	Femeni			Menos de	Muy		
10:44:13	no	20-30 años	Calle	S/2500	frecuentemente	Raramente	
9/5/2023	Femeni			S/2500 -			
10:46:30	no	20-30 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Frecuentemente	
9/5/2023	Femeni			S/2500 -			
10:49:29	no	20-30 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Raramente	
9/5/2023	Femeni			S/2500 -			
11:03:19	no	30-40 años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Raramente	
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	Más de			
11:06:28	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	Más de			
11:20:21	no	20-30 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente	
9/5/2023	Masculi	Menos de 20		Menos de			
11:23:42	no	años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni			S/3000 -			
11:25:18	no	20-30 años	Calle	S/3500	Raramente	Raramente	
9/5/2023	Masculi	Menos de 20		Menos de			
11:27:40	no	años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Masculi	Menos de 20		S/2500 -			
11:32:09	no	años	AA. HH	S/3000	Ocasionalmente	Nunca	
9/5/2023	Femeni			Menos de			
11:40:43	no	20-30 años	Calle	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni	Menos de 20		Menos de			
12:06:22	no	años	Anexo	S/2500	Ocasionalmente	Nunca	
9/5/2023	Femeni	Menos de 20		S/3500 -			
12:24:35	no	años	AA. HH	S/5000	Frecuentemente	Frecuentemente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -			
12:32:01	no	40-50 años	ión	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni	Menos de 20		Menos de			
12:39:22	no	años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Raramente	
9/5/2023	Femeni			Menos de			
12:48:51	no	20-30 años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Raramente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -			
12:52:37	no	20-30 años	ión	S/3000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -			
13:16:38	no	40-50 años	ión	S/3500	Frecuentemente	Nunca	
9/5/2023	Femeni	Menos de 20	Urbanizac	Menos de			
13:50:22	no	años	ión	S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Masculi			Más de			
14:21:21	no	20-30 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente	
9/5/2023	Masculi			Menos de			
14:52:28	no	20-30 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente	
9/5/2023	Masculi			Menos de			
14:55:50	no	20-30 años	AA. HH	S/2500	Frecuentemente	Raramente	
9/5/2023	Masculi	Menos de 20		Más de			
15:01:05	no	años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente	

9/5/2023 15:07:45	Femeni no	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023 15:10:48	Masculi no	Menos de 20 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:12:02	Masculi no	30-40 años	AA. HH	S/3500	Raramente	Nunca
9/5/2023 15:13:48	Femeni no	20-30 años	Urbanización	S/3500 - S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:19:54	Femeni no	20-30 años	Calle	S/2500 - S/3000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023 15:28:51	Femeni no	más de 50 años	AA. HH	S/3500 - S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:31:07	Femeni no	20-30 años	Calle	S/3000 - S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:35:30	Femeni no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:39:12	Masculi no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:39:37	Femeni no	30-40 años	AA. HH	S/2500 - S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023 15:42:06	Femeni no	30-40 años	AA. HH	S/3000 - S/3500	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente
9/5/2023 15:43:13	Femeni no	20-30 años	Calle	Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023 15:44:53	Femeni no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Muy frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:45:48	Femeni no	20-30 años	Urbanización	S/3000 - S/3500	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023 15:46:03	Femeni no	20-30 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:47:57	Femeni no	20-30 años	Urbanización	Más de S/5000	Muy frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:49:24	Femeni no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:49:58	Femeni no	20-30 años	Calle	S/3000 - S/3500	Muy frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023 15:51:25	Masculi no	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:53:35	Femeni no	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023 15:54:39	Masculi no	40-50 años	AA. HH	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023 15:54:53	Masculi no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023 15:55:29	Masculi no	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023 15:56:42	Femeni no	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023 15:56:44	Femeni no	40-50 años	AA. HH	S/3500 - S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023 15:59:39	Femeni no	20-30 años	AA. HH	Más de S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023 16:03:26	Femeni no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Muy frecuentemente	Raramente
9/5/2023 16:06:48	Femeni no	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Frecuentemente	Nunca

9/5/2023	Femeni				Menos de		
16:24:14	no	30-40 años	Anexo	Urbanizac	S/2500	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Femeni				Menos de		
16:29:06	no	20-30 años	ión	Urbanizac	S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Masculi				Menos de		
16:32:17	no	20-30 años	ión	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Masculi				Más de		
16:36:14	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/5000	Raramente	Nunca
9/5/2023	Femeni				S/2500 -		
16:41:11	no	20-30 años	ión	Urbanizac	S/3000	Ocasionalmente	Frecuentemente
9/5/2023	Femeni				Menos de		
17:01:00	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/2500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni				Más de		
17:08:02	no	40-50 años	Calle	Urbanizac	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi				S/2500 -		
17:14:30	no	30-40 años	ión	Urbanizac	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Femeni				Menos de		
17:17:25	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni				Menos de		
17:25:04	no	20-30 años	AA. HH	Urbanizac	S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Femeni				Menos de	Muy	
17:31:42	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/2500	frecuentemente	Frecuentemente
9/5/2023	Femeni				S/3500 -		
18:26:26	no	30-40 años	ión	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi				S/3500 -		
18:32:22	no	20-30 años	ión	Urbanizac	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Femeni				S/3000 -		
18:35:12	no	20-30 años	AA. HH	Urbanizac	S/3500	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Femeni				Menos de		
18:37:17	no	30-40 años	Cercado	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Femeni				Menos de		
18:41:35	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/2500	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Masculi				Menos de		
18:50:42	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi				S/3500 -		
18:51:46	no	20-30 años	Calle	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Femeni	Menos de 20			Menos de		
18:54:15	no	años	AA. HH	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni				Menos de		
19:07:13	no	30-40 años	ión	Urbanizac	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Masculi	más de 50			Más de		
19:20:31	no	años	ión	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50			Más de		
19:20:32	no	años	Cercado	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Femeni	más de 50			S/2500 -		
19:21:09	no	años	ión	Urbanizac	S/3000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Masculi				Más de		
19:21:14	no	40-50 años	ión	Urbanizac	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Masculi	más de 50			Más de		
19:21:16	no	años	Calle	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi	más de 50			S/3500 -	Muy	
19:23:13	no	años	Calle	Urbanizac	S/5000	frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Femeni	más de 50			S/3500 -		
19:25:08	no	años	Cercado	Urbanizac	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50			Más de		
19:26:19	no	años	ión	Urbanizac	S/5000	Frecuentemente	Nunca

9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:26:21	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Cercado	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:26:28	no					
9/5/2023	Femeni	40-50 años	Calle	Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
19:29:58	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	Calle	Menos de S/2500	Muy frecuentemente	Ocasionalmente
19:32:33	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:33:10	no					
9/5/2023	Femeni	20-30 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
19:35:12	no					
9/5/2023	Femeni	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Nunca
19:35:20	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	AA. HH	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:35:32	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:36:57	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	AA. HH	S/3000 - S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:40:22	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
19:41:56	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:42:36	no					
9/5/2023	Masculi	Menos de 20 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Nunca
19:42:39	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Raramente
19:42:47	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Nunca
19:43:09	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	AA. HH	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
19:45:26	no					
9/5/2023	Femeni	20-30 años	Calle	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Nunca
19:45:33	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	AA. HH	S/3000 - S/3500	Raramente	Raramente
19:46:08	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
19:50:06	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	Urbanización	Menos de S/2500	Frecuentemente	Raramente
19:51:32	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	Calle	Más de S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
19:51:36	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Calle	S/3500 - S/5000	Ocasionalmente	Raramente
19:57:41	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	Calle	S/3000 - S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
20:02:14	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	Urbanización	S/3500 - S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
20:03:43	no					
9/5/2023	Femeni	30-40 años	AA. HH	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
20:04:14	no					
9/5/2023	Femeni	40-50 años	Cercado	Más de S/5000	Ocasionalmente	Nunca
20:04:19	no					
9/5/2023	Femeni	más de 50 años	AA. HH	S/3500 - S/5000	Frecuentemente	Raramente
20:05:07	no					
9/5/2023	Masculi	más de 50 años	Urbanización	Más de S/5000	Frecuentemente	Nunca
20:05:26	no					

9/5/2023	Femeni			S/2500 -		
20:06:06	no	40-50 años	Calle	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/3500 -		
20:06:30	no	años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Masculi	más de 50		Más de		
20:06:55	no	años	Anexo	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/3500 -		
20:12:16	no	años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	Más de		
20:12:42	no	30-40 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50		Más de		
20:13:28	no	años	Cercado	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/2500 -		
20:24:15	no	años	AA. HH	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Más de		
20:24:52	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Masculi			Más de		
20:25:54	no	30-40 años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
20:26:54	no	30-40 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/3500 -		
20:30:27	no	años	AA. HH	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi			S/3000 -		
20:30:46	no	30-40 años	Calle	S/3500	Frecuentemente	Frecuentemente
9/5/2023	Femeni	más de 50	Urbanizac	Más de		
20:31:47	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi			Menos de		
20:33:29	no	30-40 años	Anexo	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/3000 -		
20:38:41	no	años	AA. HH	S/3500	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -		
20:40:33	no	20-30 años	ión	S/3000	Raramente	Raramente
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	S/3500 -		
20:42:33	no	20-30 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Frecuentemente
9/5/2023	Femeni			Menos de		
20:42:47	no	40-50 años	Calle	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
9/5/2023	Masculi			Más de		
20:47:45	no	30-40 años	Calle	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/3000 -		
20:51:25	no	40-50 años	ión	S/3500	Raramente	Nunca
9/5/2023	Masculi			Más de	Muy	
20:54:52	no	40-50 años	Cercado	S/5000	frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Femeni	más de 50		Más de		
20:55:22	no	años	AA. HH	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	S/3000 -		
21:03:42	no	20-30 años	ión	S/3500	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	S/2500 -		
21:05:22	no	años	ión	S/3000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/3000 -		
21:12:13	no	años	AA. HH	S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Femeni			Menos de		
21:13:33	no	40-50 años	Cercado	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/3500 -		
21:35:02	no	40-50 años	ión	S/5000	Raramente	Nunca
9/5/2023	Masculi	más de 50		Más de		
21:38:48	no	años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente

9/5/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
21:42:40	no	40-50 años	ión	S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/5/2023	Masculi			Menos de		
21:47:21	no	20-30 años	Calle	S/2500	Raramente	Nunca
9/5/2023	Masculi			Menos de		
22:24:21	no	20-30 años	Calle	S/2500	Raramente	Raramente
9/5/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	Más de		
22:28:52	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi			S/3000 -		
22:29:31	no	30-40 años	AA. HH	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi	Menos de 20		Menos de		
22:41:21	no	años	Cercado	S/2500	Raramente	Raramente
9/5/2023	Masculi		Urbanizac	S/3000 -		
22:41:46	no	30-40 años	ión	S/3500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/5/2023	Masculi	Menos de 20	Urbanizac	Menos de		
22:43:48	no	años	ión	S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
9/5/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de	Muy	Muy
23:30:23	no	20-30 años	ión	S/2500	frecuentemente	frecuentemente
9/5/2023	Femeni	más de 50		S/2500 -		
23:50:42	no	años	Calle	S/3000	Ocasionalmente	Raramente
9/5/2023	Masculi			Menos de		
23:57:50	no	20-30 años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Raramente
9/6/2023	Femeni			S/3500 -		
0:01:31	no	20-30 años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Raramente
9/6/2023	Masculi			S/3000 -		
1:19:20	no	30-40 años	Calle	S/3500	Ocasionalmente	Nunca
9/6/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	S/3500 -		
1:21:14	no	años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/6/2023	Masculi	Menos de 20		Menos de		
2:01:19	no	años	AA. HH	S/2500	Ocasionalmente	Nunca
9/6/2023	Masculi	más de 50		Más de		
6:24:47	no	años	Calle	S/5000	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/6/2023	Femeni	más de 50		S/2500 -		
7:29:25	no	años	Calle	S/3000	Raramente	Raramente
9/6/2023	Masculi		Urbanizac	S/2500 -	Muy	
7:30:32	no	20-30 años	ión	S/3000	frecuentemente	Ocasionalmente
9/6/2023	Femeni		Urbanizac	Menos de		
7:37:32	no	40-50 años	ión	S/2500	Frecuentemente	Raramente
9/6/2023	Femeni			S/3000 -		
7:50:33	no	30-40 años	Calle	S/3500	Frecuentemente	Ocasionalmente
9/6/2023	Femeni	más de 50		Más de		
8:39:34	no	años	AA. HH	S/5000	Raramente	Nunca
9/6/2023	Masculi	más de 50	Urbanizac	S/3500 -		
9:23:05	no	años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/6/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
9:30:11	no	40-50 años	ión	S/5000	Ocasionalmente	Nunca
9/6/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
9:31:42	no	40-50 años	ión	S/5000	Frecuentemente	Nunca
9/6/2023	Masculi		Urbanizac	Más de		
9:32:34	no	30-40 años	ión	S/5000	Nunca	Nunca
9/6/2023	Femeni		Urbanizac	S/2500 -		
9:37:01	no	30-40 años	ión	S/3000	Frecuentemente	Raramente
9/6/2023	Femeni			S/3500 -		
10:29:05	no	30-40 años	AA. HH	S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/6/2023	Femeni			Menos de		
11:08:05	no	20-30 años	AA. HH	S/2500	Frecuentemente	Raramente

9/6/2023	Femeni	no	40-50 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
12:45:14	Femeni	no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/6/2023	Femeni	no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
12:47:44	Femeni	no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Frecuentemente	Nunca
9/6/2023	Femeni	no	40-50 años	Urbanización	S/3500 - S/5000	Ocasionalmente	Nunca
12:49:38	Femeni	no	más de 50 años	AA. HH	Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/6/2023	Masculi	no	40-50 años	Calle	S/3000 - S/3500	Frecuentemente	Frecuentemente
15:47:38	Masculi	no	más de 50 años	Cercado	Más de S/5000	Ocasionalmente	Ocasionalmente
9/6/2023	Masculi	no	20-30 años	Urbanización	Menos de S/2500	Ocasionalmente	Ocasionalmente
19:52:53	Masculi	no	más de 50 años	AA. HH	Más de S/5000	Muy frecuentemente	Ocasionalmente
9/7/2023	Femeni	no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente
0:07:34	Femeni	no	20-30 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Raramente	Nunca
9/7/2023	Masculi	no	20-30 años	AA. HH	Menos de S/2500	Frecuentemente	Frecuentemente
0:07:35	Masculi	no	30-40 años	Urbanización	S/3000 - S/3500	Ocasionalmente	Raramente
9/7/2023	Masculi	no	30-40 años	Urbanización	S/2500 - S/3000	Raramente	Raramente
18:59:43	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/8/2023	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
0:00:19	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/8/2023	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
14:45:30	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/14/2023	Masculi	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
8:41:35	Masculi	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/15/2023	Masculi	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
18:04:02	Masculi	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/25/2023	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9:54:28	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
9/26/2023	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente
20:12:30	Femeni	no	más de 50 años		Más de S/5000	Ocasionalmente	Raramente

¿Con qué frecuencia consume?	¿Qué marca de chifles ha consumido?	¿Dónde consume normalmente los chifles con saborizantes?	¿Estaría dispuesto a consumir chifles con saborizantes naturales?	¿Compraría la presentación de chifle con saborizantes naturales de 250 gr?	Indique el sabor de su preferencia	¿Dónde compraría probablemente los chifles con saborizantes?
Semanal	Olaechea	Bodegas	Ocasionalmente	Muy frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semestral	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Ocasionalmente	Ajo	Terminal de buses
Semestral	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Terminal de buses

Quincenal	Cricket	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Hogar	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Semanal	Otros	Bodegas	Muy frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Supermercados
Semanal	Piuranito	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Anual	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Olaechea	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Terminal de buses
Semestral	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Minimarkets
Mensual	Miguel	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Tienda principal
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Terminal de buses
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Otros	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Quincenal	Otros	Restaurantes	Raramente	Raramente	Picante	Minimarkets
Mensual	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Mensual	Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Semanal	Piuranito	Kiosko	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Cricket	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
		Restaurantes				
Mensual	Otros	es	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Semanal	Olaechea	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Supermercados
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Semestral	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
						Terminal de buses
Mensual	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Raramente	Picante	buses
Semestral	Otros	Kiosko	Nunca	Raramente	Picante	Bodegas

Mensual	Otros	Bodegas	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Raramente	Ajo	Supermercados
Semestral	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Semanal	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal	Piuranito	Bodegas	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Ajo	Bodegas
Semanal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Kiosko	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Terminal de buses
Semanal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Quincenal	San Miguel	Otros	Frecuentemente	Muy frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Cricketts	Bodegas	Muy frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Kiosko	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Hogar	Raramente	Raramente	Picante	Tienda principal
Semanal	Otros	Hogar	Raramente	Raramente	Orégano	Bodegas
Anual	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Nunca	Nunca	Orégano	Minimarkets
Semanal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Semestral	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Quincenal	Olaechea	Otros	Ocasionalmente	Frecuentemente	Picante	Tienda principal
Semanal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Anual	Cricketts	Bodegas	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Semestral	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Terminal de buses
Semestral	Otros	Otros	Nunca	Raramente	Ajo	Minimarkets
Quincenal	San Miguel	Hogar	Frecuentemente	Muy frecuentemente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Bodegas	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Terminal de buses
Semestral	Piuranito	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Anual	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Piuranito	Otros	Raramente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Tienda principal
Semanal	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Frecuentemente	Ajo	Terminal de buses

Semanal	Piuranito San	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Supermercados
Mensual	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Tienda principal
Quincenal	Olaechea	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Semestral	Cricketes	Otros	Ocasionalmente	Frecuentemente	Ajo	Supermercados
Mensual	Olaechea	Bodegas	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal	Piuranito	Bodegas	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Mensual	Piuranito	Restaurantes	Nunca	Raramente	Picante	Bodegas
Semestral	Olaechea San	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Miguel	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Hogar	Nunca	Nunca	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Quincenal	Olaechea	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual	Cricketes	Restaurantes	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Quincenal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Terminal de buses
Mensual	Olaechea	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Terminal de buses
Semanal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semestral	Piuranito	Otros	Raramente	Nunca	Ajo	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Otros	Hogar	Frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Olaechea	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Minimarkets
Semanal	Cricketes	Restaurantes	Nunca	Nunca	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Semanal	Cricketes	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semestral	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Tienda principal
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Otros	Nunca	Nunca	Ajo	Supermercados

Mensual	Cricketes	Otros	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Supermercados
Quincenal	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Semanal	Otros	Otros	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Picante	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Bodegas
Semestral	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Anual	Otros	Kiosko	Nunca	Nunca	Picante	Minimarkets
Semestral	Piuranito	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semestral	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semestral	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Tienda principal
Semanal	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Orégano	Bodegas
Semanal	Cricketes	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Semestral	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Kiosko	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Olaechea	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semestral	Olaechea	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Mensual	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas

Semanal	Otros	Bodegas	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Quincenal	Olaechea	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Semanal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
San						
Semanal	Miguel	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Olaechea	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Olaechea	Kiosko	Nunca	Nunca	Picante	Bodegas
Mensual	Cricketts	Otros	Nunca	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Anual	Piuranito	Bodegas	Nunca	Raramente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Cricketts	Kiosko	Ocasionalmente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Quincenal	Cricketts	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Minimarkets
Semanal	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Semestr						
al	Otros	Kiosko	Raramente	Nunca	Ajo	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Tienda principal
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Ajo	Supermercados
Semanal	Cricketts	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Semestr						
al	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal	Piuranito	Bodegas	Raramente	Raramente	Orégano	Supermercados
Mensual	Otros	Kiosko	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Anual	Piuranito	Bodegas	Nunca	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Mensual	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Supermercados
Semestr						
al	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	San					
al	Miguel	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Tienda principal
Anual	Otros	Otros	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados

Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Bodegas
Semestral	Piuranito	Bodegas	Raramente	Frecuentemente	Picante	Terminal de buses
Semanal	Piuranito	Kiosko	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Semanal	Cricketts	Hogar	Frecuentemente	Raramente	Picante	Bodegas
Quincenal	San Miguel	Otros	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Orégano	Supermercados
Semanal	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Olaechea	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Mensual	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Semestral	Otros	Bodegas	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semestral	Cricketts	Bodegas	Frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semestral	San Miguel	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Anual	Otros	Kiosko	Raramente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Semanal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Minimarkets
Quincenal	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Supermercados
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Olaechea	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Semestral	Olaechea	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Hogar	Raramente	Raramente	Picante	Minimarkets
Semanal	San Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Anual	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas

Quincenal	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Semestral	San Miguel	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semestral	Piuranito	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Tienda principal
Mensual	Otros	Kiosko	Muy frecuentemente	Nunca	Orégano	Bodegas
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Quincenal	San Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Orégano	Bodegas
Mensual	Olaechea	Restaurantes	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Otros	Hogar	Nunca	Nunca	Orégano	Terminal de buses
Mensual	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Minimarkets
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Mensual	Piuranito	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Cricketts	Hogar	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Raramente	Orégano	Supermercados
Semanal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Semestral	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Terminal de buses
Mensual	Cricketts	Bodegas	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Otros	Otros	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Supermercados
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Supermercados
Semanal	Otros	Bodegas	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Nunca	Nunca	Orégano	Tienda principal
Semanal	Otros	Otros	Raramente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Mensual	Olaechea	Hogar	Raramente	Raramente	Ajo	Terminal de buses
Semanal	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Ocasionalmente	Orégano	Terminal de buses
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Otros	Raramente	Nunca	Picante	Bodegas

Quincenal	Otros	Bodegas	Raramente	Ocasionalmente Muy frecuentemente	Picante	Tienda principal
Anual	Otros	Otros	Nunca	Ocasionalmente	Picante	Bodegas Terminal de buses
Anual Quincenal	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Olaechea	Bodegas	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Bodegas Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semanal Quincenal	Otros San Miguel	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados Minimarkets
Semanal Quincenal	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente Muy frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual Quincenal	Piuranito San Miguel	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual Quincenal	Miguel San Miguel	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual Quincenal	Miguel	Bodegas Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Mensual Quincenal	Otros	Bodegas Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Mensual Quincenal	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Piuranito	Kiosko	Raramente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Mensual Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Mensual Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Mensual Quincenal	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Orégano	Tienda principal
Semanal Quincenal	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Supermercados
Semanal Quincenal	Cricketes	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Mensual Quincenal	Olaechea	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Mensual Quincenal	Otros	Kiosko	Frecuentemente Muy frecuentemente	Frecuentemente Muy frecuentemente	Orégano	Supermercados
Mensual Quincenal	Otros	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual Quincenal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Mensual Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semanal Quincenal	Olaechea	Bodegas Restaurantes	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Semanal Quincenal	Otros	Bodegas Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas

Mensual Semestral	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Terminal de buses
Semanal Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Quincenal	San Miguel	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Quincenal	Otros	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Semanal Quincenal	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Quincenal	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Quincenal	Cricketes	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semanal Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Ajo	Bodegas
Mensual Anual	Otros	Restaurantes	Raramente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
	Otros	Restaurantes	Frecuentemente	Raramente	Ajo	Supermercados
Mensual Semestral	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Quincenal	Olaechea	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Mensual Quincenal	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Picante	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Restaurantes	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Supermercados
Quincenal	Piuranito	Kiosko	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Anual Semestral	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Raramente	Ajo	Terminal de buses
	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Mensual	Olaechea	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Terminal de buses
Semanal	Otros	Hogar	Raramente	Raramente	Orégano	Tienda principal
Mensual	Piuranito	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Piuranito	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Minimarkets
	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Terminal de buses
Mensual Semestral	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Tienda principal
	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas

Mensual	Olaechea	Kiosko	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas Terminal de buses
Mensual	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Tienda principal
Quincenal	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Orégano	Bodegas
Semanal	Piuranito	Bodegas	Raramente	Raramente	Ajo	Supermercados
Mensual	Piuranito	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Bodegas
Mensual	Otros	Kiosko	Muy frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Semestral	Cricketes	Hogar	Nunca	Nunca	Picante	Bodegas
Semestral	Piuranito	Kiosko	Frecuentemente	Muy frecuentemente	Orégano	Minimarkets
Semestral	Olaechea	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Picante	Tienda principal
Semanal	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Mensual	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Cricketes	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Restaurantes	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Ajo	Supermercados
Anual	Otros	Hogar	Raramente	Raramente	Orégano	Supermercados
Semanal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Anual	Otros	Restaurantes	Raramente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Mensual	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Piuranito	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semestral	San Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Supermercados
Semestral	San Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	San Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Quincenal	San Miguel	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Minimarkets
Semanal	Miguel	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Minimarkets
Mensual	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Picante	Tienda principal
Mensual	Otros	Restaurantes	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Bodegas Terminal de buses
Semanal	Otros	Kiosko	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Mensual	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Ajo	Bodegas

Semanal	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Picante	Tienda principal
Mensual	Otros	Restaurantes	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Otros	Ocasionalmente	Raramente	Picante	Supermercados
Semanal	Olaechea San	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Ajo	Minimarkets
Mensual	Miguel San	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Tienda principal
Mensual	Miguel	Bodegas	Ocasionalmente	Frecuentemente	Ajo	Supermercados Terminal de buses
Anual	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Orégano	
Quincenal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Tienda principal
Semestral	Piuranito	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Quincenal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Anual	Otros	Otros	Nunca	Nunca	Orégano	Bodegas
Quincenal	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Orégano	Bodegas
Mensual	Olaechea	Hogar	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Minimarkets
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Raramente	Orégano	Bodegas
Mensual	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Tienda principal
Mensual	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Mensual	Piuranito	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Orégano	Bodegas
Quincenal	Piuranito	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Raramente	Raramente	Picante	Terminal de buses
Semanal	Otros	Bodegas	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Hogar	Frecuentemente	Frecuentemente	Picante	Bodegas
Semanal	Otros	Bodegas	Muy frecuentemente	Muy frecuentemente	Ajo	Terminal de buses
Anual	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Orégano	Minimarkets
Semanal	Otros	Otros	Frecuentemente	Ocasionalmente	Picante	Supermercados
Mensual	Otros	Bodegas	Raramente	Raramente	Ajo	Bodegas
Semestral	Otros	Otros	Ocasionalmente	Ocasionalmente	Picante	Minimarkets
Semestral	Cricketts	Hogar	Raramente	Ocasionalmente	Ajo	Tienda principal

¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar?	¿Cuántas bolsas de 250 gr consumiría al mes	¿Qué nombre considera idóneo para la marca?	¿Qué tipo de presentación elegiría Ud.?	¿Por cuál medio publicitario prefiere escuchar acerca del producto?
14 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	De yute	Redes sociales

13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De yute	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Otros	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13,50 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Organic banana	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
14,50 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
14 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De cartón	Página web
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	De cartón	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13,50 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
14 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
14,50 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Comentarios de amigos

13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Otros	Redes sociales
14 soles	Más de 4 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13,50 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles orgánicos	De yute	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13,50 soles	Más de 4 bolsas	Organic banana	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Otros	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
14,50 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	De yute	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De cartón	Página web
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales

13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
13,50 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Página web
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De cartón	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Televisión
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Otros	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Organic banana	Otros	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Televisión
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Televisión
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales

13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	3 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Página web
13 soles	4 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De cartón	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
15 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De cartón	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
14 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13,50 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Redes sociales
14 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
15 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Televisión
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios

13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
15 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
14,50 soles	Más de 4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
14 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
13,50 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De yute	Página web
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Página web
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Página web
14 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De cartón	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De cartón	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De yute	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De yute	Televisión
14 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	3 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Comentarios de amigos
15 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Otros	Paneles publicitarios
13,50 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Redes sociales

13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Página web
13 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De cartón	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	2 bolsas	Organic banana	De cartón	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Paneles publicitarios
13,50 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De yute	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De cartón	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Televisión
13 soles	4 bolsas	Organic banana	De papel	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Otros	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Otros	Paneles publicitarios
14 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De yute	Página web
13 soles	Más de 4 bolsas	Organic banana	De papel	Televisión
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Página web

13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	Más de 4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
14,50 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	De yute	Televisión
13,50 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Redes sociales
13,50 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
14 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	De yute	Redes sociales
13 soles	4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De cartón	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Otros	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Otros	Paneles publicitarios
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	De yute	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De cartón	Redes sociales
14 soles	Más de 4 bolsas	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifes orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifes orgánicos	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Comentarios de amigos

14 soles	4 bolsas	Chifres orgánicos	De papel	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Organic banana	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Chifres orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Otros	Comentarios de amigos
14 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De yute	Comentarios de amigos
13 soles	2 bolsas	Chifres orgánicos	De papel	Página web
14,50 soles	4 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Otros	Comentarios de amigos
13 soles	3 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Página web
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	4 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
14 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	De cartón	Comentarios de amigos
13,50 soles	4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Página web
13 soles	1 bolsa	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Redes sociales
13,50 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifres orgánicos	De yute	Comentarios de amigos
13 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Organic banana	Bolsa transparente	Página web
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
14,50 soles	3 bolsas	Chifres orgánicos	De papel	Comentarios de amigos
14 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De yute	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	Bolsa transparente	Página web
14 soles	3 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Televisión
13 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Variada	De papel	Redes sociales
13,50 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifres orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales

14 soles	3 bolsas	Crujientes Snacks	De cartón	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Paneles publicitarios
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Paneles publicitarios
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	De papel	Redes sociales
13,50 soles	2 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	3 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Redes sociales
13 soles	2 bolsas	Chifles La Piuranita	De papel	Página web
13 soles	Más de 4 bolsas	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles La Piuranita	Otros	Redes sociales
13,50 soles	Más de 4 bolsas	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Chifles orgánicos	Bolsa transparente	Redes sociales
14,50 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	De papel	Redes sociales
13 soles	1 bolsa	Crujientes Snacks	Bolsa transparente	Redes sociales

Anexo 2 Resultados de la mano de obra directa e indirecta del proyecto

RUBRO:		Mano de Obra Directa				
Puesto	Jefe de taller					
Turnos de Trabajo:	1					
No. de Trabajadores:	1					
Relación laboral	Contratado					
Sueldo básico	2,100.00					
ESSALUD	9.00%					
AFP	12.96%					
	FONDO:	10.00%	PRIMA	1.36%	COMISION	1.60%
MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR	
ENE	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
FEB	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
MAR	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
ABR	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
MAY	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
JUN	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
JUL	2,100.00	234.00	367	500.00	2,834.00	
AGO	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
SET	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
OCT	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
NOV	2,100.00	189.00	297	0.00	2,289.00	
DIC	2,100.00	234.00	367	500.00	2,834.00	
TOTAL	S/25,200.00	S/2,358.00	S/3,701.12	S/1,000.00	S/28,558.00	

RUBRO:	Mano de Obra Indirecta				
Puesto	Administrador				
Turnos de Trabajo:	1				
No. de Trabajadores:	1				
Relación laboral	Contratado				
Sueldo básico	3,000.00				
ESSALUD	9.00%				
AFP	12.96%				
	FONDO:	10.00%	PRIMA	1.36%	COMISION 1.60%
MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR
ENE	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
FEB	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
MAR	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
ABR	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
MAY	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
JUN	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
JUL	3,000.00	333.00	523	700.00	4,033.00
AGO	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
SET	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
OCT	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
NOV	3,000.00	270.00	424	0.00	3,270.00
DIC	3,000.00	333.00	523	700.00	4,033.00
TOTAL	S/36,000.00	S/3,366.00	S/5,283.27	S/1,400.00	S/40,766.00

RUBRO:	Mano de Obra Indirecta				
Puesto	Contador				
Turnos de Trabajo:	1				
No. de Trabajadores:	1				
Relación laboral	Contratado				
Sueldo básico	2,000.00				
ESSALUD	9.00%				
AFP	12.96%				
	FONDO:	10.00%	PRIMA	1.36%	COMISION 1.60%
MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR
ENE	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
FEB	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
MAR	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
ABR	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
MAY	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
JUN	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00

JUL	2,000.00	225.00	353	500.00	2,725.00
AGO	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
SET	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
OCT	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
NOV	2,000.00	180.00	283	0.00	2,180.00
DIC	2,000.00	225.00	353	500.00	2,725.00
TOTAL	S/24,000.00	S/2,250.00	S/3,531.60	S/1,000.00	S/27,250.00

RUBRO: **Mano de Obra Indirecta**
Puesto **Secretaria**
Turnos de Trabajo: 1
No. de Trabajadores: 1
Relación laboral Contratado
Sueldo básico 1,300.00
ESSALUD 9.00%
AFP 12.96%
FONDO: 10.00% **PRIMA** 1.36% **COMISION** 1.60%

MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR
ENE	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
FEB	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
MAR	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
ABR	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
MAY	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
JUN	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
JUL	1,300.00	180.00	283	700.00	2,180.00
AGO	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
SET	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
OCT	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
NOV	1,300.00	117.00	184	0.00	1,417.00
DIC	1,300.00	180.00	283	700.00	2,180.00
TOTAL	S/15,600.00	S/1,530.00	S/2,401.49	S/1,400.00	S/18,530.00

RUBRO: **Mano de Obra Indirecta**
Puesto **Personal de limpieza**
Turnos de **1**
Trabajo: **1**
No. de **1**
Trabajadores:
Relación **Contratado**
laboral
Sueldo básico **1,150.00**
ESSALUD **9.00%**
AFP **12.96%**
FONDO: **10.00%** **PRIMA** **1.36%** **COMISION** **1.60%**

MES	SUELDO BASICO	ESSALUD	AFP	GRATIFICACION	CARGO PARA EL EMPLEADOR
ENE	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
FEB	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
MAR	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
ABR	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
MAY	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
JUN	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
JUL	1,150.00	130.50	205	300.00	1,580.50
AGO	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
SET	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
OCT	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
NOV	1,150.00	103.50	162	0.00	1,253.50
DIC	1,150.00	130.50	205	300.00	1,580.50
TOTAL	S/13,800.00	S/1,296.00	S/2,034.20	S/600.00	S/15,696.00