



TRABAJO FIN DE MÁSTER
MÁSTER EN ALTA DIRECCIÓN
CURSO ACADÉMICO: OFICIAL
OCTUBRE 2017

TÍTULO:
PLAN DE NEGOCIO
ESTRUCTURA DE COSTOS EN LA FABRICACION DE GLOBOS DE
LATEX NATURAL

APELLIDOS/NOMBRE ESTUDIANTE:

Ing. Miguel Gustavo, QUIÑONES REYNA

APELLIDOS/NOMBRE TUTOR:

Prof. Severino Díaz

MAYO – 2018



TRABAJO FIN DE MÁSTER
MÁSTER EN ALTA DIRECCIÓN
CURSO ACADÉMICO: OFICIAL
OCTUBRE 2017

TÍTULO:
PLAN DE NEGOCIO
ESTRUCTURA DE COSTOS EN LA FABRICACION DE GLOBOS DE
LATEX NATURAL

APELLIDOS/NOMBRE ESTUDIANTE:

Ing. Miguel Gustavo, QUIÑONES REYNA

APELLIDOS/NOMBRE TUTOR:

Prof. Severino Díaz

ENERO – 2018

CONTENIDO

CONTENIDO	IV
INTRODUCCION	V
RESUMEN EJECUTIVO	2
<u>CAPÍTULO I.....</u>	<u>3</u>
PLAN DE NEGOCIO.....	3
<u>CAPÍTULO II.....</u>	<u>27</u>
PLAN DE MARKETING	27
<u>CAPÍTULO III</u>	<u>67</u>
PLAN DE RECURSOS HUMANOS	67
<u>CAPÍTULO IV.....</u>	<u>73</u>
PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	73
<u>CAPÍTULO V</u>	<u>94</u>
PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO	94
<u>CAPÍTULO VI.....</u>	<u>121</u>
PLAN JURÍDICO – LEGAL.....	121
<u>CAPÍTULO VII.....</u>	<u>124</u>
PLAN ESTRATEGICO	124
<u>CAPÍTULO VIII.....</u>	<u>127</u>
PLAN DE CONTINGENCIAS.....	127
CONCLUSIONES.....	128

En el Perú, según los resultados de los Censos Nacionales 2007, estadísticas del Ministerio de la Producción e información AGRODATAPERU no existen fabricantes caucho, de globos principalmente, en el Distrito de San Juan de Lurigancho¹.

Un globo es un recipiente de material flexible relleno generalmente de aire o helio, a menudo usado como juguete para los niños. También sirven de decoración en cumpleaños y otras celebraciones. Los globos también constituyen un buen soporte publicitario, al poder serigrafarse en varios colores, sirviendo de conmemoración o recordatorio de eventos o marcas comerciales.

Actualmente no se fabrican globos en el distrito de San Juan de Lurigancho; sin embargo, la disponibilidad de este tipo de productos está centralizada en la capital limeña; por tal motivo, la propuesta de implementar una fábrica de globos.

Nuestra empresa GLOBYLATEX S.R.L se dedica tanto a la producción como a la comercialización de globos de látex natural, en el mercado interno y externo. Contamos con personal calificado y equipos de tecnología avanzada, Los materiales principales son los siguientes: látex natural, diversos pigmentos, y materiales indirectos, los cuales son consumidos en los 4 procesos de Producción.

Contamos con personal capacitado y con experiencia quienes se desenvuelven en las diferentes Áreas de Administración y Finanzas, Producción y Marketing y Ventas.

¹Distrito de la provincia de Lima, ubicada en el departamento homónimo, en el Perú.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente negocio tiene como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de un plan de negocios para la implementación de una empresa para la fabricación y comercialización de globos de látex natural.

Este plan tiene como objetivo principal analizar y evaluar la fabricación de globos en el distrito de San Juan de Lurigancho. Para ello se evaluó la concentración de las fábricas de globos de látex natural en el centro de la capital limeña.

El cumplimiento de los objetivos destacó el desarrollo de las siguientes actividades: ubicación de la fábrica, selección de la materia prima a utilizar, proceso de fabricación y control de calidad.

Al ampliar con el plan de negocios realizamos los principales estudios: Análisis Estratégico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio de Organización y Legal y Estudio Económico y Financiero.

En el Análisis Estratégico se presenta un estudio de las principales variables del Macroentorno mediante el análisis Pestell y del Microentorno mediante las cinco fuerzas competitivas de Porter. Asimismo, se desarrolla un análisis FODA y se presenta la visión, misión, objetivos y estrategias del negocio.

En el Estudio de Mercado se conoce y evalúa el mercado de los globos de látex y se determina el mercado objetivo del proyecto resultando ser las empresas comercializadoras, de eventos (sociales, infantiles, empresariales, etc.) y centros comerciales.

En el Estudio Técnico se muestra la justificación de la localización de la planta de producción asimismo se determina la capacidad y distribución de las instalaciones. Se describe el proceso productivo.

En el aspecto Legal se describe el tipo de organización que tendrá la empresa, una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SCRL). Se presenta la estructura organizacional y el perfil de cada puesto.

1.1. DESCRIPCION DE LOS PROMOTORES

1.1.1. DESCRIPCION DE LA SOCIEDAD

La idea del plan de negocio consiste en implementar una fábrica de globos de látex natural de diferentes tipos con una buena estructura de costos y por último con un excelente servicio personalizado al cliente que no brinda la oferta actual.

Durante décadas el país importa globos, principalmente los globos de la empresa mexicana Payaso del país mexicano además de ello no existen fábricas de globos en los distritos de los conos limeños.

Se propone que la zona de influencia del Plan de Negocio se desarrollará en el distrito de San Juan de Lurigancho y demás distritos de los conos limeños debido a que es el mercado donde se concentra la mayor cantidad de clientes objetivos.

1.1.2. CURRICULUM DE LOS PROMOTORES

Los socios inversionistas son:

Angela Quiñones Reyna, Contadora Publica Colegiada, de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, con especialización en Costos y experiencia en análisis financiero. Aportará en la gestión Financiera y de Costos.

Yenifer Cano Espinoza, Administradora de Empresas, de la Universidad UPC con especialización en Recursos Humanos y experiencia en Marketing de productos relacionados al pisco. Aportará en la gestión Administrativa y de Marketing.

Ivan Quiñones Reyna, Ing. Eléctrico, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Actualmente labora en la empresa Luz Del Sur, se desempeña como Supervisor de mantenimiento, especializado en la gestión y confiabilidad de activos. Aportará en la elección de los equipos y el trabajo óptimo de las maquinarias en la planta.

Miguel Quiñones Reyna, Ing. de Sistemas, de la Universidad Nacional Federico Villarreal, actualmente trabaja en la empresa Scharff Logística Integrada. Aportará en la gestión de Operaciones y Tecnologías.

1.1.3. ANTECEDENTES PROFESIONALES DE LOS PROMOTORES

Cada uno de los promotores cuenta con experiencia en su campo profesional, tal y como lo indica el punto 1.1.2, la suma de experiencias avala la formación de la sociedad.

1.2. BREVE DESCRIPCION DEL PROYECTO

La nueva empresa GLOBYTEX EIRL, se dedicará a la fabricación de globos de látex natural distintos modelos y colores bajo una estructura de costos por procesos.

El producto tiene buena acogida en el mercado limeño y en provincias también, es una buena alternativa para las empresas comerciales, empresas de eventos (sociales, infantiles, empresariales, etc.) y centros comerciales.

1.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.3.1. MISION Y VISION DE LA EMPRESA

MISIÓN

Producir y comercializar globos de látex natural en los mercados nacional e internacional con innovación tecnológica y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y socios estratégicos proporcionando oportunidades de crecimiento y desarrollo.

VISIÓN

- Ser reconocidos como la empresa más grande en producción de globos y organización logística integral de eventos a nivel nacional e internacional.
- Convertirnos en una empresa líder en la fabricación y distribución de globos de látex natural que se distinga por la alta calidad en los procesos, servicios y talento humano desafiando la creatividad, generando más y mejores productos.

1.3.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: VALORES

Compromiso con el Cliente

Conocedores de las necesidades, responsabilidades y exigencias de fabricación de globos para nuestros valiosos clientes, les ofrecemos globos de la más alta calidad y un buen costo, con el mejor servicio.

Compromiso con las Personas

Echar de ver que el verdadero éxito corporativo y social es facilitar a nuestro cliente y a toda persona de nuestra sociedad la ventaja individual, desarrollo de capacidades, generando un clima de integración y solidaridad.

Compromiso ambiental

Orientados en la importancia del cuidado de nuestro medio ambiente estamos obligados a fomentar el cuidado y preservación de nuestro ecosistema y generando el desarrollo sostenible en el sector de fabricación de globos.

1.3.3. ANÁLISIS DE ENTORNO GENERAL - PEST

VARIABLES	TENDENCIA	CLIENTES	NEGOCIO
FACTORES POLITICOS	<p>El Directorio del Banco Central de Reserva del Perú acordó reducir la tasa de interés de referencia de 3,50 a 3,25 por ciento, tomando en cuenta la inflación en octubre continuó disminuyendo y se ubicó en el medio del rango meta. Por su parte, las mediciones de tendencia inflacionaria continúan reduciéndose y se encuentran también dentro de dicho rango. Se proyecta que ambas mediciones de inflación continuarán dentro del mismo en los años 2017 y 2018.²</p> <p>La reducción y simplificación de los procedimientos de Apertura de un Negocio y/o constitución de sociedades ante la SUNAT, SUNARP, etc., y la aceleración del tiempo en la entrega de las licencias ha facilitado la constitución de negocios en el Perú.³</p>	<p>La reducción de la tasa de interés es una medida de combatir desaceleración y persigue la reactivación económica, por lo que genera cierta estabilidad en la inflación peruana para las familias y empresas.</p>	<p>El gobierno con sus políticas a favor de la inversión, impulsa el crecimiento del sector comercio y ello impacta positivamente en la demanda de nuestros productos.</p>
FACTORES ECONOMICOS	<p>El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) estimó que la economía peruana alcanzaría un crecimiento económico de 2.6% en el 2017 y 3.5% en el 2018. El 2017, por segundo año consecutivo, las exportaciones serán el motor del crecimiento.⁴</p> <p>La inflación promedial para los años 2015 y 2016 se estima fluctuará entre el 2.0%.⁵</p>	<p>El crecimiento anual del PBI y el PBI per cápita se mantendrá en crecimiento, lo que genera expectativas positivas.</p> <p>La accesibilidad a créditos es favorable para las empresas ya establecidas y para las nuevas empresas comercializadoras, empresas de eventos, etc.</p>	<p>La continuidad del crecimiento de la economía peruana y la baja del costo de materias primas generará el desarrollo del plan de negocio propuesto.</p> <p>Los globos en general son muy usados en diferentes ocasiones.</p>

² NOTA INFORMATIVA - PROGRAMA MONETARIO DE NOVIEMBRE 2017

³ ANEXO N° 06: Cuadro N° 08 - Doing Business 2014: español.doingbusiness.org

⁴ <https://gestion.pe/economia/ccl-proyecta-crecimiento-economico-peru-2-6-2017-3-5-2018-142567>

⁵ Ministerio de Economía y Finanzas: Marco Macroeconómico Multianual 2015 -2017 Pág. 63

VARIABLES	TENDENCIA	CLIENTES	NEGOCIO
FACTORES SOCIOCULTURALES	Los factores determinantes de los hábitos del uso de globos de latex natural fueron: los eventos que se puedan realizar en el entorno del individuo y los bajos costos de este producto los cuales los hacen accesibles a las mayorías. Asimismo, se identificaron creencias que pueden explicar algunos usos de los globos en algunas festividades.	Existe un relativo optimismo de las personas en las festividades lo cual genera la demanda de globos y otros para su decoración.	La tendencia del uso de globos de látex en las festividades nos indica que podemos realizar campañas agresivas en dichas épocas festivas.
FACTORES TECNOLOGICOS	La producción manufacturera en el país se ha incrementado lo cual hace más fácil el acceso a nuevas herramientas y maquinarias con nuevas tecnologías en su uso y programación, logrando así aportar a la automatización de procesos. Los avances tecnológicos han podido dar acceso a miles de personas en el mundo entero a diferentes medios de comunicación a través del internet, claro ejemplo de ello son las páginas web y redes sociales.	Se desarrollan materiales de construcción innovadores que facilitan la construcción, así como, brindan productos de mayor calidad, más resistentes y un acabado texturado.	Utilizar estas nuevas tecnologías son una gran oportunidad para trabajar con eficiencia en la utilización de recursos, así como la optimización del uso de la materia prima en nuestros procesos de fabricación lo cual es una ventaja competitiva.
FACTORES DEMOGRÁFICOS	De acuerdo al censo 2007, realizado a nivel nacional, en Perú, la población. ⁶ Los departamentos con mayor población son Lima: 8'445,211 habitantes, Piura 1'676,315 habitantes, La Libertad 1'617,050 habitantes y Chiclayo 1'387,809. ⁷ San Juan de Lurigancho se encuentra ubicado en el departamento de Lima, con una superficie de 131,2 km ² una población de 1 091 303 habitantes.	La población peruana crece, con expectativas de vida más elevadas; las poblaciones más beneficiadas son Lima, Callao y otras provincias con mayor población.	Existe la expectativa de incremento de clientes potenciales y población por las buenas condiciones económicas que pasa el país en general..

⁶ B. ESTIMACIONES Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN, 3.20 POBLACIÓN ESTIMADA Y PROYECTADA POR SEXO Y TASA DE CRECIMIENTO, SEGÚN AÑOS CALENDARIOS, 2000 – 2050 - Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI Compendio Estadístico Perú 2017.

⁷ 3.3 POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 Y 2007 - Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI Compendio Estadístico Perú 2017.

1.3.4. CADENA DE VALOR PROPUESTA

Infraestructura de la empresa: Adquisición de materia prima será de proveedores de látex natural y transportado hasta la planta para la fabricación de globos. La planta de producción, donde se fabricarán los globos, dispondrá de un almacén para la materia prima.

Recursos Humanos: Basados en un Plan de RRHH que incluye la contratación del personal idóneo para el área de Marketing y ventas: quienes realizarán la visita a los clientes. Se dispondrá de técnicos operarios para la producción y capacitación del personal de marketing y ventas. Para cada una de las áreas de la empresa se realizará un plan de capacitación anual, personal, de ventas, administrativo, marketing y producción.

Desarrollo Tecnológico: Principalmente abastecido para el Área de Producción con moderna tecnología en equipos de máquina Selladora, cilindro neumático, tanque de almacenamiento de aire, electro válvula, etc. y también insumos y suministros y equipo para la pre y post venta, recepción de ventas y administrativos.

Abastecimiento: La materia prima principal es el látex natural que al igual que el resto de las materias primas e insumos se adquirirán mediante proveedores

Logística de entrada:

- Compra de materia prima:
- Látex
 - Dióxido de Titanio
 - Etilinglicol
 - Dispersante
 - Ultranax
 - Agua Blanda

Producción de Globos:

- Fabricación de Globos:
- Selección de Materiales
 - Elaboración de pasta azul, blanca y látex de color.
 - Maquinado
 - Secado
 - Acabado

Almacenamiento y Distribución de Globos:

- Almacenamiento de productos terminados en pallets y área de productos terminados de la planta.
- La distribución se hará de la planta (San Juan de Lurigancho) directamente a las empresas clientes de acuerdo a los volúmenes de venta.

Marketing B2B y Ventas Directas

- Se realizarán a través de los canales directos:
- Visitas a clientes
 - Catálogo de productos y brochure.
 - Página Web.
 - Exhibiciones Expo Ferias
 - Redes Sociales.
 - Capacitaciones pre compra.
 - Páginas amarillas.

Servicio Post Venta:

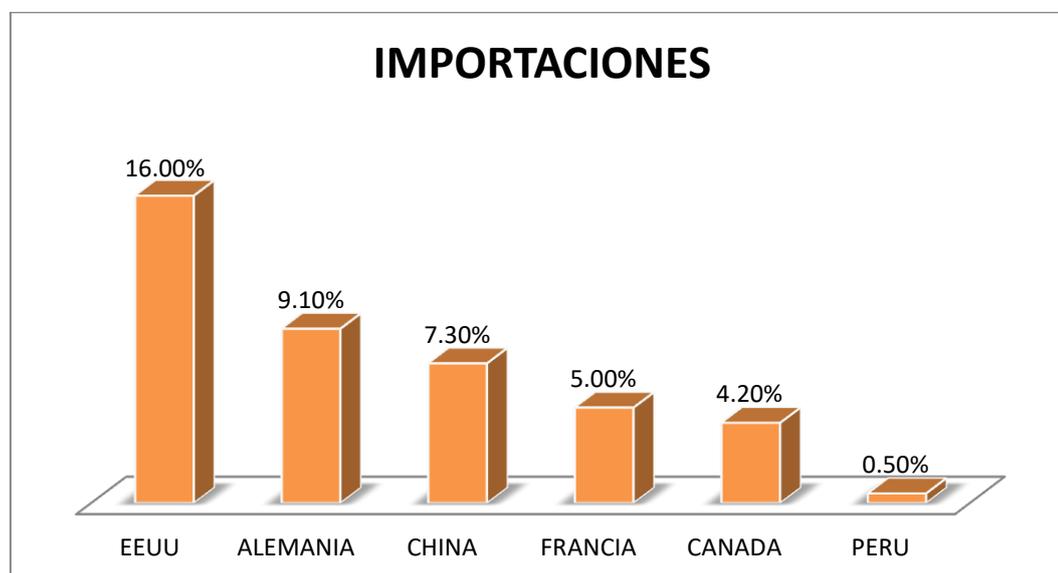
- Capacitación a los ejecutivos de ventas.
- Asesoramiento en procesos de producción.

2.1. PLAN DE MARKETING

2.1.1. MERCADO OBJETIVO

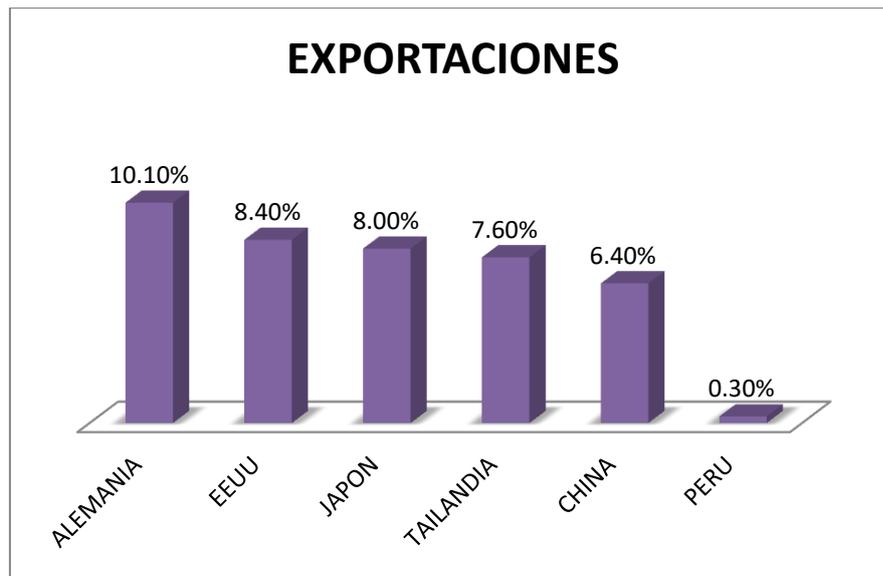
2.1.1.1. TAMAÑO DE MERCADO

Las importaciones de “caucho y sus manufacturas”, para el 2008 fue de US\$ 116.2 miles de millones de los cuales el principal comprador es EE.UU., con el 16% de participación mundial, seguido por Alemania 9.1%, China 7.3%, Francia con 5.0% y Canadá con el 4.2% y Perú con 0.5%



Fuente: INEI. Datos de Importación de Caucho

Las exportaciones de “caucho y sus manufacturas” para el año 2008 fue de un total de US\$115.2 miles de millones. De estos el principal país exportador es Alemania con el 10.1% de participación mundial, seguido por EE.UU., con el 8.4%, Japón con el 8%, Tailandia con el 7.6%, China 6.4% Perú con el 0.30%.



Fuente: INEI. Datos de Exportación de Caucho

2.1.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING

2.1.2.1. SEGMENTACIÓN INDUSTRIAL

La estrategia más adecuada para el Plan de Negocio de la Fabricación de Globos es el Posicionamiento por Ventajas y Beneficios porque se enfoca en traducir los beneficios del producto y comunicárselos directamente al comprador.

Los elementos clave que soportan la definición del posicionamiento son:

- a. Público Objetivo: Se desea tener como clientes a empresas de comercialización de globos, empresas de eventos (sociales, infantiles, empresariales, etc.) y centro comerciales que enfoquen su venta en productos biodegradables.
- b. Beneficio Clave: Las ventajas diferenciadoras que buscamos sean percibidas por las empresas de comercialización de globos, empresas de eventos (sociales, infantiles, empresariales, etc.) y centro comerciales son nuestros costos bajos, además de fortalecer su imagen empresarial como beneficiador al medio ambiente ante su cliente objetivo.
- c. Soporte a los beneficios: La promesa de marca que se plantea llevar al cliente se soporta en la capacitación que se les brindará referente a las materias primas usadas y los procesos en la fabricación de los globos de látex natural, con lo cual garantizamos mayor fiabilidad de los productos.
- d. Categoría de servicio: La empresa se identifica con empresas de comercialización de globos, empresas de eventos (sociales, infantiles,

empresariales, etc.) y centro comerciales del distrito de San Juan de Lurigancho y demás distritos de los conos, etc.

- e. Nivel de Precios: Se desea que el cliente perciba los productos al nivel promedio de precios que otras alternativas, pero con mayores beneficios, siendo la mejor opción en una relación costo/beneficio.

2.1.3. DESARROLLO Y ESTRATEGIA DEL MARKETING MIX

2.1.3.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Se ofrecen 05 tipos de globos, diferenciado básicamente por el tamaño, al mercado para diferentes utilidades.

TIPO	IMAGEN REFERENCIAL
Globo N° 2	
Globo N° 5	
Globo N° 7	
Globo N° 9	
Globo Pencil	

Estrategia de MARCA DESTACADA

Esta estrategia consiste en el uso de la marca a nivel corporativo y comercial en todos los productos, se utilizará también para identificar a nuestros clientes externos e internos, creando una imagen de marca fuerte y amplia, el cual brinda al negocio las siguientes ventajas:

- ✓ La composición de la materia prima, es la que garantiza la resistencia, durabilidad y su biodegradación será PATENTADA.⁸
- ✓ Será fácil de entender por la decisión de compra de las empresas comercializadoras y de evento y del público en general.

⁸ ANEXO N° 24: INDECOPI: Búsqueda de Patente de mezcla de materia prima y proceso de producción

- ✓ Ayudará a obtener gran notoriedad en el mercado
- ✓ Reducirá el coste de marketing
- ✓ Asociará a la imagen de marca que requieren las empresas cliente.

Para definir la marca corporativa realizamos un Focus Group, donde se obtuvo lo siguiente.

Nombre comercial: “**GLOBYLATEX N° 7**”

Sólo se trabajará con una sola marca y distintos códigos (N°2, N°5, N°7, N°9 y PENCIL), facilitando el reconocimiento de los productos. Ésta estrategia ayudará a los clientes a familiarizarse con nuestros productos, contribuyendo al posicionamiento del mercado con gran visibilidad y notoriedad, así como, generar la reducción de costos de comunicación.

La palabra “GLOBY” hace referencia término **globo** conocido ampliamente por la población, “LATEX” es el nombre de la materia prima usada para la fabricación de globos; dicha combinación de palabras resulta fácil de entender por el cliente objetivo.

2.1.3.2. POLÍTICA DE PRECIOS

1. Teniendo en cuenta que los globos son productos ya conocidos en el mercado y que nuestra oferta será a empresas comercializadoras y de eventos mediante una estrategia de marketing BUSINESS TO BUSINESS (B2B), donde se aplicará la estrategia de precios por valor percibido por el cliente, basado en los atributos del producto, complementado con un estudio del mercado de la competencia, elasticidad del precio, incremento de precios en el transcurso del tiempo y productos complementarios.
2. El ejecutivo de ventas tendrá la potestad de negociar los precios siempre y cuando se cumplan bajo los rangos establecidos.
3. Los ejecutivos de ventas tendrán participación en la determinación de los descuentos que se establecerán en cada periodo, debido a que ellos tienen la información directa de los clientes.

2.1.3.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN (Plan de Lanzamiento)

Nuestra promoción se basará en un mix de estrategias: Venta Personal y Estrategia de PULL (Atracción).

a. B to B - Venta Personal

El proceso de venta es largo y complejo, por lo que el equipo de ventas tiene mucho peso en el proceso. Para ello se brindará capacitaciones internas al área de Marketing y Ventas de parte del área de Producción y de esa manera conozcan las principales materias primas y procesos en la fabricación de globos.

El 1er año, serán bien entrenados, capaces de comunicar, asesorar y cerrar las ventas, identificando las necesidades del mercado y creando la imagen de la empresa en base a los valores corporativos, es importante su formación y/o capacitación en temas de necesidad corporativa medioambiental y Responsabilidad Social para propagar, junto con la venta de los productos, los

argumentos y beneficios que nuestros productos les proporcionarán a los clientes.

b. Estrategia de PULL (Atracción)

Con la estrategia PULL el negocio contará con un enfoque adecuado a nuestras actividades comerciales que ayudarán que el cliente objetivo conozca, acepte el producto, la marca y el concepto de Globylatex N°7 generando un mayor contacto y facilitando a nuestra fuerza de venta que el cliente objetivo identifique los atributos y los beneficios como la mejor opción.

Entre nuestras actividades principales de PULL tenemos:

- 1) **Brochure y Catálogos:** Herramienta útil para explicar los diferentes usos y beneficios de los globos de látex, contienen la presentación de la empresa, descripción de materia prima, modelos y sus funcionalidades para la comparación de los productos en sus usos y modelos, donde nuestros ejecutivos de ventas los entregarán al momento de su visita al decisor de compra, estas herramientas apoyarán la labor de introducción del producto. Los materiales detallan toda una serie de información técnica sobre dimensiones, eficiencias, resultados del producto, ahorro de costos y otros aspectos de los bloques de concreto.
- 2) **Página Web corporativo:** Se utilizará el portal web para dar a conocer nuestros diferentes tipos de globos desde el inicio de la comercialización, con un diseño gráfico atractivo, fácil acceso (cualquier buscador encontrará la página con solo teclear el nombre de la compañía), rápida carga de imágenes e información útil, describiendo a la empresa, datos, ubicación, contacto, atributos de los productos, proceso de fabricación, distribución, responsabilidad social, etc.
- 3) **Guía Anual:** Publicación anual en las PÁGINAS AMARILLAS de la empresa telefónica, donde los usuarios puedan recurrir a buscar datos de contacto de la empresa como vía alterna al internet.
- 4) **Paneles Publicitarios:** Los paneles se instalarán a partir del tercer año incrementando un panel cada año en zonas estratégicas hasta llegar a 8 paneles al final del proyecto.
- 5) **Diario impreso:** Basándonos en la información de la investigación de mercados, la publicidad y anuncios en los periódicos es el segundo medio más recurrido para buscar información, se publicará en forma mensual, ¼ de página durante los 6 meses de mayor estacionalidad de compra de los bloques que son desde enero hasta julio de cada año.
- 6) **Redes Sociales:** se creará, adicional a la página web, una página de Facebook e Instagram en el que se publiciten a través de publicaciones y fotos instantáneas nuestros diferentes productos y los usos de éstos en distintos comercios y/o eventos.

2.1.3.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

El negocio tendrá como estrategia de distribución el **CANAL DIRECTO**, que consiste en vender directamente a nuestro cliente objetivo, desde la misma fábrica, sin emplear intermediarios como mayoristas o minoristas.

Para ello se distribuirán en las siguientes áreas y procesos

a. Diversificación y almacenamiento

Transformaremos diferentes lotes de producción en lotes de venta, agrupando los diferentes modelos de globos, para facilitar la división de las cantidades solicitadas por los clientes y que puedan ser distribuidos con facilidad en cantidad y tiempo terminante.

b. Orden de despacho

Quienes atenderán a los clientes será la el Área de Marketing y Ventas, conformada por el Jefe del área y/o la Asistente, siendo responsables del despacho de los globos a través de:

- 1) Comunicación del ejecutivo de venta quien enviará el comprobante de pago.
- 2) Llamada telefónica, correo electrónico o envío de fax del cliente adjuntando el depósito realizado, el cual será comprobado por el área de Marketing y Ventas a través de la comunicación con los bancos o revisión del estado de cuenta de la empresa vía internet.

c. Transporte de la producción

La distribución se realizará en camiones de carga, un servicio tercerizado mediante contratos para permitir que el precio del transporte sea económico.

d. Estibada del producto

La carga o descarga de los lotes de globos será de forma manual, para lo cual será un servicio tercerizado donde se permitirá el ingreso a los estibadores de la comunidad previamente registrados e identificados por la empresa.



Fuente: Elaboración Propia

2.1.3.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR MERCADO

La proyección de la demanda futura es importante para determinar el plan de ventas, por lo que deberá ser analizado minuciosamente.

Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, es el resultado de un superávit de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país. La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura. El rápido crecimiento demográfico (habitantes) hace que nuestro producto sea más necesitado por los habitantes.

Gráfico. Crecimiento de la población



Fuente: INEI

2.1.3.6. ESTRATEGIA DE VENTAS

Para realizar nuestro plan de ventas analizamos que El mercado de los productos de globos en nuestro país se halla en la etapa de crecimiento. Las personas cada vez, son más conscientes del estar cómodos, con diferentes diseños del producto y más aún para la satisfacción de los niños quienes son los principales. Esto a su vez se demostrara con el rápido desarrollo de las ventas, mediante el retorno de parte de los clientes.

Los globos de látex por ser productos de consumo masivo tiene una buena demanda dentro de todos los mercados, además la exigencia de los niños por encontrar una diversión, es por ello que se ofrece una nueva opción de diversión con productos de calidad y de diversos diseños, a buen precio, lo que se quiere llegar a realizar con el producto es establecer un margen de frontera para abarcar todo el Perú y el extranjero.

Gráfico. Demanda por Festividades principales



Fuente: Elaboración propia

2.2. DESARROLLO DE MODELO DE CANVAS

El modelo de Canvas representará el modelo de negocio de fabricación de globos de látex mostrando el valor del negocio, a través de nueve elementos clave que permiten describir, visualizar y evaluar el modelo de negocio que son:

1. Recursos clave
2. Actividades clave
3. Propuesta de valor
4. Relación con los clientes
5. Segmento de clientes
6. Aliados clave
7. Canales de distribución
8. Estructura de costo
9. Fuentes de ingreso

Modelo de Canvas de Globos de Látex Natural

RECURSOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Precios menores y/o iguales a los competidores. • B to B – Venta personal. • Servicio de Pre y Post Venta. • Capacitación Técnica y asesoramiento en diseño arquitectónico. • Publicidad dirigida al usuario final. • Selección de Materia Prima 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de marca • Relaciones con clientes • Marketing y publicidad • Proceso de Producción <p style="text-align: center;">ALIADOS CLAVE</p> <p style="text-align: center;">AGRODATAPERU</p>	<p>Propuesta de valor del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produce ahorro en costos de las empresas comercializadoras y de eventos. • Propuesta de valor de la empresa. • Productos con materia prima natural por tanto biodegradables.. 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta Directa (Visita personal al cliente) • Capacitación • Oferta de línea de descuentos por volumen de compras • Capacitación Post venta al personal de <p>CANALES DE PROMOCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • B to B - Venta • Brochure y catálogos • Página web corporativo • Publicidad compartida • Paneles publicitarios • Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas comercializadoras. • Empresas de eventos sociales, infantiles, empresariales, etc. • Centros Comerciales.
<p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de cantidad de materia prima. • Planilla • Marketing y publicidad. • Infraestructura. • Maquinaria y equipo. 		<p style="text-align: center;">FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago al contado • Líneas de descuentos por volumen de compra • Fraccionamiento de pago por convenio o contrato 		

Fuente: Elaboración Propia

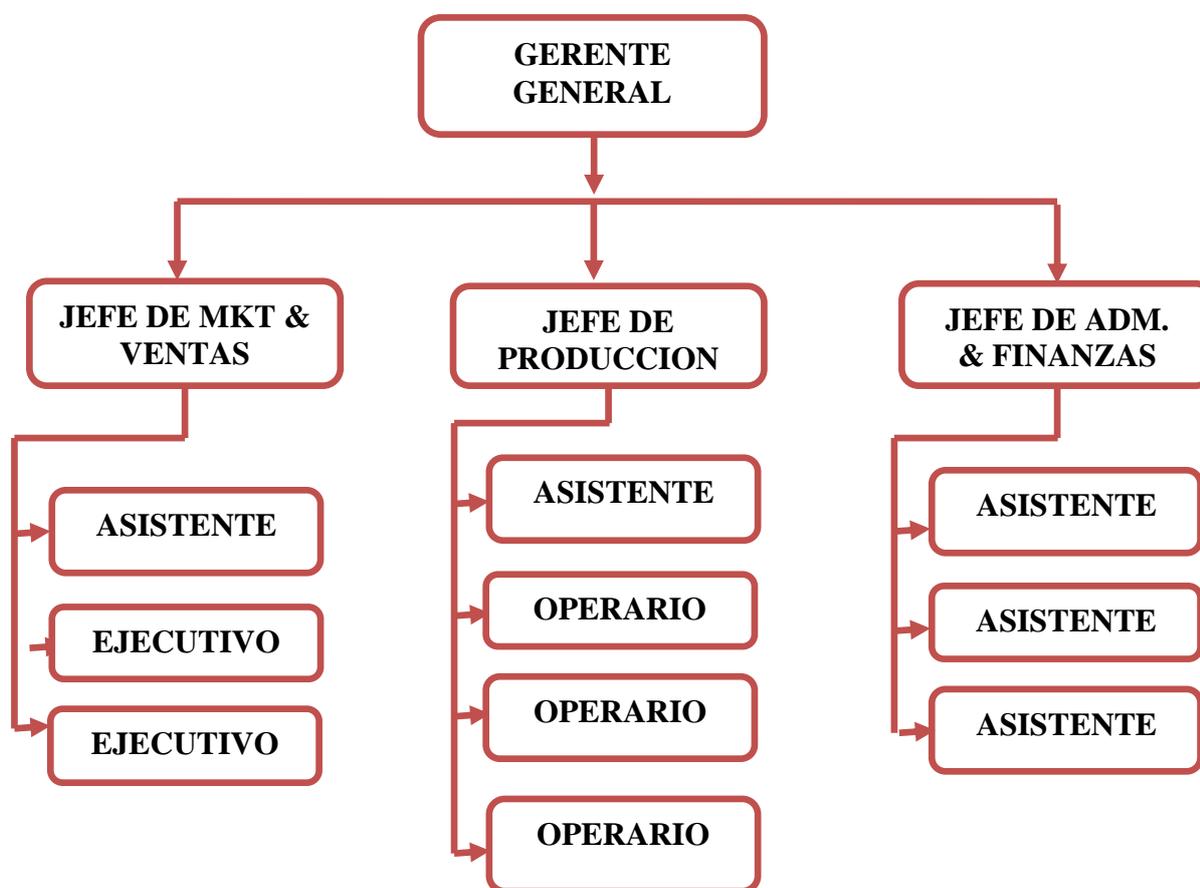
3.1. ANALIZAR LAS NECESIDADES DE PERSONAL

La estructura organizacional será de tipo funcional, al ser una empresa nueva y de 14 trabajadores, la distribución de los objetivos y tareas se hará por áreas lo que permitirá al personal la especialización en tareas y habilidades. La estrategia a utilizar en esta estructura es 05 maquinarias principales, por lo que los procesos y cantidad de personal serán los mismos, asimismo por el tipo de sociedad también es beneficioso el tipo funcional.

Los empleados serán seleccionados según su experiencia, aptitudes y conocimientos, dándoles la oportunidad de escalar puestos y mejorar su estatus de empleado, además de incentivarlos a la correcta realización de sus actividades mediante capacitaciones, eventos sociales, bonificaciones entre otros, con lo cual se pretende también disminuir el ausentismo.

Los empleados tendrán un buen conocimiento de sus funciones y una constante participación, en los actos de la empresa, mediante su integración, en los “círculos de calidad” en los cuales son involucrados con la calidad y correcto desempeño de su trabajo.

3.1.1. DESCRIPCION DE LOS PUESTOS



a. Gerencia General

Es el mayor órgano de gestión y representación de la empresa. Se conforma por el Gerente General; quién se encargará de velar por el cumplimiento de la estrategia general y dirigir las áreas funcionales para concretar la Visión. Lo conformará:

- Gerente General

b. Jefatura de Administración y Finanzas

Realizará el control de gestión, gestión financiera; tesorería y cobranzas.

Conformada por el Jefe de finanzas, tesorero, Compras y encargado de verificar los pagos. Lo conformarán:

- Jefe de administración y finanzas
- Asistentes de administración y finanzas (3).

c. Jefatura de Marketing y Ventas

Se encargará de planificar y ejecutar la estrategia de marketing y ventas con el objetivo de alcanzar las proyecciones de ventas, participación de mercado y conseguir el posicionamiento deseado. Se conforma de las siguientes áreas:

1. Marketing

Se encargará de planificar y ejecutar los planes de marketing y publicidad para alcanzar los objetivos de posicionamiento de marca, fidelización y retención de clientes, proveedores y socios estratégicos; entre otros.

Estará compuesta por:

- Jefe de marketing y ventas
- Asistente de marketing y ventas

2. Ventas

Se encargará de la ejecución del plan de ventas y estará conformada por:

- Ejecutivo de venta (2).

d. Jefatura de Producción

Es la gerencia encargada de planificar, controlar y ejecutar todos los procesos relacionados con el servicio de producción de una forma eficiente y es el área encargada de producir el producto final de calidad diferenciada con un alto nivel de servicio; utilizando procesos eficientes y seguros para el trabajador.

Estará compuesta por:

- Jefe de producción
- Asistente de producción y control de calidad.
- Operarios (3).

OBJETIVOS

GERENTE GENERAL

- ✓ Definir las funciones y la carga administrativa de cada uno de los trabajadores.
- ✓ Elaborar el plan de actividades y su ejecución para corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Supervisar la realización de los procesos para la elaboración de los bloques de concreto, así como los procesos para su venta.
- ✓ Buscar las mejores estrategias para cooperación y trabajo mutuo entre los aliados de marketing, clientes, proveedores y empresas.
- ✓ Crear socios estratégicos en la búsqueda de metas colectivas como compartir tecnología actual, realizar negociaciones de cooperación.
- ✓ Implementar proyectos de cumplimiento a corto plazo en la empresa.
- ✓ Revisará e implementará los planes estratégicos y operativos por cada área.

JEFE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- ✓ Realizar la supervisión y control de todos los análisis financieros y operaciones contables de la empresa.
- ✓ Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.
- ✓ Coordinar las tareas de contabilidad, tesorería, auditoría externa y análisis financiero.
- ✓ Realiza estados financieros y registros contables.
- ✓ Realiza la planilla de remuneraciones.
- ✓ Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- ✓ Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.
- ✓ Análisis de costos: cierres contables, mensuales y anuales.
- ✓ Realizar los análisis de los estados financieros.
- ✓ Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

JEFE DE MARKETING Y VENTAS

- ✓ Proponer y ejecutar políticas, planes y programas orientados a la realización de las ventas.
- ✓ Presentar y administrar proyectos, orientados al mejoramiento de los procesos relacionados con las actividades propias del área de marketing y ventas.
- ✓ Coordinar las actividades del área de marketing y ventas por medio de los jefes de las secciones y de las diferentes áreas de la fábrica.
- ✓ Realizar la supervisión adecuada a los vendedores subordinados de esta área para la distribución de bloques de concreto a los clientes
- ✓ Cumplir las demás funciones inherentes a su oficio y que le sean asignadas por la autoridad competente.

JEFE DE PRODUCCIÓN Y CONTROL DE CALIDAD.

- ✓ Diseñar, proponer e implementar las estrategias de producción adecuadas a la estructura de la fábrica.
- ✓ Controlar el equipo de personas a su cargo para el mantenimiento y cuidado de la maquinaria que se utilizará en la fabricación de bloques de concreto.
- ✓ Coordinar los trabajos a la máxima producción de la maquinaria cuando sea necesario.
- ✓ Supervisar el trabajo de los operarios en la fabricación de los bloques de concreto.
- ✓ Establecer la programación detallada del proceso de fabricación de bloques de concreto para garantizar el cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Aplicar políticas Seguridad e Higiene Industrial para el personal y los equipos.
- ✓ Determinar el plan de mantenimiento de los equipos.
- ✓ Verificar la calidad de los bloques.
- ✓ Analizar las necesidades actuales y futuras de medios tecnológicos.

ASISTENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- ✓ Realiza presupuestos operativos.
- ✓ Elabora propuestas financieras para determinar incrementos o decrementos en producción.
- ✓ Atiende las compras de las materias primas y maquinarias y equipos en coordinación con el área operativa.
- ✓ Recibir, clasificar la correspondencia de la compañía
- ✓ Redactar correspondencia y textos
- ✓ Manejo agenda superiores
- ✓ Revisión email de la compañía y del gerente
- ✓ Enviar correspondencia con el mensajero
- ✓ Mantenimiento archivo con toda su organización
- ✓ Control caja menor

ASISTENTE DE MARKETING Y VENTAS.

- ✓ Atiende requerimiento de los clientes
- ✓ Revisa y realiza facturas
- ✓ Redactar correspondencia y textos
- ✓ Coordina con los ejecutivos de ventas las ventas realizadas
- ✓ Apoya en los eventos y capacitaciones a los clientes.

ASISTENTE DE PRODUCCIÓN Y TÉCNICO DE MÁQUINAS

- ✓ Controlar el proceso de producción de los bloques de concreto: mezcla de materiales, prensado, fraguado.
- ✓ Realizar el control de calidad de la materia prima.
- ✓ Control de calidad de los productos terminados y su correcto almacenamiento.
- ✓ Aplicar políticas Seguridad e Higiene Industrial para el personal y los equipos.
- ✓ Coordinar con el área de ventas para la capacitación de utilización del bloque de concreto al cliente.

EJECUTIVO DE VENTA

- ✓ Captar nuevos clientes y mantener los clientes ya existentes.
- ✓ Lograr determinados volúmenes de venta.
- ✓ Mantener o mejorar la participación en el mercado.
- ✓ Generar una determinada utilidad o beneficio.
- ✓ Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica.
- ✓ Asesorar a los clientes acerca del producto que se ofrece para satisfacer sus necesidades y la forma de utilizarlos apropiadamente.
- ✓ Administrar el territorio o grupo de clientes que le ha sido asignado, si tiene a su cargo una zona de ventas (provincia, distrito) o grupo de clientes (empresas, instituciones, clientes VIP, etc.).

OPERARIO

- ✓ Operar maquinaria los equipos y máquinas industriales.
- ✓ Mantener la maquinaria en condiciones óptimas para el funcionamiento, realizando para ello las actividades de mantenimiento menores pertinentes, que aseguren su funcionamiento, limpieza y su utilización.
- ✓ Llevar a cabo instrucciones diarias del Jefe de producción y control de calidad o un plan de trabajo por períodos mayores de tiempo.
- ✓ Control de bitácora diaria a ser entregada al jefe de producción: registrando tipo de trabajo realizado, desperfectos, estado general de la maquinaria e insumos utilizados, horas de trabajo efectivas, horas de recorrido en vacío, horas de reparación y/o mantenimiento, etc.
- ✓ Efectuar las reparaciones básicas de la maquinaria a su cargo.
- ✓ Reportar fallos que presente la maquinaria.
- ✓ Dar cumplimiento al manual de operadores de la maquinaria.
- ✓ Apoyar al asistente de producción para la capacitación de utilización del bloque de concreto al cliente.

3.1.2. NUMERO DE TRABAJADORES

De acuerdo a la estructura mostrada en el punto 4.1.1 se tienen 14 trabajadores, quienes conformarían la estructura organizacional de la empresa.

3.1.3. REMUNERACION POR TRABAJADOR

A continuación se muestra la remuneración de cada trabajador:

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	Nº. D.N.I.	DSCTO	SUELDO MENSUAL	ASIG. FAMILIAR	HE 25%	HE 35%	SUELDO BRUTO	ONP (13%)	ESSALUD 9%	SCTR	NETO A PAGAR
T1	ARANGO GUERRA, ABNER	ASISTENTE DE MKT & VENTA	07/01/2017	44864910	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T2	FERNANDEZ OROPEZA, JUAN	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	40112554	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T3	ROJAS CHAVEZ, SAMUEL	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	45605644	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T4	LEON ASTERIO MARIANO	ASISTENTE DE PRODUCCION	07/01/2017	40172052	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T5	SORIA ORTEGA, JESUS	OPERARIO	07/01/2017	10585499	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T6	ALCA ARIAS RUBEN	OPERARIO	07/01/2017	40381894	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T7	GASPAR SOLIS, MARIO	OPERARIO	07/01/2017	41150509	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T8	VELAZQUEZ VERA, JOSE	ASISTENTE (TESORERIA)	07/01/2017	45603104	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T9	DURAND JANAMPA, MIGUEL	ASISTENTE (COMPRAS)	07/01/2017	45801123	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T10	TORRES VASQUEZ FELIX	ASISTENTE (FINANZAS)	07/01/2017	40731274	ONP	850.00		66.41		916.41	119.13	82.48	11.36	1,010.25
				TOTALES		8,500.00	255.00	285.55	0.00	9,040.55	1,175.27	813.65	112.10	9,966.30

Fuente: Elaboración Propia.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	Nº. D.N.I.	DSCTO	SUELDOS BRUTO	DESCUENTOS DEL TRABAJADOR				NETO A PAGAR	ESSALUD 9%	
							ONP (13%)	APORTES AL SPP					
								AFP	SEGURO	COMISION			TOTAL
T11	RAMIREZ ROMERO ALBERTO	GERENTE GENERAL	07/01/2017	10145654	INTEGRA	1,500.00		150.00	20.40	23.25	193.65	1,306.35	135.00
T12	GALARZA CCANTO JORGE	JEFE DE ADM & FIN	07/01/2017	42558177	ONP	950.00	123.50				123.50	826.50	85.50
T13	RAMOS GARCIA SOFIA	JEFE DE MKT & VENTAS	07/01/2017	43568954	PRIMA	950.00		95.00	12.92	15.20	123.12	826.88	85.50
T14	ESPINOZA GUERRA LUCIO	JEFE DE PRODUCCION	07/01/2017	40123858	ONP	1,000.00	130.00				130.00	870.00	90.00
				TOTALES		4,400.00	253.50	245.00	33.32	38.45	570.27	3,829.73	396.00

Fuente: Elaboración Propia.

3.1.4. DISPONIBILIDAD DE LOS RR.HH. NECESARIOS

Disponibilidad inmediata desde el inicio de operaciones.

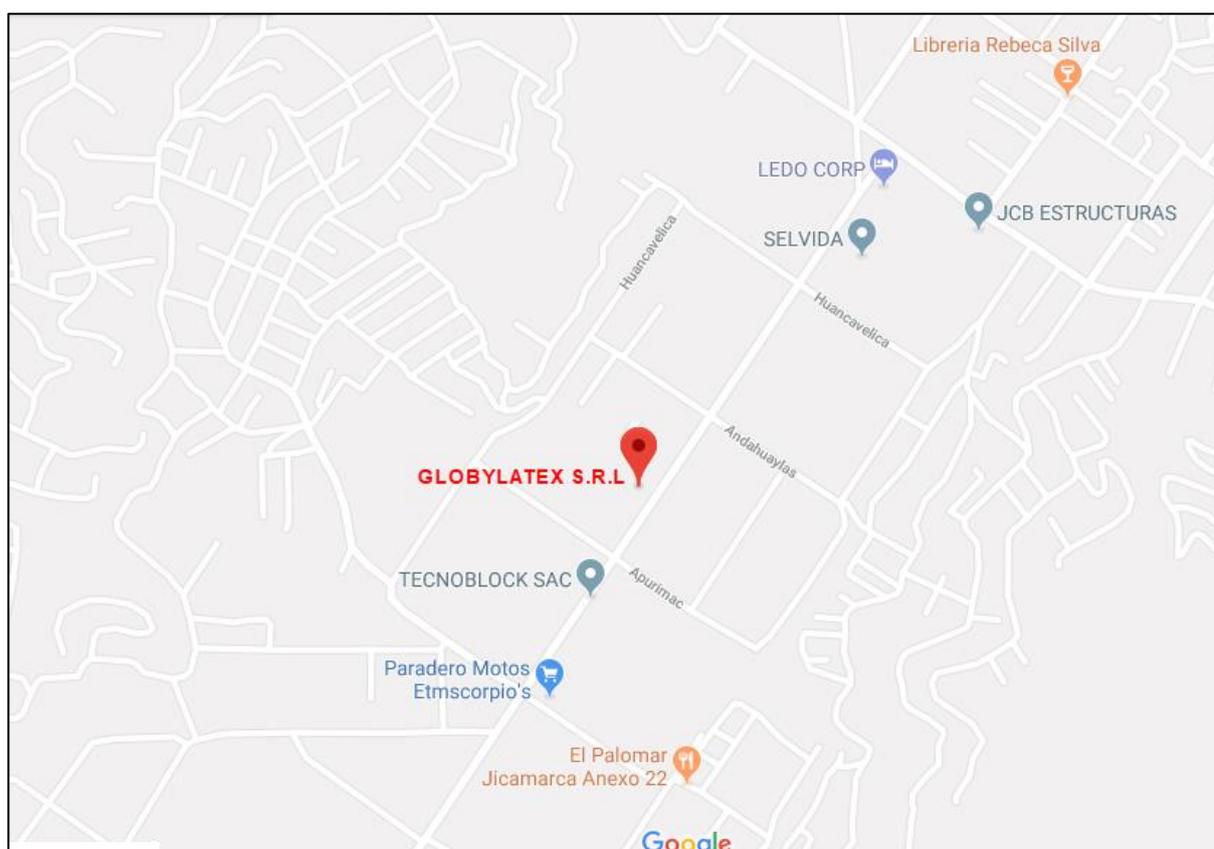
PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

4.1. LOCALIZACIÓN.

Es la determinación del lugar en el cual se hallará la instalación de la fábrica de globos.

4.1.1. UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD Y LAS INSTALACIONES

La empresa se encuentra ubicada en la Av. Naciones Unidas Mz DJ lote 20, Sector el Palomar, Jicamarca, perteneciente al distrito de San Juan de Lurigancho.



Fuente: Google Maps.

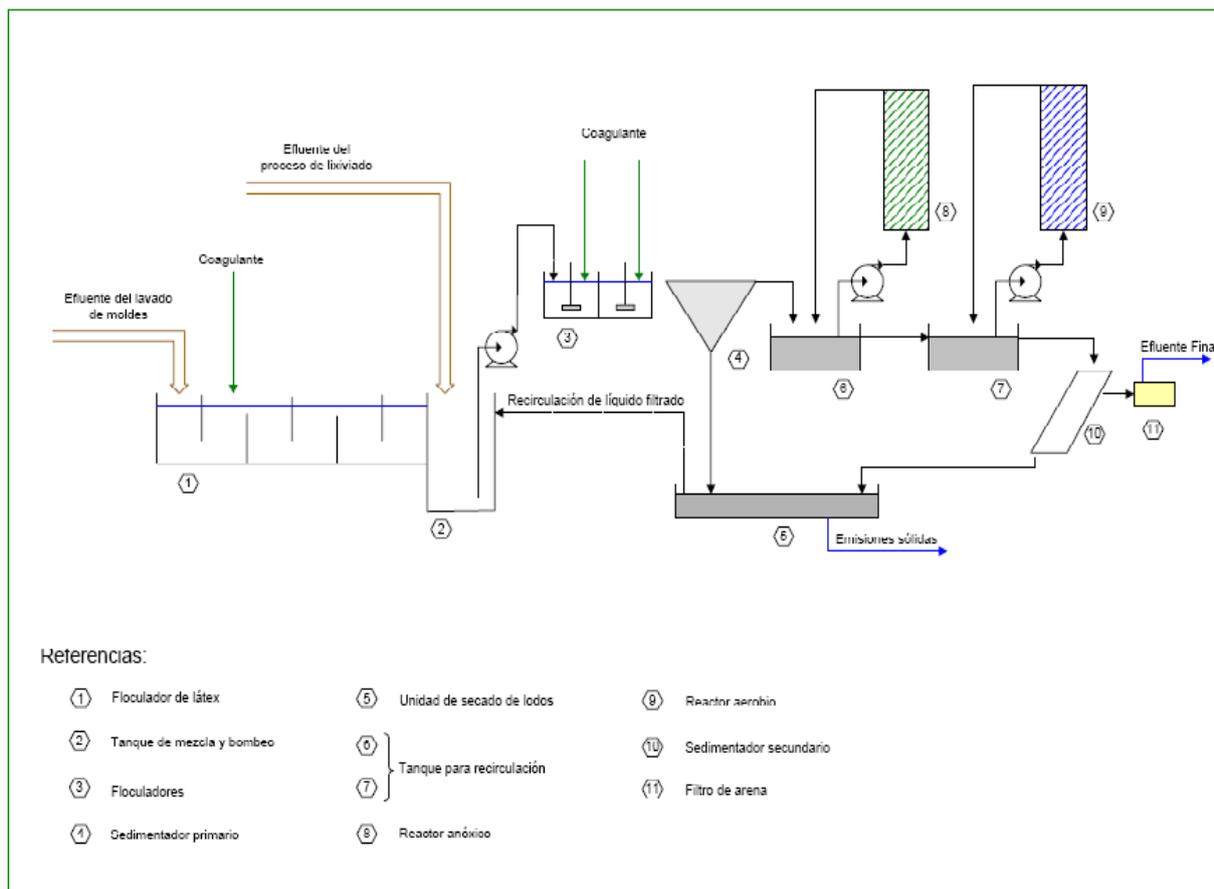
4.1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA UBICACIÓN ELEGIDA

La empresa está situada en la zona de Jicamarca puesto que es una zona de crecimiento comercial y de fábricas en proceso de crecimiento, ideal para la elaboración y distribución del producto, para ello se cuenta con un amplio espacio, el local es propio de 1200 metros cuadrados. Por otra parte esta zona cuenta con los servicios de energía eléctrica, el servicio de agua potable, teléfono siendo estos servicios básicos para el funcionamiento y además de fácil acceso.

4.2. DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO

4.2.1. DESCRIPCION DETALLADA DEL PROCESO PRODUCTIVO.

A continuación se describen los principales procesos de la fabricación de globos.



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.1.1. PROCESO NRO. 1

Este proceso consta de 3 Subprocesos: La elaboración de Pasta Blanca, Pasta Azul y el Látex de Color.

- En este 1º Subproceso se elabora la Pasta blanca mezclando diversos Componentes los cuales son: Dióxido de Titanio, Etilenglicol, Dispersantes P/B, ultranex y Agua Blanca.
- En este 2º Subproceso se elabora la Pasta Azul mezclando diversos Componentes los cuales son: Dióxido de Titanio, Etilenglicol, Dispersantes P/A, ultranex y Agua Blanca.
- En este 3º subproceso se elabora la principal PASTA, el látex es mezclado con las demás Pastas (P. Blanca, P. Azul), agregándole otros componentes de suma importancia los cuales son Látex Natural y Amoniaco. Después que la solución de látex ha sido mezclada, esta es colocada en el depósito de la máquina de inmersión automática.



- d) Se filtra con una estopilla para eliminar grumos, unos agitadores en el fondo lo mezclan, esto distribuye el color y mantiene el látex activo para que no se congele.



4.2.1.2.PROCESO NRO 2

- a) En este 2° proceso el uso de la Maquinaria (Planta Automática) es la herramienta principal, porque realizan gran parte del proceso, por ejemplo hay unas boquillas que rosean agua caliente a los moldes para limpiarlos a medida que pasan por unos rodillos.



- b) Un dispositivo gira y sumerge esos moldes en un tanque de coagulantes, que lleva una carga electroquímica y atraerá el látex.



- c) Diferentes productos son manufacturados cambiando simplemente los moldes de la máquina modelo.



- d) El látex se seca rápidamente al tiempo que una cinta transportadora hace avanzar los moldes de globo hacia unos cepillos que giran en espiral.



- e) Los cepillos enrollan la parte inferior de los globos creando una boquilla. (La boquilla nos permitirá agarrar los globos para poder inflarlos)



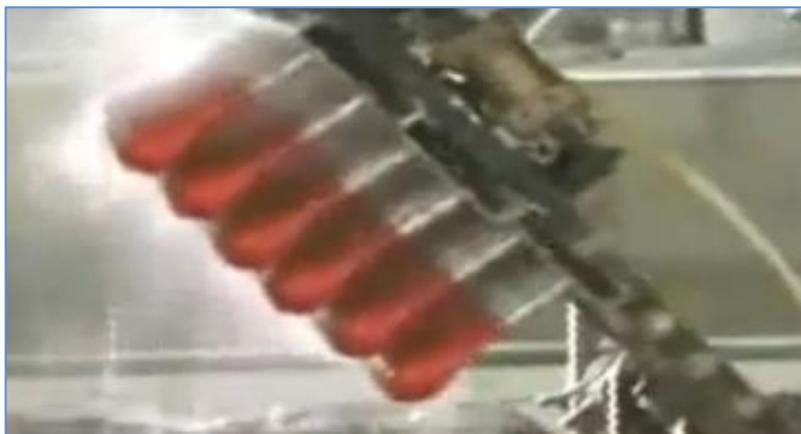
- f) Después que los bordes son enrollados y rociados, el producto es vulcanizado en un horno con temperaturas establecidas. Luego, el producto es purificado (con cloro) y limpiado para resaltar su apariencia.



- g) Posteriormente, el producto es vulcanizado por segunda vez para incrementar su calidad y durabilidad. Este paso es vital elimina todas las impurezas entre ella una proteína que provoca alergia al látex.



- h) Los globos viajan ahora hacia otra sección aquí el dispositivo los introduce en mezcla de varios Componentes (Ácido Cítrico, Carbonato de Magnesio, Celite, Nitrato de Calcio, etc.), esto facilitara a una posterior extracción del molde.



4.2.1.3.PROCESO NRO 3

En este 3° proceso se realiza el secado de los Globos:

- a) Unos rodillos cogen los globos que se van llenando con aire y los quitan de sus moldes, los rodillos disparan los globos hacia arriba y después caen sobre una cinta transportadora.



- b) Llega el momento que los moldes se desprendan de su piel de látex a medida que los moldes pasen por aquí un chorro de aire inflan los globos.



- c) A continuación se introduce los globos a una Secadora industrial, y se añade una solución limpiadora.



- d) La máquina se calienta a 71 C° que es regulado por un Variador de Frecuencia, mientras los globos caen y unas boquillas los pulverizan con agua, esto no solo limpia los globos sino que completan la vulcanización del látex.



Fuente: Investigación Propia

4.2.1.4.PROCESO NRO 4

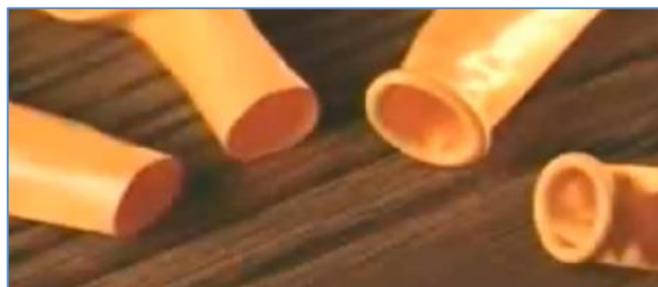
En este 4° proceso se realiza el Control de Calidad y Acabado de los Globos:

- a) Luego cada producto es inspeccionado por una máquina de Infla Globos, Selladora Ultrasonido, Balanza de Aguja, B. Precisión, luego es usa la Empaquetadora de Globos, para la Distribución; por último se hace uso de la Máquina Selladora.



Fuente: Investigación Propia

- b) Los productos Acabados son almacenados en bolsas y cajas, luego enviados al almacén de Productos Terminados para su distribución.



Fuente: Investigación Propia

4.2.2. CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA UTILIZADA Y FLUJO DE PROCESOS

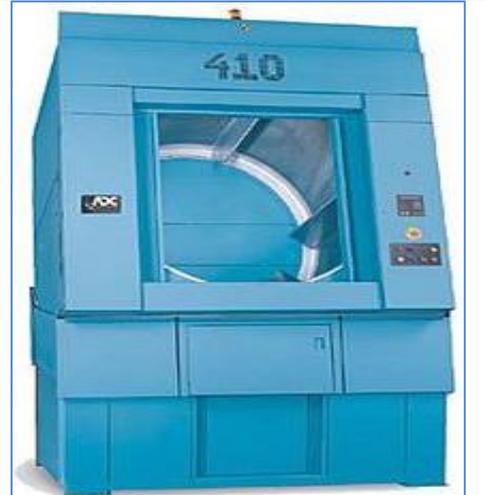
FLUJOGRAMA DE PROCESOS

PASO	TIEMPO EMPLEADO
<p>PASO 4: Envase y embalaje (selección-embolsado)</p> 	8 Horas
<p>PASO 3: Secado</p> 	4 Horas
<p>PASO 2: Maquinaria</p> 	6 Horas
<p>PASO 1: Elaboración de la pasta (látex-pigmentos)</p> 	6 Horas
Tiempo Total	24 Horas
Total de Producción	1 millón UND

Fuente: Elaboración Propia.

Tecnología	Uso	Imagen de Referencia
Maquina Selladora	Utilizado para el sellado de Bolsas de Globo.	
Cilindro Neumático	<p>En los sistemas hidráulicos y neumáticos la energía es transmitida a través de tuberías. Esta energía es función del caudal y presión del aire o aceite que circula en el sistema.</p> <p>Una de las características destacables de los sistemas de potencia fluidos es que la fuerza, generada por la fuente fluida, controlada y dirigida por válvulas convenientes, y transportada por las líneas, puede ser convertida fácilmente a casi cualquier clase de movimiento mecánico deseado en el mismo lugar que sea necesario.</p>	
Tanque de Almacenamiento de Aire	Los tanques de almacenamiento de aire son esenciales para los sistemas de aire comprimido, ya que actúan como separadores y depósitos de aire a la vez. La versión vertical tiene la ventaja de ocupar menos espacio.	
Electro válvula	Es una válvula electromecánica, diseñada para controlar el flujo de un fluido a través de un conducto como puede ser una tubería. La válvula está controlada por una corriente eléctrica a través de una bobina selenoidal. (Un solenoide es cualquier dispositivo físico capaz de crear una zona de campo magnético uniforme. Un ejemplo teórico es el de una bobina de hilo conductor aislado y enrollado)	

<p>Variador de Frecuencia</p>	<p>Es un sistema para el control de la velocidad rotacional de un motor de corriente alterna (AC) por medio del control de la frecuencia de alimentación suministrada al motor.</p>	
<p>Compresora de Aire</p>	<p>Un compresor es una máquina de fluido que está construida para aumentar la presión y desplazar cierto tipo de fluidos llamados compresibles, tal como lo son los gases y los vapores. Esto se realiza a través de un intercambio de energía entre la máquina y el fluido en el cual el trabajo es transferido a la sustancia que pasa por él convirtiéndose en energía.</p>	
<p>Motorreductor</p>	<p>Una vez adaptados a medida, al torque y velocidad requeridos, pueden ser utilizados en todos los sectores de la industria. Los índices de reducción obtenidos por la etapa sin fin y el bajo nivel de ruido que generan en funcionamiento los convierten en la solución más económica para aplicaciones simples.</p>	
<p>Bomba de Desplazamiento Positivo</p>	<p>Una bomba es una máquina generadora que transforma la energía (generalmente energía mecánica) con la que es accionada en energía hidráulica del fluido incompresible que mueve. En general, una bomba se utiliza para incrementar la presión de un líquido añadiendo energía al sistema hidráulico, para mover el fluido de una zona de menor presión o altitud a otra de mayor presión o altitud.</p>	

<p>Montacarga</p>	<p>Es un vehículo contrapesado en su parte trasera, que mediante dos horquillas puede transportar y apilar cargas generalmente montadas sobre tarimas.</p>	
<p>Maquina Fresadora y Taladrador</p>	<p>Es una máquina herramienta utilizada para realizar mecanizados por arranque de viruta mediante el movimiento de una herramienta rotativa de varios filos de corte. Las fresadoras se desplazan acercando las zonas a mecanizar a la herramienta, permitiendo obtener formas diversas, desde superficies planas a otras más complejas.</p>	
<p>Molino Mecánico</p>	<p>Distribuye la potencia necesaria a los tres rodillos a través de correas de transmisión, pasando a través del reductor de velocidad instalado en cada rodillo. La velocidad de rotación de los rodillos se puede variar mediante el inverter.</p>	
<p>Secadora</p>		

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. COSTEO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCION

PROCESO 1

COSTO DE PRODUCCION PASTA BLANCA

MATERIALES DIRECTOS

Componentes	Cantidad Kg.	Precio por Kilo	Costo	Costo por Kilo
Dióxido de Titanio	50.00	7.67	383.50	
Etilinglicol	11.00	3.62	39.82	
Dispersante P/Pig A	4.00	4.47	17.88	
Ultranex NP100	1.00	5.86	5.86	
Agua Blanda	10.00	0.21	2.10	
TOTAL:	76.00		449.16	5.91

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas Trabajadas	C/Hora	Total a pagar	Costo por Kilo
Maquinista Mezclador	3.00	4.43	13.28	0.17
Maquinista del molino	3.00	4.43	13.28	0.17
TOTAL:	6.00		26.56	0.35

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Energía Eléctrica			28.62	0.38
Consumo de Agua			39.06	0.51
Sub Total			67.68	0.89
Mantenimiento de Maquinaria			5.21	0.07
Alquiler del Local			39.06	0.51
Sub Total			44.27	0.58
Depreciación de Maquinaria				
Molino mecanico			0.87	0.01
Sub Total			0.87	0.01
Materiales Indirectos	Cant.	P.Unitario		
Mascarillas	2	9.5	19.00	0.25
Guantes de plasticos	2	14	28.00	0.37
Sub Total			47.00	0.62
Mano de obra Indirecta			22.92	0.30
TOTAL:			182.74	2.40
TOTAL PROCESO 1:			658.46	8.66

Fuente: Elaboración Propia

COSTO DE PRODUCCION PASTA AZUL

MATERIALES DIRECTO

Componentes	Cantidad Kg	Precio x Kilo	Costo	Costo por Kilo
Dioxido de Titanio*	20.00	7.67	153.40	
Etilinglicol	13.00	5.86	76.18	
Dispersante P/Pig A	6.00	4.47	26.82	
Ultranex NP100	3.00	5.86	17.58	
Agua Blanda	7.00	0.21	1.47	
TOTAL:	49.00		275.45	5.62

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas trabajadas	C/Hora	Total a pagar	Costo por Kilo
Maquinista mezclador	3.00	4.43	13.28	0.27
Maquinista del molino	3.00	4.43	13.28	0.27
TOTAL:	6.00		26.56	0.54

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Energía Eléctrica			28.62	0.58
Consumo de Agua			39.06	0.80
Sub Total			67.68	1.38
Mantenimiento de Maquinaria			5.21	0.11
Alquiler del Local			39.06	0.80
Sub Total			44.27	0.90
Depreciación de Maquinaria				-
Molino mecanico			0.87	0.02
Sub Total			0.87	0.02
Mano de obra Indirecta			22.92	0.47
TOTAL:			135.74	2.77
TOTAL PROCESO 1:			437.75	8.93

Fuente: Elaboración Propia

COSTO DE PRODUCCION PASTA BLANCA

MATERIALES DIRECTO

COMPONENTES	Cantidad Kg	Precio x Kilo	Costo	Costo por Kilo
PASTA AZUL	8.00	5.07	40.56	
PASTA BLANCA	15.00	5.92	88.80	
AGUA BLANDA	4.00	0.21	0.84	
AMONIACO	1.00	4.35	4.35	
LATEX NATURAL	240.00	4.94	1,185.60	
	268.00		1,320.15	4.93

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas trabajadas	C/Hora	Total a pagar	Costo por kilo
Maquinista mezclador de Latex	6.00	5.25	31.50	0.12
Ayudante del Maquinista	6.00	4.43	26.56	0.10
TOTAL:	12.00		58.06	0.22

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Energía Eléctrica			114.47	0.43
Sub Total			114.47	0.43
Mantenimiento de Maquinaria			20.83	0.08
Alquiler del Local			156.25	0.58
Sub Total			177.08	0.66
Depreciación de Maquinaria				
Molino mecanico			3.50	0.01
Sub Total			3.50	0.01
Materiales Indirectos	Cant.	P.Unitario		
Mascarillas	2	9.5	19.00	0.07
Guantes de plasticos	2	14	28.00	0.10
Sub Total			47.00	0.18
Mano de obra Indirecta			91.67	0.34
TOTAL:			342.05	1.28
TOTAL PROCESO 1:			1,720.26	6.42

Fuente: Elaboración Propia.

PROCESO 2: MAQUINADO DE GLOBOS

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas trabajadas	C/Hora	Total a pagar	Costo Hora
Maquinista de globos	6.00	5.25	31.50	
Ayudante del Maquinista	6.00	4.43	26.56	
TOTAL:	12.00		58.06	4.84

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Energía Eléctrica			171.70	14.31
Consumo de Agua			78.13	6.51
Sub Total			249.83	20.82
Mantenimiento de Maquinaria			31.25	2.60
Alquiler de Local			234.38	19.53
Sub Total			265.63	22.14
Depreciación de Maquinaria				
Planta automática			643.26	53.61
Moldes para globos			1.92	0.16
Cilindro neumático de doble efecto			0.77	0.06
Sub Total			645.94	53.83
Materiales Indirectos	Kg	P. Unit.		
Ácido Cítrico	6	5.91	35.46	2.96
Carbonato de Magnesio	20	1.71	34.20	2.85
Celite 209	8	2.73	21.84	1.82
Igepal	2	3.65	7.30	0.61
Alcohol	10	5.50	55.00	4.58
Nitrato de Calcio	15	1.35	20.25	1.69
Gas Propano	4	3.77	15.08	1.26
Mascarillas	2	9.5	19.00	1.58
Guantes de platicos	2	14	28.00	2.33
Sub Total			236.13	19.68
Mano de Obra Indirecta			137.50	11.46
TOTAL:			1,535.03	127.92
TOTAL PROCESO 2:			1,593.09	132.76

Fuente: Elaboración Propia.

PROCESO 3: SECADO

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas trabaj.	C/Hora	Total a pagar	Costo Hora
Maquinista	4.00	4.43	17.71	4.43
TOTAL:	4.00		17.71	4.43

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Energía Eléctrica			114.47	28.62
Consumo de Agua			52.08	13.02
Sub Total			166.55	41.64
Mantenimiento de Maquinaria			20.83	5.21
Alquiler de Local			156.25	39.06
Sub Total			177.08	44.27
Depreciación de Maquinaria				-
Tanque de almacenamiento de aire			1.02	0.25
Compresora de aire			0.17	0.04
Secadora			2.95	0.74
Electro valvula			0.70	0.18
Variador de frecuencia			163.96	40.99
Motorreductor			0.83	0.21
Bomba de desplazamiento positivo			2.63	0.66
Maquina fresadora y taladrador			1.42	0.35
Sub Total			173.67	43.42
Materiales Indirectos	UNID.	P. UNIT.		
Mascarillas	1	9.5	9.50	2.38
Guantes de plasticos	1	14	14.00	3.50
Waype	3	2.5	7.50	1.88
Gas Propano	6	3.77	22.62	5.66
Sub Total			53.62	13.41
Mano de Obra Indirecta			91.67	22.92
TOTAL:			662.59	165.65
TOTAL PROCESO 3:			680.30	170.08

Fuente: Elaboración Propia.

PROCESO 4: ACABADO

MANO DE OBRA DIRECTA

Trabajadores	Horas trabajadas	C/Hora	Total a pagar	Costo Hora
Personal de Acabado	8.00	5.25	42.00	1.75
Personal de Acabado	8.00	4.43	35.42	1.48
Personal de Acabado	8.00	4.77	38.18	1.59
TOTAL:	24.00		115.60	4.82

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Energía Eléctrica			228.94	9.54
Sub Total			228.94	9.54
Mantenimiento de Maquinaria			41.67	1.74
Alquiler de Local			312.50	13.02
Sub Total			354.17	14.76
Depreciación de Maquinaria				-
Máquina de inflar globos			19.70	0.82
Limpiadora ultrasonido			6.10	0.25
Selladora ultrasonido			3.29	0.14
Balanza de aguja			0.35	0.01
Balanza precisión			0.61	0.03
Máquina de Sellado			183.42	7.64
Máquina de empaquetadora globos			6.21	0.26
Sub Total			219.68	9.15
Materiales Indirectos	UNID.	P. Unit.		
Mascarillas	3	9.50	28.50	1.19
Guantes de plasticos	3	14.00	42.00	1.75
Bolsas	10	15.00	150.00	6.25
Cajas	100	1.43	143.00	5.96
Cintas de Embalaje	1	4.50	4.50	0.19
Rafia	1	7.00	7.00	0.29
Sub Total			375.00	15.63
Mano de Obra Indirecta			183.33	7.64
TOTAL:			1,361.12	56.71
TOTAL PROCESO 4:			1,476.72	61.53

Fuente: Elaboración Propia.

4.3. INFRAESTRUCTURA NECESARIA

En este apartado se mostrarán los datos de cada maquinaria, equipos, transporte y otros; así como también sus porcentajes y costos de depreciación, mensual y anual.

DETALLE	VALOR DE ADQUISICION	DEPRE C %	DEPREC. COSTO	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL	VALOR NETO DEL ACT. FIJO
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE EXPLOTACION						
Molino mecánico	20,142.96	10%	5.25	167.86	2,014.30	18,128.66
Planta automática	2,470,119.11	10%	643.26	20,584.33	247,011.91	2,223,107.20
Moldes para globos	7,354.94	10%	1.92	61.29	735.49	6,619.45
Cilindro neumático de doble efecto	2,944.32	10%	0.77	24.54	294.43	2,649.89
Tanque de almacenamiento de aire	5,855.44	10%	1.02	48.80	585.54	5,269.90
Compresora de aire	1,004.42	10%	0.17	8.37	100.44	903.98
Secadora	16,969.34	10%	2.95	141.41	1,696.93	15,272.41
Electro válvula	4,039.57	10%	0.70	33.66	403.96	3,635.61
Variador de frecuencia	944,419.87	10%	163.96	7,870.17	94,441.99	849,977.88
Motor reductor	4,752.13	10%	0.83	39.60	475.21	4,276.92
Bomba de desplazamiento positivo	15,149.24	10%	2.63	126.24	1,514.92	13,634.32
Maquina fresadora y taladrador	8,157.34	10%	1.42	67.98	815.73	7,341.61
Máquina de inflar globos	56,746.90	10%	19.70	472.89	5,674.69	51,072.21
Limpiadora ultrasonido	17,558.09	10%	6.10	146.32	1,755.81	15,802.28
Selladora ultrasonido	9,471.70	10%	3.29	78.93	947.17	8,524.53
Máquina de Sellado	528,247.06	10%	183.42	4,402.06	52,824.71	475,422.35
Máquina de empaquetadora globos	17,881.66	10%	6.21	149.01	1,788.17	16,093.49
Total Depreciación de Maquinaria y Equipo	4,130,814.09		1,043.58	34,423.45	413,081.41	3,717,732.68
UNIDADES DE TRANSPORTE						
Montacarga semielectrico	11,241.29	20%	1.95	187.35	2,248.26	8,993.03
Camioneta pick up	51,808.99	20%	8.99	863.48	10,361.80	41,447.19
Total Depreciación de Unidades de Transporte	63,050.28		10.95	1,050.84	12,610.06	50,440.22
MUEBLES Y ENSERES						

Escritorio Panorámico	260.12	10%	0.11	2.17	26.01	234.11
Sillas Giratorias	287.04	10%	0.12	2.39	28.70	258.34
Estante Archivador	116.61	10%	0.05	0.97	11.66	104.95
Mesa de Conferencia	269.10	10%	0.12	2.24	26.91	242.19
Total Depreciación de Muebles	932.87		0.40	7.77	93.29	839.58
EQUIPOS DE COMPUTO						
Computadora Equipada	1,729.84	10%	0.75	14.42	172.98	1,556.86
Impresora	1,630.89	10%	0.71	13.59	163.09	1,467.80
Sistema control de producción	5,420.00	10%	2.35	45.17	542.00	4,878.00
Total Depreciación de Equipos de Computo	8,780.73		3.81	73.17	878.07	7,902.66
EQUIPOS DIVERSOS						
balanza de aguja	1,007.60	10%	0.35	8.40	100.76	906.84
balanza precisión	1,762.45	10%	0.61	14.69	176.25	1,586.21
Extintores	1,087.05	10%	0.05	9.06	108.71	978.35
Total Depreciación de Equipos Diversos	3,857.10		1.01	32.14	385.71	3,471.39
DEPRECIACIÓN TOTALES	4,207,435.07		1,059.75	35,587.38	427,048.54	3,780,386.54

Fuente: Elaboración Propia.

4.4. COSTES DE OPERACION

A continuación se muestran los costos de productos fabricados y vendidos de la empresa GLOBYLATEX S.R.L.

Inventario Inicial de Materia Prima	-	
Compra de Materia Prima	362,004.48	100%
Inventario Final de Materia Prima	<u>-72,400.90</u>	20%
MATERIA PRIMA CONSUMIDA	289,603.58	80%
Inventario Inicial de Mat. Ind. De Fabric.	-	
Compra de Materiales Indirectos	87,216.00	100%
Compra de envases y embalajes	116,928.00	100%
Inventario Final de Materiales Indirectos	<u>-17,443.20</u>	20%
Inventario Final de Envases y Embalajes	<u>-23,385.60</u>	20%
MAT.INDIRECTOS DE FABRICACIÓN CONSUMIDA	163,315.20	80%
MOD	149,810.30	100%
Mano de Obra Indirecta	21,821.80	100%
Depreciación	341,638.83	100%
Servicios Básicos	80,971.20	100%
Serv. de Mant. y Alquiler	<u>84,000.00</u>	100%
COSTO DE PRODUCCIÓN	1,131,160.91	80%
Inventario Inicial de P.P.		
Inventario Final de P.P.	<u>-226,232.18</u>	20%
COSTO DE FABRICACIÓN	904,928.73	60%
Inventario Inicial de P.T.	-	
Inventario Final de P.T.	<u>-180,985.75</u>	20%
COSTOS DE VENTAS	723,942.98	40%

Fuente: Elaboración Propia.

INCREMENTO DEL MARGEN DE CONTRIBUCION 55%		AUMENTO
MARGEN DE CONTRIBUCIÒN 45%	325,774.34	398,168.64
UTILIDAD BRUTA	1,049,717.33	1,122,111.62
COSTO POR BOLSAS PRODUCIDAS	0.546727774	0.584433138
COSTO POR UNIDAD	0.005467278	0.005844331

CÀLCULOS DE COSTOS

ANUAL

C.PRIMO = MP + MOD		439,413.88
MIF = MOI + CTS + DEPREC. + SERV.		691,747.03
C.C= MOD + MIF		818,269.63
C.PRODUC. =CP+MIF		1,131,160.91
G.OPERAT. =	G.	
	ADMINIST.	83,648.05
	G. VENTAS	90,921.99
	G.FINANC.	42,488.83
CT = C.PRODUC. + G.OPERAC.		1,348,219.78

5.1. LA INVERSION INICIAL

5.1.1. CUANTIA TOTAL DE INVERSIONES

A continuación se muestra el cuadro de inversión inicial.

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES NO DINERARIOS	CRITERIO EMPLEADO PARA SU VALORIZACIÓN	VALOR ASIGNADO
Angela Quiñones Reyna, aporta: Camioneta pick up	Valorizado en	S/.51,808.99
	TOTAL	S/.51,808.99
Yenifer Cano Espinoza, aporta: 1 IMPRESORA MARCA HP 1 COMPUTADORA EQUIPADA Contiene: CPU, MONITOR LCD DE 17" MARCA SAMSUNG, TECLADO, MOUSE OPTICO, ESTABILIZADORES, PARLANTES Escritorio y Sillas Giratorias Estante Archivador Mesa de Conferencia	Valorizado en	S/.1,630.89 S/.1,729.84 S/.547.16 S/.116.61 S/.269.10
	TOTAL	S/.4,293.60
Ivan Quiñones Reyna, aporta: Montacarga semielectrico	Valorizado en	S/.11,241.29
	TOTAL	S/.11,241.29
Miguel Quiñones Reyna, aporta: Sistema control de producción Balanza de aguja Balanza precisión Extinguidores	Valorizado en	S/.5,420.00 S/.1,007.60 S/.1,762.45 S/.1,087.05
	TOTAL	S/.9,277.10
TOTALES		S/.76,620.98

Fuente: Elaboración Propia.

CONSTITUCIÓN DE EMPRESA	
Búsqueda de Índices en SUNARP	S/.4.00
Reserva de Nombre a la SUNARP	S/.25.00
Gastos Notariales (Testimonio, Minuta, etc.)	S/.280.00
Pago a SUNARP	S/.150.00
SUNAT (RUC, Clave Sol, etc.)	
TOTALES	S/.459.00

Fuente: Elaboración Propia.

TOTAL DE APORTES DINERARIOS Y NO DINERARIOS			
SOCIOS	APORTES BIENES	APORTES EN CTA CTE	TOTAL DE CAPITAL
Angela Quiñones Reyna	S/.51,808.99	S/.604,339.76	S/. 656,148.75
Yenifer Cano Espinoza	S/.4,293.60	S/.651,855.15	S/. 656,148.75
Ivan Quiñones Reyna	S/.11,241.29	S/.644,907.46	S/. 656,148.75
Miguel Quiñones Reyna	S/.9,277.10	S/.646,871.65	S/. 656,148.75
TOTAL	S/.76,620.98	S/. 2,547,974.15	S/. 2,624,595.00

Fuente: Elaboración Propia.

RESUMEN DE GASTOS MENSUAL

GASTOS GENERALES	2,547,515.15
CONSTITUCIÓN	459.00
TOTAL	2,547,974.15

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.2. CALENDARIO DE AMORTIZACIÓN Y CRONOLOGIA DE PAGOS DE LA INVERSION

Mostramos nuestro plan de amortización de pagos en un calendario financiero que proporciona toda la información sobre el pago periódico de nuestra deuda.

PERIODO	SALDO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN
1	S/.1,976,227.03	S/.169,079.26	S/.8,051.39	S/.161,027.87
2	S/.1,815,199.16	S/.169,079.26	S/.7,395.35	S/.161,683.92
3	S/.1,653,515.24	S/.169,079.26	S/.6,736.63	S/.162,342.64
4	S/.1,491,172.60	S/.169,079.26	S/.6,075.22	S/.163,004.04
5	S/.1,328,168.56	S/.169,079.26	S/.5,411.12	S/.163,668.14
6	S/.1,164,500.42	S/.169,079.26	S/.4,744.32	S/.164,334.95
7	S/.1,000,165.47	S/.169,079.26	S/.4,074.80	S/.165,004.47
8	S/.835,161.00	S/.169,079.26	S/.3,402.55	S/.165,676.71
9	S/.669,484.29	S/.169,079.26	S/.2,727.56	S/.166,351.70
10	S/.503,132.59	S/.169,079.26	S/.2,049.82	S/.167,029.44
11	S/.336,103.15	S/.169,079.26	S/.1,369.33	S/.167,709.94
12	S/.168,393.21	S/.169,079.26	S/.686.05	S/.168,393.21
TOTAL		2,028,951.17	52,724.14	1,976,227.03

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.3. GASTOS DE ESTABLECIMIENTO

Aquellos gastos que resultan precisos para la creación de la empresa y el inicio de sus actividades, asociados a la puesta en marcha de una actividad comercial o industrial (tales como estudios, traspasos, marcas o patentes), y que se llevan al activo como un bien de la empresa.

5.1.4. CLIENTES

Nuestros principales clientes serán:

- Tiendas de Centros Comerciales dedicados a piñatería, bazar, plásticos, etc.
- Pequeñas empresas de Eventos Infantiles, Sociales, empresariales, etc.
- Empresas comercializadoras de productos de plásticos, bazar y afines.

Todas estas empresas corresponden al distrito de San Juan de Lurigancho y demás distritos de los conos de Lima.

5.1.5. EXISTENCIAS

A continuación se mostrarán los KARDEX de todo los productos usando el método de cálculo promedio, para el periodo enero 2017.

Producto: Materia Prima (Latex)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	53007	2	245	4.94	1,210.30				245	4.94	1,210.30
								240	4.94	1,185.60	5	4.94	24.70
					245		1,210.30	240		1,185.60			
								5		24.70			
					245		1,210.30	245		1,210.30			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Dióxido de Titanio)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	81604	2	75	7.67	575.25				75	7.67	575.25
								50	7.67	383.50	25	7.67	191.75
								20	7.67	153.40	5	7.67	38.35
					75		575.25	70		536.90			
								5		38.35			
					75		575.25	75		575.25			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Etilinglicol)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	81604	2	30	3.62	108.60				30	3.62	108.60
								11	3.62	39.82	19	3.62	68.78
								13	3.62	47.06	6	3.62	21.72
					30		108.60	24		86.88			
								6		21.72			
					30		108.60	30		108.60			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Dispersante P/Pig A)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	81604	2	15	4.47	67.05				15	4.47	67.05
								4	4.47	17.88	11	4.47	49.17
								6	4.47	26.82	5	4.47	22.35
					15	4.47	67.05	10	8.94	44.70			
								5		22.35			
					15		67.05	15		67.05			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Ultranez NP100)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	81604	2	8	5.86	46.88				8	5.86	46.88
								1	5.86	5.86	7	5.86	41.02
								3	5.86	17.58	4	5.86	23.44
					8	5.86	46.88	4		23.44			
								4		23.44			
					8		46.88	8		46.88			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Agua Blanda)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	81604	2	25	0.21	5.25				25	0.21	5.25
								10	0.21	2.10	15	0.21	3.15
								7	0.21	1.47	8	0.21	1.68
					25	0.21	5.25	17		3.57			
								8		1.68			
					25		5.25	25		5.25			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Amoniaco)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	18214	2	5	4.35	21.75				5	4.35	21.75
								1	4.35	4.35	4	4.35	17.40
					5		21.75	1		4.35			
								4		17.40			
					5		21.75	5		21.75			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Ácido Cítrico)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	18214	2	10	5.91	59.10				10	5.91	59.10
								6	5.91	35.46	4	5.91	23.64
					10		59.10	6		35.46			
								4		23.64			
					10		59.10	10		59.10			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Carbonato de Magnesio)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	18214	2	25	1.71	42.75				25	1.71	42.75
								20	1.71	34.20	5	1.71	8.55
					25		42.75	20		34.20			
								5		8.55			
					25		42.75	25		42.75			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Celite 209)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	65881	2	10	2.73	27.30				10	2.73	27.30
								8	2.73	21.84	2	2.73	5.46
					10		27.30	8		21.84			
								2		5.46			
					10		27.30	10		27.30			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Igepal)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	65881	2	5	3.65	18.25				5	3.65	18.25
								2	3.65	7.30	3	3.65	10.95
					5		18.25	2		7.30			
								3		10.95			
					5		18.25	5		18.25			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Alcohol)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	65881	2	15	5.50	82.50				15	5.50	82.50
								10	5.50	55.00	5	5.50	27.50
					15		82.50	10		55.00			
								5		27.50			
					15		82.50	15		82.50			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Nitrato de Calcio)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	65881	2	20	1.35	27.00				20	1.35	27.00
								15	1.35	20.25	5	1.35	6.75
					20		27.00	15		20.25			
								5		6.75			
					20		27.00	20		27.00			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (GLP)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	098	15220	2	15	3.77	56.55				15	3.77	56.55
								4	3.77	15.08	11	3.77	41.47
								6	3.77	22.62	5	3.77	18.85
					15		56.55	10		37.70			
								5		18.85			
					15		56.55	15		56.55			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Waype)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	73911	2	5	2.50	12.50				5	2.50	12.50
								3	2.50	7.50	2	2.50	5.00
					5	2.50	12.50	3		7.50			
								2		5.00			
					5		12.50	5		12.50			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Mascarillas)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	73911	2	15	9.50	142.50				15	9.50	142.50
								2	9.50	19.00	13	9.50	123.50
								2	9.50	19.00	11	9.50	104.50
								2	9.50	19.00	9	9.50	85.50
								1	9.50	9.50	8	9.50	76.00
								3	9.50	28.50	5	9.50	47.50
					15		142.50	10		95.00			
								5		47.50			
					15		142.50	15		142.50			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Guantes de plásticos)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	002	73911	2	15	14.00	210.00				15	14.00	210.00
								2	14.00	28.00	13	14.00	182.00
								2	14.00	28.00	11	14.00	154.00
								2	14.00	28.00	9	14.00	126.00
								1	14.00	14.00	8	14.00	112.00
								3	14.00	42.00	5	14.00	70.00
					15	14.00	210.00	10		140.00			
								5		70.00			
					15		210.00	15		210.00			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Bolsas)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	47600	2	15	15.00	225.00				15	15.00	225.00
								10	15.00	150.00	5	15.00	75.00
					15		225.00	10		150.00			
								5		75.00			
					15		225.00	15		225.00			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Cajas)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	47600	2	105	1.43	150.15				105	1.43	150.15
								100	1.43	143.00	5	1.43	7.15
					105		150.15	100		143.00			
								5		7.15			
					105		150.15	105		150.15			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Cintas de Embalaje)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	47600	2	5	4.50	22.50				5	4.50	22.50
								1	4.50	4.50	4	4.50	18.00
					5		22.50	1		4.50			
								4		18.00			
					5		22.50	5		22.50			

Fuente: Elaboración Propia.

Producto: Materia Prima Directa (Rafia)

FECHA	Tipo comprb. (tabla10)	SERIE	NUMERO	Tipo de oper. (tabla 12)	ENTRADA			SALIDA			SALDO		
					CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL	CANT.	P. UNIT.	TOTAL
02.01.2017	1	001	47600	2	5	7.00	35.00				5	7.00	35.00
								1	7.00	7.00	4	7.00	28.00
					5		35.00	1		7.00			
								4		28.00			
					5		35.00	5		35.00			

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.6. TESORERIA

La mayoría de las operaciones económicas de la empresa se traducen en la entrada o en la salida de recursos dinerarios, es decir, en cobros o en pagos. Una buena gestión de la tesorería debe permitir efectuar todos los pagos en tiempo y minimizar los fondos no rentabilizados. El sistema financiero ofrece una amplia gama de productos que permiten obtener rentabilidad de los excedentes incluso en los períodos más cortos y asimismo canalizar los flujos de cobros y pagos, como la mencionada cuenta corriente de crédito. Igualmente, el sistema financiero posibilita un amplio abanico de medios de pago ajustados a las más diversas situaciones que puedan presentarse.

5.1.7. PROVEEDORES

Nuestros principales proveedores son:

- Empresas de Latex
- ISP PERU
- QUIMEXA

5.2. LA FINANCIACION

5.2.1. ESTRUCTURA FINANCIERA y CONDICIONES DE FINANCIACION

Se realizó un préstamo de 1'976,227.03 soles, fraccionado a 12 meses, con el 5% de interés, en el Banco de Crédito del Perú los cuáles serán pagados en un año. A continuación se detalla.

PERIODO	SALDO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION
1	1,976,227.03	169,079.26	8,051.39	161,027.87
2	1,815,199.16	169,079.26	7,395.35	161,683.92
3	1,653,515.24	169,079.26	6,736.63	162,342.64
4	1,491,172.60	169,079.26	6,075.22	163,004.04
5	1,328,168.56	169,079.26	5,411.12	163,668.14
6	1,164,500.42	169,079.26	4,744.32	164,334.95
7	1,000,165.47	169,079.26	4,074.80	165,004.47
8	835,161.00	169,079.26	3,402.55	165,676.71
9	669,484.29	169,079.26	2,727.56	166,351.70
10	503,132.59	169,079.26	2,049.82	167,029.44
11	336,103.15	169,079.26	1,369.33	167,709.94
12	168,393.21	169,079.26	686.05	168,393.21
TOTAL		2,028,951.17	52,724.14	1,976,227.03

Fuente: Elaboración Propia.

5.3. LOS ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1. INGRESOS PRIMER AÑO DE ACTIVIDAD

En primer lugar se muestra la proyección de la producción de globos

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
GLOBO Nº 2	32,000.00	63,000.00	32,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	34,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	34,000.00	411,000.00
GLOBO Nº 5	32,000.00	45,000.00	32,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	34,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	34,000.00	393,000.00
GLOBO Nº 7	32,000.00	36,000.00	32,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	51,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	51,000.00	418,000.00
GLOBO Nº 9	32,000.00	18,000.00	32,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	25,500.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	25,500.00	349,000.00
GLOBO PENCIL	32,000.00	18,000.00	32,000.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	25,500.00	28,000.00	32,000.00	32,000.00	32,000.00	25,500.00	349,000.00
TOTALES	160,000.00	180,000.00	160,000.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	170,000.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	170,000.00	1,920,000.00

Fuente: Elaboración Propia.

Luego la proyección de ingresos:

DETALLE	V.V	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
GLOBO Nº 2	1.5	48,000.00	94,500.00	48,000.00	42,000.00	48,000.00	48,000.00	51,000.00	42,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	51,000.00	616,500.00
GLOBO Nº 5	3	96,000.00	135,000.00	96,000.00	84,000.00	96,000.00	96,000.00	102,000.00	84,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	102,000.00	1,179,000.00
GLOBO Nº 7	4	128,000.00	144,000.00	128,000.00	112,000.00	128,000.00	128,000.00	204,000.00	112,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	204,000.00	1,672,000.00
GLOBO Nº 9	5	160,000.00	90,000.00	160,000.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	127,500.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	127,500.00	1,745,000.00
GLOBO PENCIL	8	256,000.00	144,000.00	256,000.00	224,000.00	256,000.00	256,000.00	204,000.00	224,000.00	256,000.00	256,000.00	256,000.00	204,000.00	2,792,000.00
SUB-TOTAL		688,000.00	607,500.00	688,000.00	602,000.00	688,000.00	688,000.00	688,500.00	602,000.00	688,000.00	688,000.00	688,000.00	688,500.00	8,004,500.00
IGV		130,720.00	115,425.00	130,720.00	114,380.00	130,720.00	130,720.00	130,815.00	114,380.00	130,720.00	130,720.00	130,720.00	130,815.00	1,520,855.00
TOTALES		818,720.00	722,925.00	818,720.00	716,380.00	818,720.00	818,720.00	819,315.00	716,380.00	818,720.00	818,720.00	818,720.00	819,315.00	9,525,355.00

Fuente: Elaboración Propia.

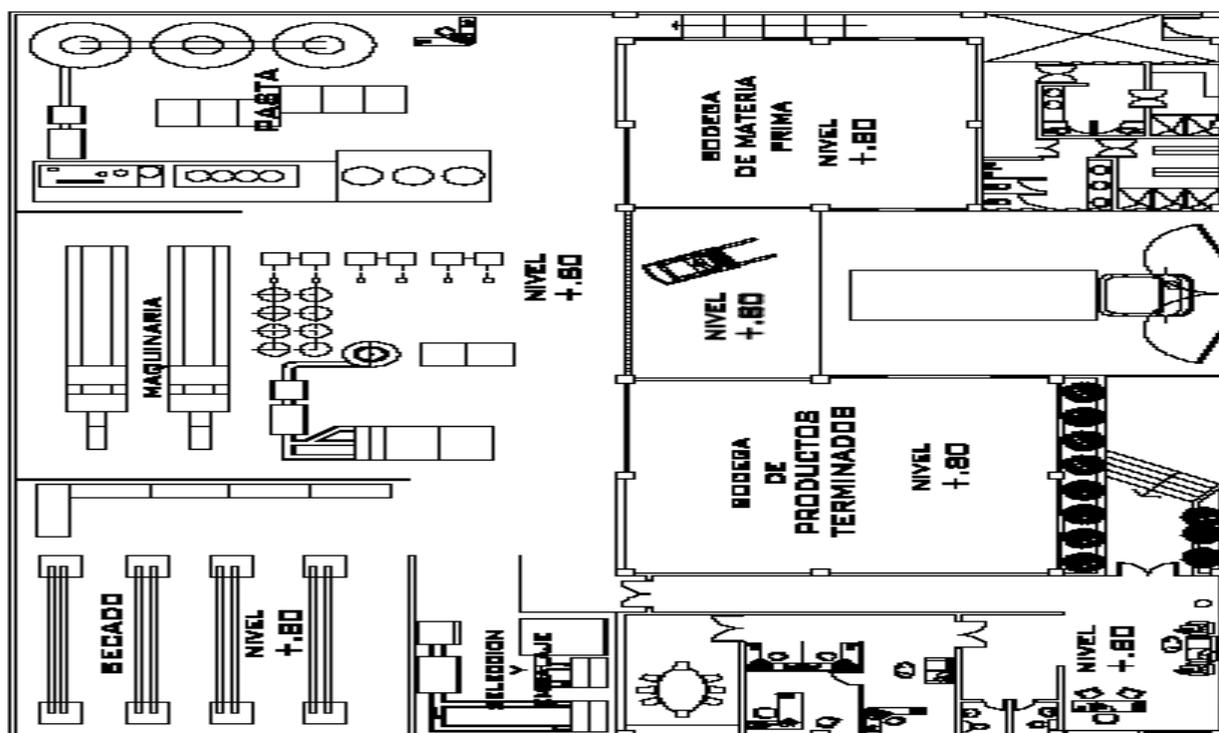
Además se muestra la proyección de ventas al primer año:

VENDIDO		
164,400.00	1.5	S/.246,600.00
157,200.00	3	S/.471,600.00
167,200.00	4	S/.668,800.00
139,600.00	5	S/.698,000.00
139,600.00	8	S/.1,116,800.00
768,000.00		S/.3,201,800.00

Fuente: Elaboración Propia.

5.3.2. DESGLOSE POR AREAS DE NEGOCIO/TIPO PRODUCTO

Se realiza la distribución de los ambientes para la planta de fabricación, tal y como se muestra en la siguiente figura:



Fuente: Elaboración Propia.

Ahora pasamos a detallar el desglose por áreas

AREAS	MEDIDAS				UNID.	PRECIO
	LARGO		ANCHO			
Oficina	10	x	8	80	M2	S/.500.00
Preparación de la Pasta	12	x	14	168	M2	S/.1,050.00
Maquina de Globo	14	x	14	196	M2	S/.1,225.00
Secadora	13	x	14	182	M2	S/.1,137.50
Selección y embalajes	9	x	8	72	M2	S/.450.00
Almacen de M.P	9	x	11	99	M2	S/.618.75
Almacen de P.T	9	x	11	99	M2	S/.618.75
SS.HH	2	x	4	8	M2	S/.50.00
Espacios				296	M2	S/.1,850.00
TOTALES				1200		S/.7,500.00

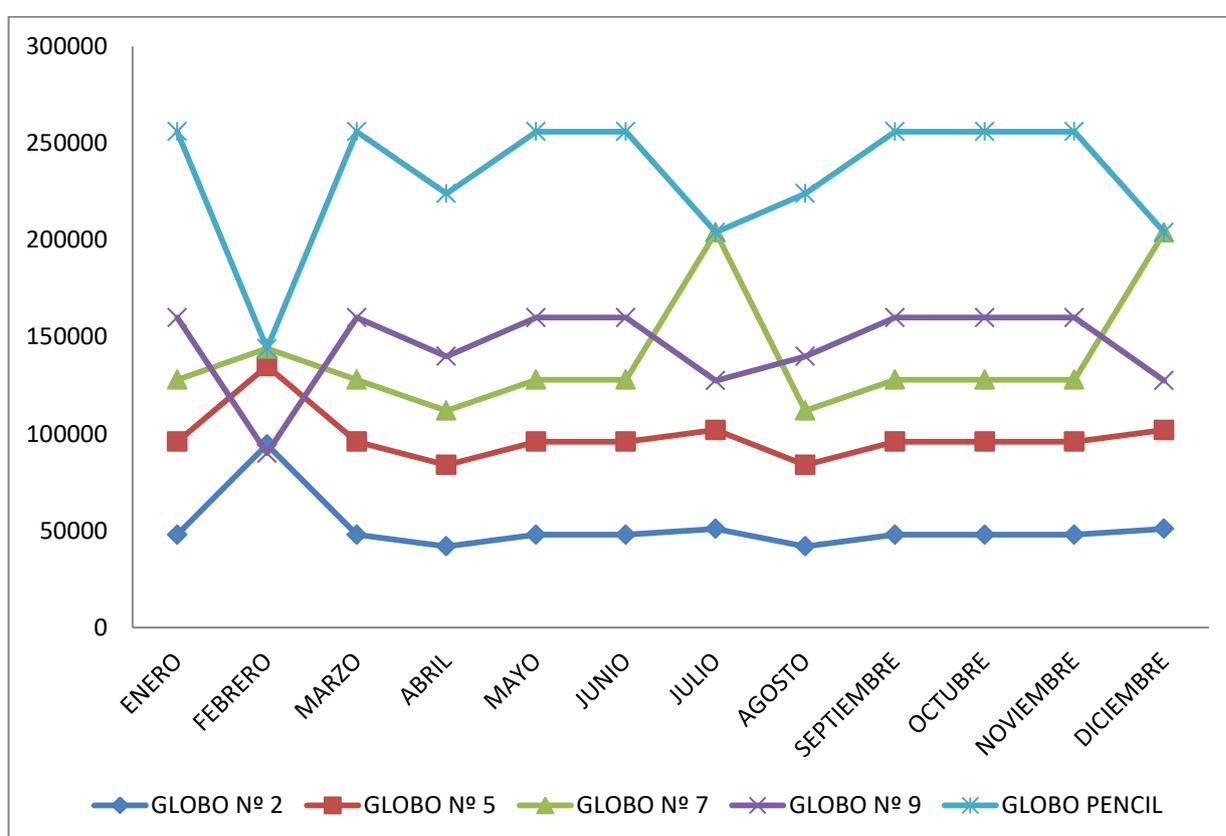
Fuente: Elaboración Propia.

5.3.3. EVOLUCION PREVISTA DE LA CIFRA DE VENTAS

En base a los datos suministrados en el cuadro mostramos la evolución prevista de ventas para el primer año.

DETALLE	V.V	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
GLOBO N° 2	1.5	48,000.00	94,500.00	48,000.00	42,000.00	48,000.00	48,000.00	51,000.00	42,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	51,000.00	616,500.00
GLOBO N° 5	3	96,000.00	135,000.00	96,000.00	84,000.00	96,000.00	96,000.00	102,000.00	84,000.00	96,000.00	96,000.00	96,000.00	102,000.00	1,179,000.00
GLOBO N° 7	4	128,000.00	144,000.00	128,000.00	112,000.00	128,000.00	128,000.00	204,000.00	112,000.00	128,000.00	128,000.00	128,000.00	204,000.00	1,672,000.00
GLOBO N° 9	5	160,000.00	90,000.00	160,000.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	127,500.00	140,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	127,500.00	1,745,000.00
GLOBO PENCIL	8	256,000.00	144,000.00	256,000.00	224,000.00	256,000.00	256,000.00	204,000.00	224,000.00	256,000.00	256,000.00	256,000.00	204,000.00	2,792,000.00
SUB-TOTAL		688,000.00	607,500.00	688,000.00	602,000.00	688,000.00	688,000.00	688,500.00	602,000.00	688,000.00	688,000.00	688,000.00	688,500.00	8,004,500.00
IGV		130,720.00	115,425.00	130,720.00	114,380.00	130,720.00	130,720.00	130,815.00	114,380.00	130,720.00	130,720.00	130,720.00	130,815.00	1,520,855.00
TOTALES		818,720.00	722,925.00	818,720.00	716,380.00	818,720.00	818,720.00	819,315.00	716,380.00	818,720.00	818,720.00	818,720.00	819,315.00	9,525,355.00

Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

5.3.4. CONSIDERACION DE LA INFLACION

En el 2016 la economía consolidará el proceso de recuperación iniciado durante el 2015 y crecerá 3,8%, dentro de un rango de [3,5% - 4,0%], en un entorno macroeconómico caracterizado por: (i) un entorno internacional desfavorable con caída de precios de exportación y lento crecimiento de nuestros socios comerciales; (ii) la entrada de nuevos proyectos mineros; (iii) una política fiscal moderadamente expansiva, liderada por la inversión pública; y (iv) un incremento gradual de la tasa de interés de referencia del BCRP como respuesta a presiones depreciatorias que impulsan al alza la inflación y las expectativas inflacionarias.

5.3.5. DETALLE Y JUSTIFICACION DE COSTES FIJOS OPERATIVOS

A continuación se detallan los costes fijos operativos:

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
DETALLE	PROCESO N° 1	PROCESO N°2	PROCESO N° 3	PROCESO N° 4	TOTAL
Depreciación de Maquinaria	S/.5.25	S/.645.94	S/.173.67	S/.219.68	S/.1,044.54
Mantenimiento de Maquinaria	S/.31.25	S/.31.25	S/.20.83	S/.41.67	S/.125.00
Mano de Obra Indirecta	S/.137.50	S/.137.50	S/.91.67	S/.183.33	S/.550.00
Materiales Indirectos	S/.94.00	S/.236.13	S/.53.62	S/.375.00	S/.758.75
Energia Electrica	S/.171.70	S/.171.70	S/.114.47	S/.228.94	S/.686.81
Consumo de Agua	S/.78.13	S/.78.13	S/.52.08		S/.208.33
Arrendamiento	S/.234.38	S/.234.38	S/.156.25	S/.312.50	S/.937.50
TOTAL	S/.752.20	S/.1,535.03	S/.662.59	S/.1,361.12	S/.4,310.93

Fuente: Elaboración Propia.

5.3.6. COSTES DE ESTRUCTURA, COMERCIALES Y ADMINISTRATIVOS

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	UNIDADES	PRECIO UNIT.	PRODUCC.	MENSUAL	ANUAL
PRODUCCIÓN				1,000,000.00		
1° MATERIA PRIMA						
Materia Prima						
Latex Natural	kg	240	4.94	1,185.60	18,969.60	227,635.20
Materia Prima Directa						
Dioxido de Titanio	kg	70	7.67	536.90	8,590.40	103,084.80
Etilinglicol	kg	24	3.62	86.88	1,390.08	16,680.96
Dispersante P/Pig A	kg	10	4.47	44.70	715.20	8,582.40
Ultranex NP100	kg	4	5.86	23.44	375.04	4,500.48
Agua Blanda	Lt	17	0.21	3.57	57.12	685.44
Amoniaco	kg	1	4.35	4.35	69.60	835.20
TOTAL MATERIA PRIMA			31.12	1,885.44	30,167.04	362,004.48
2° MANO DE OBRA DIRECTA						
Preparación de la Pasta		4		111.19	3,558.05	50,541.34
Maquina de Globo		2		58.06	1,700.00	22,274.08
Secadora		1		17.71	850.00	14,296.62
Selección y embalajes		3		115.60	2,774.45	39,410.55
TOTAL M.O.D				302.56	8,882.50	126,522.60
3° GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
SERVICIOS BASICOS						
Luz	kw			686.81	5,494.50	65,934.00
Telefono y internet				30.00	240.00	2,880.00
Sedapal	m3			208.33	2,500.00	30,000.00
Publicidad				25.00	200.00	2,400.00
TOTAL SERVICIOS BASICOS				950.15	8,434.50	101,214.00

OTROS GASTOS INDIRECTOS						
Mantenimiento de Maquinaria				125.00	1,000.00	12,000.00
Arrendamiento				937.5	7,500.00	90,000.00
TOTAL GASTOS INDIRECTOS				1,062.50	8,500.00	102,000.00
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS						
Depreciacion de Maquinaria y Equipo		1	359.09	1,043.58	34,423.45	413,081.41
Depreciacion de Unidades de Transporte		1	10.95	1,050.84	1,050.84	12,610.06
Depreciacion de Muebles		1	0.08	0.40	7.77	93.29
Depreciacion de Equipos de Computo		5	0.76	3.81	73.17	878.07
Depreciacion de Equipos Diversos		1	0.33	1.01	32.14	385.71
TOTAL DEPREC. DE ACTIVOS FIJOS			371.22	2,099.64	35,587.38	427,048.54
MATERIALES INDIRECTOS						
Acido Citrico	kg	6	5.91	35.46	567.36	6,808.32
carbonato de Magnesio	kg	20	1.71	34.20	547.2	6,566.40
Celite 209	kg	8	2.73	21.84	349.44	4,193.28
Igepal	kg	2	3.65	7.30	116.8	1,401.60
Alcohol	litros	10	5.50	55.00	880	10,560.00
Nitrato de Calcio	litros	15	1.35	20.25	324	3,888.00
GLP	galones	10	3.77	37.70	603.2	7,238.40
Waype	kg	3	2.50	7.50	120	1,440.00
Mascarillas	unid	10	9.50	95.00	1520	18,240.00
Guantes de plasticos	unid	10	14.00	140.00	2240	26,880.00
Sub Total			50.62	454.25	7,268.00	87,216.00
ENVASES Y EMBALAJES						
Bolsas Polietileno	1000 unid.	10	15.00	150.00	4,800.00	57,600.00
cajas latex plastico	unid.	100	1.43	143.00	4,576.00	54,912.00
Cintas de Embalaje	unid.	1	4.50	4.50	144.00	1,728.00
Rafia	unid.	1	7.00	7.00	224.00	2,688.00
Sub Total			27.93	304.50	9,744.00	116,928.00
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS			78.55	758.75	17,012.00	204,144.00
MANO DE OBRA INDIRECTA						
Administrador		1		187.50	1,500.00	21,270.00
Jefes de Dptos(Producción,logística,etc)		2		237.50	1,900.00	26,942.00
Supervisores		1		125.00	1,000.00	14,180.00
TOTAL DE M.O.I			0.00	550.00	4,400.00	62,392.00
GASTOS TOTALES				5,509.40	77,396.04	958,277.08

Fuente: Elaboración Propia.

DISTRIBUCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA						
Nº	DETALLE	PROCESO Nº 1	PROCESO Nº2	PROCESO Nº 3	PROCESO Nº 4	TOTAL
4	ELAB. DE PASTA	111.19				111.19
2	MAQUINISTA		58.06			58.06
1	SECADOR			17.71		17.71
3	SELECCIÓN Y EMBALAJES				115.60	115.60
10	TOTAL	111.19	58.06	17.71	115.60	302.56

Fuente: Elaboración Propia.

Planilla de salarios mensual, expresado en soles.

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	N° D.N.I.	DSCTO	SUELDO MENSUAL	ASIG. FAMILIAR	HE 25%	HE 35%	SUELDO BRUTO	ONP (13%)	NETO A PAGAR	SCTR	ESSALU D 9%
T1	ARANGO GUERRA ABNER	ASISTENTE DE MKT & VENTA	07/01/2017	44864910	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T2	FERNANDEZ OROPEZA JUAN	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	40112554	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T3	ROJAS CHAVEZ, SAMUEL	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	45605644	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	877.00	12.50	90.72
T4	LEON ASTERIO MARIANO	ASISTENTE DE PRODUCCION	07/01/2017	40172052	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T5	SORIA ORTEGA, JESUS	OPERARIO	07/01/2017	10585499	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	877.00	12.50	90.72
T6	ALCA ARIAS RUBEN	OPERARIO	07/01/2017	40381894	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T7	GASPAR SOLIS, MARIO	OPERARIO	07/01/2017	41150509	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T8	VELAZQUEZ VERA, JOSE	ASISTENTE (TESORERIA)	07/01/2017	45603104	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	877.00	12.50	90.72
T9	DURAND JANAMPA, MIGUEL	ASISTENTE (COMPRAS)	07/01/2017	45801123	ONP	850.00				850.00	110.50	739.50	10.54	76.50
T10	TORRES VASQUEZ FELIX	ASISTENTE (FINANZAS)	07/01/2017	40731274	ONP	850.00		66.41		916.41	119.13	797.27	11.36	82.48
				TOTALES		8,500.00	255.00	285.55	0.00	9,040.55	1,175.27	7,865.28	112.10	813.65

Fuente: Elaboración Propia.

Planilla de gratificaciones, expresado en soles

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	N° D.N.I.	DSCTO	SUELDO MENSUAL	ASIG. FAMILIAR	HE 25%	HE 35%	SUELDO BRUTO	ONP (13%)	ESSALUD 9%	SCTR	NETO A PAGAR
T1	ARANGO GUERRA ABNER	ASISTENTE DE MKT & VENTA	07/01/2017	44864910	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T2	FERNANDEZ OROPEZA JUAN	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	40112554	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T3	ROJAS CHAVEZ, SAMUEL	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	45605644	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T4	LEON ASTERIO MARIANO	ASISTENTE DE PRODUCCION	07/01/2017	40172052	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T5	SORIA ORTEGA, JESUS	OPERARIO	07/01/2017	10585499	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T6	ALCA ARIAS RUBEN	OPERARIO	07/01/2017	40381894	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T7	GASPAR SOLIS, MARIO	OPERARIO	07/01/2017	41150509	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T8	VELAZQUEZ VERA, JOSE	ASISTENTE (TESORERIA)	07/01/2017	45603104	ONP	850.00	85.00	73.05		1,008.05	131.05	90.72	12.50	1,111.27
T9	DURAND JANAMPA, MIGUEL	ASISTENTE (COMPRAS)	07/01/2017	45801123	ONP	850.00				850.00	110.50	76.50	10.54	937.04
T10	TORRES VASQUEZ FELIX	ASISTENTE (FINANZAS)	07/01/2017	40731274	ONP	850.00		66.41		916.41	119.13	82.48	11.36	1,010.25
				TOTALES		8,500.00	255.00	285.55	0.00	9,040.55	1,175.27	813.65	112.10	9,966.30

Fuente: Elaboración Propia.

Planilla de salarios mensual, de la alta dirección, expresado en soles.

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	N° D.N.I.	DSCTO	SUELDO BRUTO	DESCUENTOS DEL TRABAJADOR				NETO A PAGAR	ESSALUD 9%		
							ONP (13%)	AFP	APORTES AL SPP					
							SEGURO	COMISION	TOTAL					
T11	RAMIREZ ROMERO ALBERTO	GERENTE GENERAL	07/01/2017	10145654	INTEGRA	1,500.00			150.00	20.40	23.25	193.65	1,306.35	135.00
T12	GALARZA CCANTO JORGE	JEFE DE ADM & FIN	07/01/2017	42558177	ONP	950.00	123.50					123.50	826.50	85.50
T13	RAMOS GARCIA SOFIA	JEFE DE MKT & VENTAS	07/01/2017	43568954	PRIMA	950.00		95.00	12.92	15.20		123.12	826.88	85.50
T14	ESPINOZA GUERRA LUCIO	JEFE DE PRODUCCION	07/01/2017	40123858	ONP	1,000.00	130.00					130.00	870.00	90.00
				TOTALES		4,400.00	253.50	245.00	33.32	38.45	570.27	3,829.73	396.00	

Fuente: Elaboración Propia.

Planilla de gratificaciones, de la alta dirección, expresado en soles

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE INGRESO	N° D.N.I.	DSCTO	SUELDO BRUTO	DESCUENTOS DEL TRABAJADOR				ESSALUD 9%	NETO A PAGAR		
							ONP (13%)	AFP	APORTES AL SPP					
							SEGURO	COMISION	TOTAL					
T11	RAMIREZ ROMERO ALBERTO	GERENTE GENERAL	07/01/2017	10145654	INTEGRA	1,500.00			150.00	20.40	23.25	193.65	135.00	1,635.00
T12	GALARZA CCANTO JORGE	JEFE DE ADM & FIN	07/01/2017	42558177	ONP	950.00	123.50					123.50	85.50	1,035.50
T13	RAMOS GARCIA SOFIA	JEFE DE MKT & VENTAS	07/01/2017	43568954	PRIMA	950.00		95.00	12.92	15.20		123.12	85.50	1,035.50
T14	ESPINOZA GUERRA LUCIO	JEFE DE PRODUCCION	07/01/2017	40123858	ONP	1,000.00	130.00					130.00	90.00	1,090.00
				TOTALES		4,400.00	253.50	245.00	33.32	38.45	570.27	396.00	4,796.00	

Fuente: Elaboración Propia.

Planilla de Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA DE	N° D.N.I.	SUELDO	GRATIF.	SUELDO COMPUTA	CTS MENSU
T1	ARANGO GUERRA ABNER	ASISTENTE DE MKT & VENTAS	07/01/2017	44864910		937.04	156.17	1,093.21
T2	FERNANDEZ OROPEZA JUAN	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	40112554		937.04	156.17	1,093.21
T3	ROJAS CHAVEZ, SAMUEL	EJECUTIVO DE VENTA	07/01/2017	45605644		1,111.27	185.21	1,296.48
T4	LEON ASTERIO MARIANO	ASISTENTE DE PRODUCCION	07/01/2017	40172052		937.04	156.17	1,093.21
T5	SORIA ORTEGA, JESUS	OPERARIO	07/01/2017	10585499		1,111.27	185.21	1,296.48
T6	ALCA ARIAS RUBEN	OPERARIO	07/01/2017	40381894		937.04	156.17	1,093.21
T7	GASPAR SOLIS, MARIO	OPERARIO	07/01/2017	41150509		937.04	156.17	1,093.21
T8	VELAZQUEZ VERA, JOSE	ASISTENTE (TESORERIA)	07/01/2017	45603104		1,111.27	185.21	1,296.48
T9	DURAND JANAMPA, MIGUEL	ASISTENTE (COMPRAS)	07/01/2017	45801123		937.04	156.17	1,093.21
T10	TORRES VASQUEZ FELIX	ASISTENTE (FINANZAS)	07/01/2017	40731274		1,010.25	168.37	1,178.62
T11	RAMIREZ ROMERO ALBERTO	GERENTE GENERAL	07/01/2017	10145654		1,635.00	272.50	1,907.50
T12	GALARZA CCANTO JORGE	JEFE DE ADM & FIN	07/01/2017	42558177		1,035.50	172.58	1,208.08
T13	RAMOS GARCIA SOFIA	JEFE DE MKT & VENTAS	07/01/2017	43568954		1,035.50	172.58	1,208.08
T14	ESPINOZA GUERRA LUCIO	JEFE DE PRODUCCION	07/01/2017	40123858		1,090.00	181.67	1,271.67
		TOTALES				14,762.30	2,460.38	17,222.68

Fuente: Elaboración Propia.

5.3.7. BALANCE DE APERTURA DEL NEGOCIO

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES NO DINERARIOS	CRITERIO EMPLEADO PARA SU VALORIZACIÓN	VALOR ASIGNADO
Angela Quiñones Reyna, aporta: Camioneta pick up	Valorizado en	S/.51,808.99
	TOTAL	S/.51,808.99
Yenifer Cano Espinoza, aporta: 1 IMPRESORA MARCA HP 1 COMPUTADORA EQUIPADA Contiene: CPU, MONITOR LCD DE 17" MARCA SAMSUNG, TECLADO, MOUSE OPTICO, ESTABILIZADORES , PARLANTES Escritorio y Sillas Giratorias Estante Archivador Mesa de Conferencia	Valorizado en	S/.1,630.89 S/.1,729.84 S/.547.16 S/.116.61 S/.269.10
	TOTAL	S/.4,293.60
Ivan Quiñones Reyna, aporta: Montacarga semielectrico	Valorizado en	S/.11,241.29
	TOTAL	S/.11,241.29
Miguel Quiñones Reyna,aporta: Sistema control de produccion Balanza de aguja Balanza precision Extinguidores	Valorizado en	S/.5,420.00 S/.1,007.60 S/.1,762.45 S/.1,087.05
	TOTAL	S/.9,277.10
TOTALES		S/.76,620.98

Fuente: Elaboración Propia.

CONSTITUCIÓN DE EMPRESA	
Busqueda de Indices en SUNARP	S/.4.00
Reserva de Nombre a la SUNARP	S/.25.00
Gastos Notariales (Testimonio, Minuta,etc)	S/.280.00
Pago a SUNARP	S/.150.00
SUNAT (RUC,Clave Sol,etc)	
TOTALES	S/.459.00

Fuente: Elaboración Propia.

TOTAL DE APORTES DINERARIOS Y NO DINERARIOS			
SOCIOS	APORTES BIENES	APORTES EN CTA CTE	TOTAL DE CAPITAL
Angela Quiñones Reyna	S/.51,808.99	S/604,339.76	S/.656,148.75
Yenifer Cano Espinoza	S/.4,293.60	S/651,855.15	S/.656,148.75
Ivan Quiñones Reyna	S/.11,241.29	S/644,907.46	S/.656,148.75
Miguel Quiñones Reyna	S/.9,277.10	S/646,871.65	S/.656,148.75
TOTAL	S/.76,620.98	S/2,547,974.15	S/.2,624,595.00

Fuente: Elaboración Propia.

			11				
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.	40		TRIBUTOS, CONTRAP. Y APORTES AL SIST. DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR			11,595.24	
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.		403	Instituciones públicas		7,794.00		
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4031 ONP	3,042.00			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4032 Salud	4,752.00			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.		407	Administradoras de fondos de pensiones		3,801.24		
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4071 AFP- Integra	2,323.80			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4071 AFP- Prima	1,477.44			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.	41		REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR			61,144.09	
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.		411	Remuneraciones por pagar		55,548.76		
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4111 Sueldos por Pagar	45,956.76			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4114 Gratificación por Pagar	9,592.00			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.		415	Beneficios sociales de los trabajadores por pagar		5,595.33		
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.			4151 CTS	5,595.33			
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.	10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO			72,739.33	
Por el pago de Planilla y Benef. Soc.		104	Cuentas corrientes en Instituciones Financieras				
			SUBTOTAL			4,532,109.20	4,532,109.20
			12				
Prestamo de Bco de Crédito	10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO		1,976,227.03		
Prestamo de Bco de Crédito		104	Cuentas corrientes en Instituciones Financieras	1,976,227.03			
Prestamo de Bco de Crédito	18		SERVICIOS Y OTROS CONTRATADOS POR ANTICIPADO			52,724.14	
Prestamo de Bco de Crédito		181	Intereses		52,724.14		
Prestamo de Bco de Crédito	45		OBLIGACIONES FINANCIERAS			2,028,951.17	
Prestamo de Bco de Crédito		451	Préstamos de instituciones financieras y otras entidades		2,028,951.17		
			13				
Por la compra de Activos fijos	33		INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO			4,130,814.09	
Por la compra de Activos fijos		333	Maquinarias y equipos de explotación	4,130,814.09			
Por la compra de Activos fijos			3331 Maquinaria y Equipos de explotación				
Por la compra de Activos fijos	40		TRIBUTOS, CONTRAP. Y APORTES AL SIST. DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR			784,854.68	
Por la compra de Activos fijos		401	Gobierno central		784,854.68		
Por la compra de Activos fijos			4011 IGV				
Por la compra de Activos fijos	42		CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES – TERCEROS			4,915,668.77	
Por la compra de Activos fijos		421	Facturas, boletas y otros comprobantes por pagar				
Por la compra de Activos fijos			4211 F. 001 - 19542				
			14				
Por el Devengo de los Intereses	67		GASTOS FINANCIEROS			42,488.83	
Por el Devengo de los Intereses		671	Gastos en operaciones de endeudamiento y otros		42,488.83		
Por el Devengo de los Intereses	18		SERVICIOS Y OTROS CONTRATADOS POR ANTICIPADO			42,488.83	
Por el Devengo de los Intereses		181	Intereses		42,488.83		
			15				
Por el Destino de los intereses	97		GASTOS FINANCIEROS			42,488.83	
Por el Destino de los intereses		971	Gastos Financieros		42,488.83		
Por el Destino de los intereses	79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS			42,488.83	
Por el Destino de los intereses		791	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos		42,488.83		
			16				
Por el Pago de cuotas	45		OBLIGACIONES FINANCIERAS			976,061.56	
Por el Pago de cuotas		451	Préstamos de instituciones financieras y otras entidades		976,061.56		
Por el Pago de cuotas	10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO			976,061.56	
Por el Pago de cuotas		104	Cuentas corrientes en Instituciones Financieras		976,061.56		
			17				
Provision de la Depreciacion	68		VALUACIÓN Y DETERIORO DE ACTIVOS Y PROVISIONES			427,048.54	
Provision de la Depreciacion		681	Depreciación				
Provision de la Depreciacion			68142 Depreciación de Inmuebles, Maquinaria y Equipos	413,081.41			
Provision de la Depreciacion			68143 Equipos de Transporte	12,610.06			
Provision de la Depreciacion			68144 Muebles y Enseres	93.29			
Provision de la Depreciacion			68145 Equipos Diversos	1,263.78			
Provision de la Depreciacion	39		DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y AGOTAMIENTO ACUMULADOS			427,048.54	
Provision de la Depreciacion		391	Depreciación acumulada				
Provision de la Depreciacion			3913 Depreciación de Inmuebles, Maquinaria y Equipos				
			18				
Por el destino de la depreciacion	92		COSTO DE PRODUCCION			341,638.83	
Por el destino de la depreciacion		921	Costo de Produccion	341,638.83			
Por el destino de la depreciacion	94		GASTOS DE ADMINISTRACION			42,704.85	
Por el destino de la depreciacion		941	Gastos Administrativos	42,704.85			
			SUBTOTAL			13,349,160.56	12,964,816.88
			19				
Por el destino de la depreciacion	95		GASTOS DE VENTAS			42,704.85	
Por el destino de la depreciacion		951	Gastos de Ventas	42,704.85			
Por el destino de la depreciacion	79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS			427,048.54	
Por el destino de la depreciacion		791	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos				
			20				
Por el Consumo de MP, MI	61		VARIACIÓN DE EXISTENCIAS			452,918.78	
Por el Consumo de MP, MI		612	Materias primas	289,603.58			
Por el Consumo de MP, MI		613	Materiales auxiliares, suministros y repuestos	69,772.80			
Por el Consumo de MP, MI		614	Envases y embalajes	93,542.40			
Por el Consumo de MP, MI	24		MATERIAS PRIMAS			289,603.58	
Por el Consumo de MP, MI		241	Materias primas para productos manufacturados	289,603.58			
Por el Consumo de MP, MI	25		MATERIALES AUXILIARES, SUMINISTROS Y REPUESTOS			69,772.80	
Por el Consumo de MP, MI		251	Materiales auxiliares	69,772.80			
Por el Consumo de MP, MI	26		ENVASES Y EMBALAJES			93,542.40	
Por el Consumo de MP, MI		261	Envases	90,009.60			
Por el Consumo de MP, MI		262	Embalajes	3,532.80			
			20				
Por el destino de MP	92		COSTO DE PRODUCCION			452,918.78	
Por el destino de MP		921	Costo de Produccion				
Por el destino de MP			9211 MP	289,603.58			
Por el destino de MP			9212 MI	163,315.20			
Por el destino de MP	79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS			452,918.78	
Por el destino de MP		791	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos		452,918.78		

VALOR AGREGADO	2,952,885.14
Cargas de personal	222,549.63
Tributos	
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACION	2,730,335.51
Cargas diversas de gestión	
Valuación, deterioro y Provisiones del ejercicio	427,048.54
Ingresos diversos	0.00
Cargas cubiertas por provisiones	
RESULTADO DE EXPLOTACION	2,303,286.98
Ingresos Financieros	
Gastos Financieros	42,488.83
Otros Ingresos	
Otros Gastos	
RESULTADO ANTES DE PARTIC. E IMP	2,260,798.15
Participaciones	
Impuesto a la Renta	
RESULTADO DEL EJERCICIO	2,260,798.15

5.4. LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

La rentabilidad del proyecto la calcularemos en función de la liquidez y solvencia. A continuación los cálculos de cada una de las variables mencionadas.

LIQUIDEZ

$$\text{Ratio de Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{3,611,321.85}{1,453,425.49} = 2.48$$

$$\text{Ratio de Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{3,090,874.22}{1,453,425.49} = 2.13$$

SOLVENCIA

$$\text{Endeudamiento a Corto Plazo} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Patrimonio}} \times 100 = \frac{1,453,425.49}{2,624,595.13} \times 100 = 55.38$$

$$\text{Endeudamiento Total} = \frac{(\text{Pas.Corr.} + \text{Pas.no})}{\text{Patrimonio}} \times 100 = \frac{2,506,315.10}{2,624,595.13} \times 100 = 95.49$$

Corr.)	100
<u>Patrimonio</u>	<u>2,624,595.13</u>

RENTABILIDAD

$$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}} = \frac{2,260,798.15}{3,201,800.00} = 0.71$$

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}} \times 100 = \frac{2,260,798.15}{7,391,708.38} \times 100 = 30.59$$

5.5. ANALISIS DEL RIESGO

Primero, determinaremos los costos fijos y variables.

COSTOS VARIABLE

Concepto y/o Directos	ANUAL
MP Y MPD	362,004.48
MOD	149,810.30
MIF	306,937.00
TOTAL COSTO VARIABLE	818,751.78

Fuente: Elaboración Propia.

COSTOS FIJOS

Concepto y/o Directos	ANUAL
Mantenimiento de Maq.	12,000.00
Arrendamiento	72,000.00
Depreciación	341,638.83
TOTAL COSTO FIJO	425,638.83

Fuente: Elaboración Propia.

Seguidamente tenemos el resumen:

RESUMEN

COSTO	MONTO
Costo variable	818,751.78
Costo fijo	425,638.83
Total de costo	1,244,390.61

Fuente: Elaboración Propia.

Seguidamente realizaremos el análisis del punto de equilibrio de la empresa

FORMULA N° 01

Costo Variable de Producción	=	$\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Producción Anual}}$
------------------------------	---	---

Reemplazando:

$$\begin{array}{l} \text{C.V.P.} \\ \text{Anual} \end{array} = \frac{818,751.78}{192,000,000.00} = 0.004264$$

FORMULA N°02

Unidades Producidas	=	$\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Valor de Venta} - \text{C.V.P.}}$
---------------------	---	---

Reemplazo

$$\begin{array}{l} \text{Unidades} \\ \text{Producidas} \end{array} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Valor de Venta} - \text{C.V.P.}} = 784,640.58$$

A continuación la situación **favorable** y **desfavorable**

En este punto de equilibrio se igualan los Ingresos totales con los Costos totales, por ello si vendemos por encima de dicho punto se obtienen beneficios y si vendemos por debajo se obtienen pérdidas.

Datos Iniciales

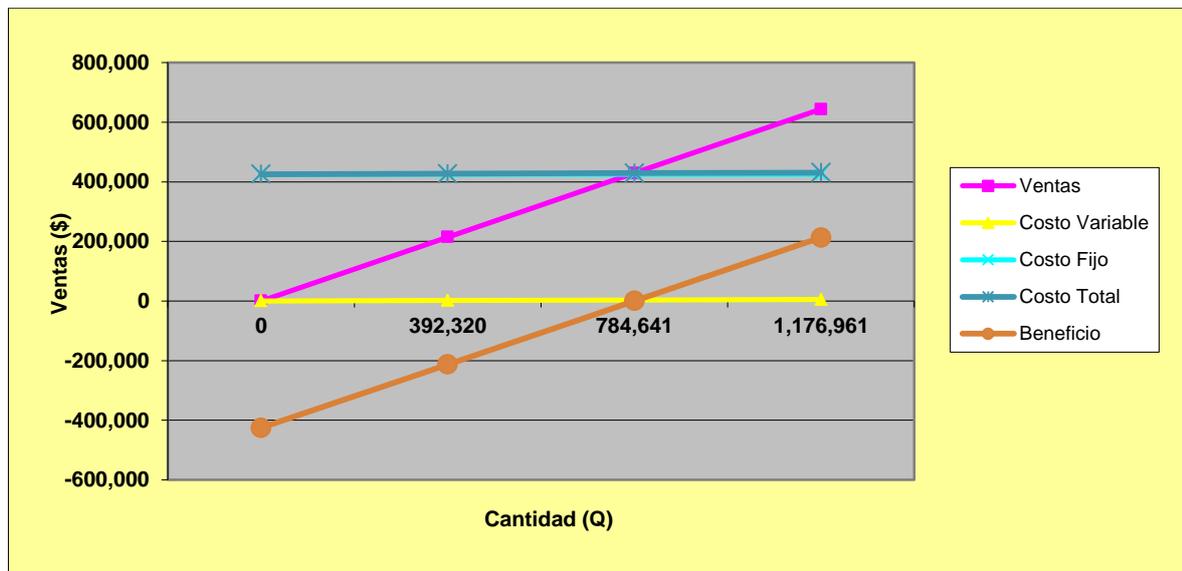
Precio Venta	0.5467	
Coste Unitario	0.0043	
Gastos Fijos Anual	425,639	
Pto. Equilibrio	784,641	Q de Equilibrio
Ventas Equilibrio	428,985	V de Equilibrio

Datos para el gráfico

Q Ventas	0	392,320	784,641	1,176,961
Ventas	0	214,492	428,985	643,477
Costo Variable	0	1,673	3,346	5,019
Costo Fijo	425,639	425,639	425,639	425,639
Costo Total	425,639	427,312	428,985	430,658
Beneficio	-425,639	-212,819	0	212,819

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 784640.577 unidades mes

Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

Al Incrementar el Precio de Venta de nuestro producto, y mantener constante los costos y gastos variables, aumenta el margen de contribución para cubrir los Costos y Gastos Fijos porque se reduce el volumen de venta.

Datos iniciales

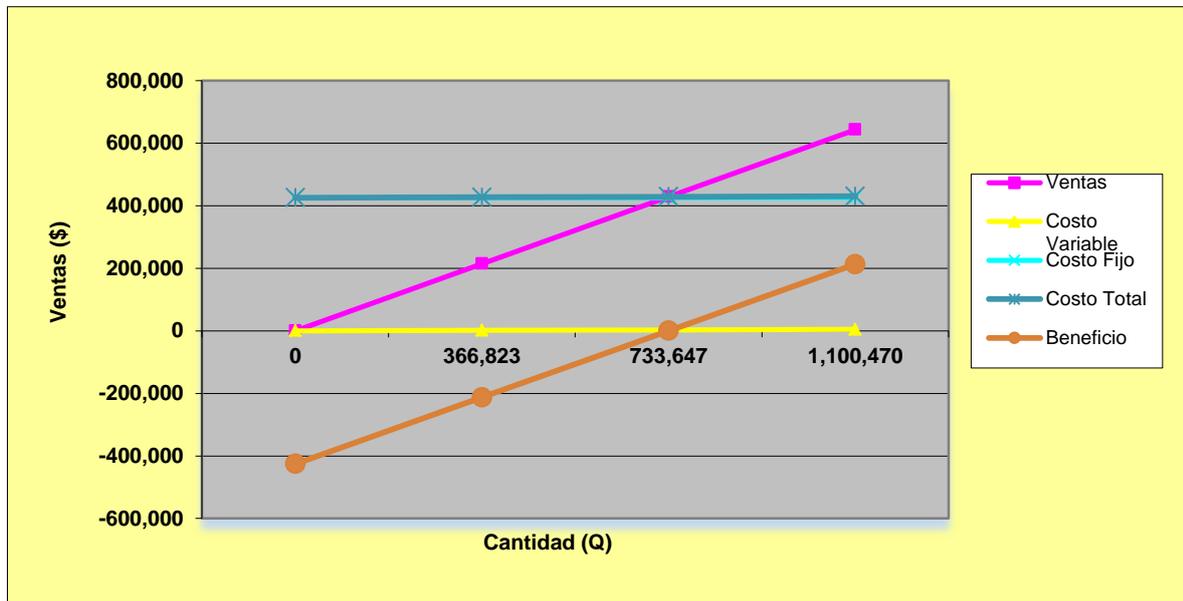
Precio Venta	0.5844	
Coste Unitario	0.0043	
Gastos Fijos Mes	425,639	
Pto. Equilibrio	733,647	Q de Equilibrio
Ventas Equilibrio	428,767	V de Equilibrio

Datos para el gráfico

Q Ventas	0	366,823	733,647	1,100,470
Ventas	0	214,384	428,767	643,151
Costo Variable	0	1,564	3,129	4,693
Costo Fijo	425,639	425,639	425,639	425,639
Costo Total	425,639	427,203	428,767	430,332
Beneficio	-425,639	-212,819	0	212,819

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 733646.525 unidades mes

Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

6.1. PLAN JURÍDICO-LEGAL

6.1.1. FORMA JURÍDICA ADECUADA

Por el presente pacto social, los otorgantes manifiestan de su libre voluntad de Constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada, bajo la denominación “GLOBYLATEX SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”, pudiendo utilizar la abreviatura GLOBYLATEX S.R.L. obligándose a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

6.1.2. OBLIGACIONES FISCALES

6.1.2.1. RÉGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA

Este Régimen Tributario es para la persona natural con negocio o empresa con cualquier forma de organización societaria y no se establecen requisitos ni condiciones para desarrollar algún tipo de actividades.

Las obligaciones tributarias para este Régimen, se resumen conforme al siguiente detalle:

OBLIGACIONES	DESCRIPCIÓN
Comprobantes de Pago que emiten	Facturas, boletas de venta y tickets de máquina registradora.
Libros y Registros Contables	<p>Se llevan de acuerdo al monto de ingresos brutos, que se regulan por cantidad de UIT:</p> <p>Hasta 150 UITs de ingresos se llevan: Registro de Compras, Registro de Ventas y Libro Diario Simplificado</p> <p>*Desde 150 UITs hasta 500 UITs: Registro de Compras, Registro de Ventas, Libros Diario y Mayor.</p> <p>*Desde 500 hasta 1,700 UITs: Registro de Compras, Registro de Ventas, Libros Diario, Mayor e Inventarios y Balances.</p> <p>*Más de 1,700 UIT: llevan Contabilidad Completa.</p> <p>Se llevan de forma física o electrónica.</p> <p>Los libros en formato impreso, se legalizan antes de su uso.</p> <p>Para los Principales Contribuyentes (PRICOS) el llevado de libros electrónico es obligatorio, para los demás contribuyentes es opcional.</p> <p>Se ha iniciado la obligación con los Registros de Compras y de Ventas y se continúa con los Libros Diario y Mayor.</p>
Planilla Electrónica	<p>El Titular o Empresa como Empleador, se inscribe en el T - Registro y también a sus trabajadores y presenta cada mes la PLAME, que es la Planilla Mensual para pagar Essalud y ONP en caso tenga trabajadores afiliados al Sistema Nacional de Pensiones.</p> <p>También se pagan con la PLAME, las retenciones por pago de rentas de 4ª y 5ª. Categoría.</p>

OBLIGACIONES	DESCRIPCIÓN
Tributos mensuales afectos	<p>Por Impuesto a la Renta: se realizan pagos a cuenta, el importe que resulte mayor entre un coeficiente y el 1.5% sobre los ingresos netos mensuales.</p> <p>Por el IGV: se paga el 18% sobre las ventas del mes, con deducción del IGV pagado en las compras.</p> <p>Para pagar estos dos tributos se usa el PDT 621 que se ubica y se presenta por Internet o mediante un USB ante la ventanilla de un banco autorizado.</p>
Declaración Anual y pago de regularización	<ul style="list-style-type: none"> La Declaración se presenta y vence en marzo de cada año, después del cierre de cada ejercicio. Se realiza con un PDT que se envía por Internet o se presenta por ventanilla de un banco con un USB. El pago de regularización, se calcula con tasa del 30% sobre las utilidades de la empresa y se realiza también por Internet o mediante boleta de pago ante un banco autorizado.

Fuente: Boletines Sunat

6.2. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PRIMER ESTABLECIMIENTO

REGISTRAR O CONSTITUIR UNA EMPRESA⁹

1. Buscar y reservar el nombre de una empresa

La reserva de nombre es un paso previo a la constitución de una empresa. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp¹⁰.

Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el Registrador Público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social solicitados antes.

Requisitos

- DNI o Pasaporte. Si el representante legal es extranjero, debe presentar su Carné de Extranjería vigente.
- [Formulario de solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica.](#)¹¹

Decide qué tipo de empresa vas a constituir.

Es importante tener claro cuáles son las diferencias entre cada tipo de empresa, tales como: su organización, sus administradores y la forma como se conforma su capital.

Para ayudarte a decidir, puedes revisar el cuadro comparativo de tipos de razón social¹². Luego, busca de manera referencial y gratuita si el nombre que quieres para tu

⁹ <https://www.gob.pe/271-registrar-o-constituir-una-empresa-buscar-y-reservar-el-nombre-de-una-empresa>

¹⁰ SUNARP, Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

¹¹

<https://www.sunarp.gob.pe/formularios2/Formato%20Solicitud%20Reserva%20Nombre%20Persona%20Juridica.pdf>

¹² <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

empresa está disponible¹³. Finalmente, realiza el trámite de preferencia registral online.

Con el formato de presentación que obtendrás tras realizar la reserva online, acércate a la Oficina Registral correspondiente al domicilio de la Persona Jurídica para presentarlo y efectuar el pago correspondiente. El costo del derecho de trámite es de S/ 20.00.

Gráfico 1. Reserva de Preferencia Registral

SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS
ZONA REGISTRAL N° IX SEDE LIMA
RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL
REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

Nro de TITULO : 2011-00202078
Fecha de Presentación : 08/03/2011

Se concede la Reserva de Preferencia Registral de la denominación **ORGANIZACION ADERA** por el plazo de treinta días útiles que vence el 19/04/2011.-Derechos S/. 18,00 Recibo N° 00006827 - Lima, 08 de Marzo de 2011

Fuente: SUNARP.

6.3. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD

La S.R.L es una Sociedad que se forma por 2 o más personas. Los Socios de la S.R.L. pueden ser personas físicas o Jurídicas. La S.R.L. es siempre comercial. La S.R.L. podrá desarrollar operaciones civiles y comerciales, salvo aquellas reservadas por ley a las sociedades anónimas, por ejemplo bancos y compañías de seguros. Su administración corresponde al o los Gerentes, quien representa a la S.R.L. judicial y extrajudicialmente, con todas las facultades de administración y disposición.

En aspectos medioambientales, se revisó el CAPITULO III (DE LA PROTECCION DEL AMBIENTE) de la Legislación Ambiental, y no se encontró restricción alguna que impida el funcionamiento de la fábrica de globos.

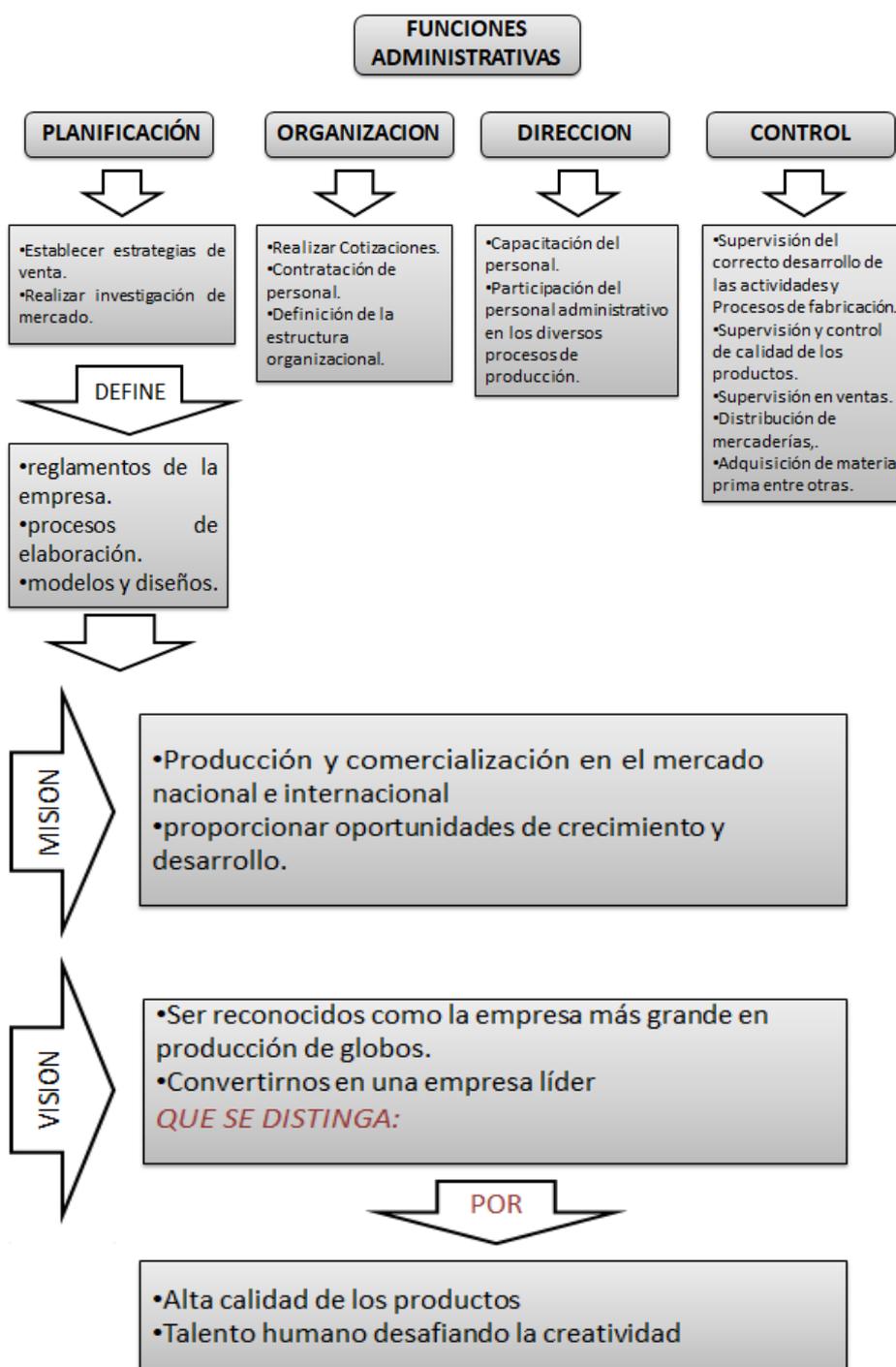
6.4. OBSTACULOS LEGALES PARA LA ACTIVIDAD

Una sociedad de responsabilidad limitada (SRL) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios. Las participaciones sociales no son equivalentes a las acciones de las sociedades anónimas, dado que existen obstáculos legales a su transmisión

¹³ <https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>

7.1. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

7.1.1. MAPA ESTRATEGICO



Fuente: Elaboración Propia

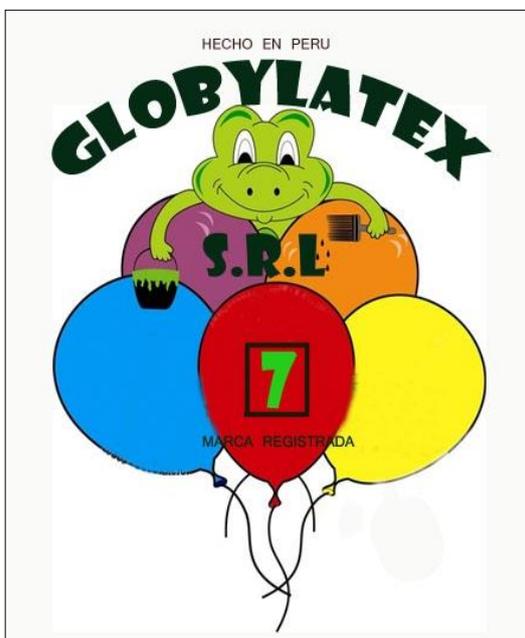
7.1.2. DEFINIR ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

- Aumentar las ventas en 30% durante el periodo 2018, esto con una mejor cercanía con los distribuidores.
- Lograr un 40% más de rentabilidad en comparación con el año 2017, enlazado con nuestra estrategia de Promoción y Ventas, conjuntamente lograremos el porcentaje de rentabilidad establecido.
- Implementar una web site que permita generar tráfico de ventas (e-commerce) a través de este medio en el primer semestre, contratando un desarrollador web para que modifique y mantenga actualizada la página web.
- Fidelizar nuestra cartera de clientes, desarrollo de una base de datos de clientes para mantener relaciones futuras y duraderas en donde a través de ella se informara acerca de la empresa y sus promociones, con posibilidad de compra de un ERP.
- Realizar una investigación de mercados en el primer semestre del 2019, Identificaremos los beneficios y atributos de los productos con la finalidad de tener un check list que será utilizada en el cuestionario de la investigación, de aquí es donde se tomaran nuevas decisiones para el beneficio de los clientes y por ende la empresa.
- Iniciar la obtención de una certificación de calidad, formando un equipo de trabajo que se encargue de los requisitos para la obtención del certificado y de esta manera brindaremos seguridad a los usuarios del producto.

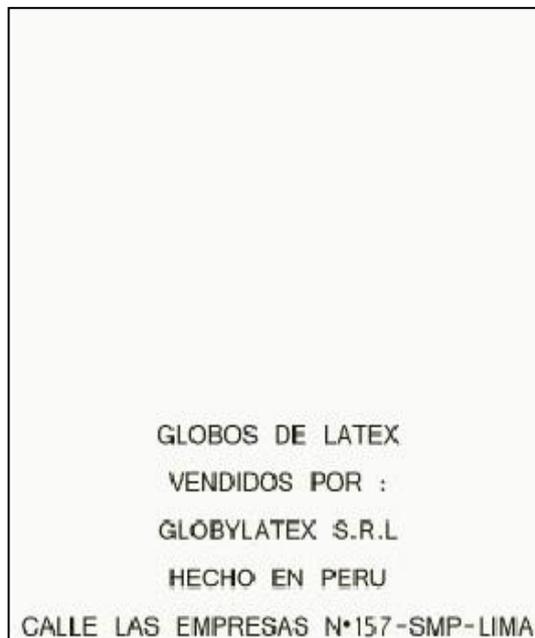
7.1.3. DEFINIR ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

- Mantener y renegociar la alianza estratégica con las principales empresas de eventos (infantiles, sociales, empresariales, etc.) antes de fin de año, ofreciendo un precio atractivo el cual nos diferencie de los competidores y de esta manera éstas empresas sientan confianza en nosotros.
- Evaluar la viabilidad para la incursión de los productos en nuevos mercados en el segundo semestre del 2019, mediante un estudio de mercado los cuales se desarrollaran fuera de la capital peruana.
- Informar al público objetivo sobre los bajos costos de nuestros productos (globos), usando el publicity: se identificara a personajes públicos representativos dentro de nuestro segmento los cuales hablaran los beneficios de nuestros productos cuando estos estén en un programa televisivo, el beneficio para el personaje es un canje, pago o remuneración y para la empresa tener presencia de la marca en los medios masivos.
- Dar a conocer las promociones que realizamos, desarrollaremos afiches y volantes los cuales serán usados y repartidos estratégicamente. Desde luego los principales medios serán las redes sociales.

- Evaluar reducir los costos en un 5% en el primer bimestre para ofrecer precios competitivos en beneficio de nuestros clientes, analizando los procesos e identificando los cuellos de botellas. Realizando compras al por mayor y negociando descuentos con los proveedores, o manejar exclusividad en el abastecimiento de nuestros insumos por parte de los proveedores seleccionados.



Fuente: Elaboración Propia



8.1. PREVISION DEL ESCENARIO MÁS DESFAVORABLE y ACCIONES A TOMAR

El escenario desfavorable: Aumento del Costo Fijo (Mantenimiento de Maquinas S/ 6,000) y manteniendo el precio de venta.

Consecuencia: Disminuye el margen de contribución.

Acción a Tomar: Aumentar el volumen de ventas o incluso el costo de venta también.

Datos iniciales

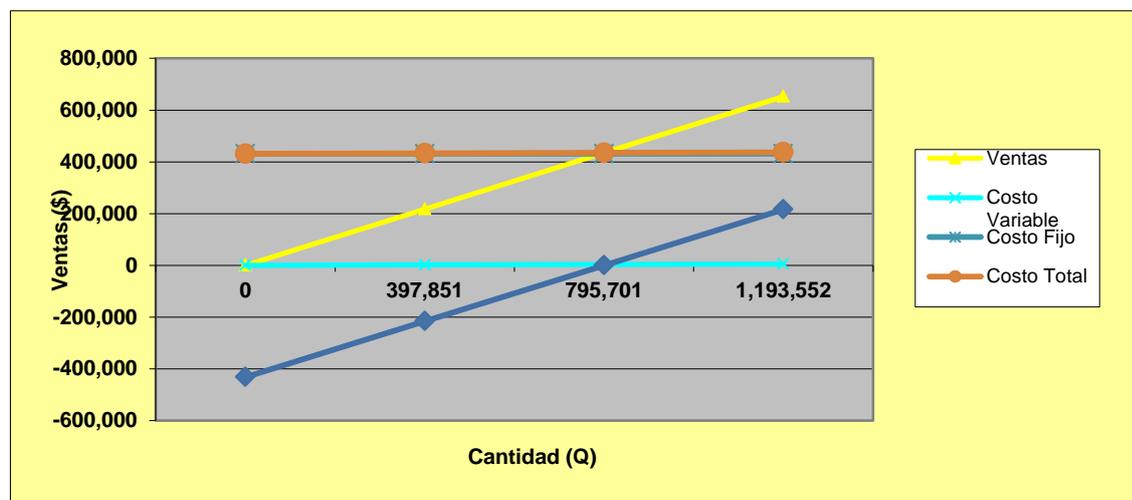
Precio Venta	0.5467	
Coste Unitario	0.0043	
Gastos Fijos Anual	431,639	
Pto. Equilibrio	795,701	Q de Equilibrio
Ventas Equilibrio	435,032	V de Equilibrio

Datos para el gráfico

Q Ventas	0	397,851	795,701	1,193,552
Ventas	0	217,516	435,032	652,548
Costo Variable	0	1,697	3,393	5,090
Costo Fijo	431,639	431,639	431,639	431,639
Costo Total	431,639	433,335	435,032	436,729
Beneficio	-431,639	-215,819	0	215,819

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 795701.230 unidades mes

Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración Propia.

- La Estructura de Costos en la Producción de globos de Látex natural se presenta por procesos, que determinan los costos de Materia Prima, Mano de Obra Directa, Materiales Indirectos de Fabricación, en base a un volumen de Producción.
- Nuestro margen de Contribución tiene un 45% con el que se obtiene un excedente considerable con volumen de las ventas, los cuales son utilizados para cubrir los Costos y Gastos que generan una rentable Utilidad.
- La herramienta financiera conocida como punto de Equilibrio nos permite analizar 3 Variables, los cuales son: Costo, Precio y volumen; por ello nosotros hemos logrado saber con exactitud las unidades que se debe producir.
- Al finalizar todo el Proceso de Costeo, podemos decir que Nuestros Ratios Financieros (liquidez, Solvencia y Rentabilidad), nos muestran Estabilidad en la Situación Financiera y Cumplimiento en nuestras Obligaciones a Corto Plazo.
- Para la reducción de costos y reciclado de elementos, tenemos el estudio de modelos de gestión ambiental, como el desarrollo e implantación de una cultura medioambiental que genere conciencia entre los directivos y empleados.
- Debido a la globalización, la tecnología va actualizándose, por ello muchas empresas industriales como la nuestra optan por la adquisición de maquinarias que no afecten el ambiente a su vez minimizan tiempo y costos.