



Parte II

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumno: Mario Larenas Rodríguez
Profesor Guía: Arturo Toutin Donoso**

Santiago, junio 2020

Tabla de Contenidos

I.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	10
II.	ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES.....	11
III.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR.....	12
IV.	PLAN DE MARKETING.....	13
V.	PLAN DE OPERACIONES.....	14
5.1.	Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.....	14
5.2.	Flujo de operaciones.....	15
5.3.	Plan de desarrollo e implementación.....	15
5.4.	Dotación.....	15
VI.	EQUIPO DEL PROYECTO.....	16
6.1.	Equipo gestor.....	16
6.2.	Estructura organizacional.....	17
6.3.	Incentivos.....	17
VII.	PLAN FINANCIERO.....	18
7.1.	Supuestos del Plan.....	18
7.2.	Estimación de Ingresos Mensuales Primer Año.....	18
7.3.	Estimación Ingresos Anuales Horizontes 5 Años.....	19
7.4.	Estado de Resultados.....	19
7.5.	Balance General.....	20
7.6.	Capital de Trabajo Inicial.....	21
7.7.	Flujo de Caja.....	21
7.7.1.	Evaluación Proyecto Puro, Cierre de Empresa a 5 años.....	21
7.7.2.	Evaluación Proyecto Puro, Flujo Infinito.....	22
7.8.	Evaluación Financiera del Proyecto.....	22
7.9.	Valor Residual Flujo de Caja Perpetuo.....	23
7.10.	Cálculo de VAN, TIR, Payback, ROI.....	24
VIII.	RIESGOS CRÍTICOS.....	26
IX.	PROPUESTA INVERSIONISTA.....	27
X.	CONCLUSIONES.....	28
XI.	Anexos.....	30
12.1.	Investigación de Mercado Encuesta 1.....	30
12.2.	Resultados de estudio de Mercado Encuesta 1 (n=100).....	32
12.3.	Tamaño de mercado según disposición a comprar.....	34
12.4.	Análisis PESTEL.....	36

12.5.	Competidores.....	43
12.6.	Análisis VRIO.....	48
12.7.	Responsabilidad Social Empresarial, RSE.....	49
12.8.	“ZeroWaste” App.....	51
12.9.	Distribución de Planta “ZeroWaste”.....	52
12.10.	Lista de Productos.....	54
12.11.	Campaña de Marketing.....	55
12.12.	Flujo de operaciones.....	56
12.13.	Actividades clave de inicio de actividades.....	61
12.14.	Equipo Gestor.....	62
12.15.	Descripción de roles.....	63
12.16.	Análisis Financiero.....	64
12.16.1.	Supuestos Financieros.....	64
12.16.2.	Demanda-Precio Grupo de Productos primer año.....	65
12.16.4.	Demanda-Precio Grupo de Productos por año.....	74
12.16.4.	Ratios Tasa de Descuento.....	78
12.17.	Riesgos Críticos.....	80
12.18.	Proveedores.....	81

Listado de Tablas

Tabla III—1 Canvas

Tabla III—2 FODA

Tabla IV—2 Variación Ventas año-año.

Tabla IV—3 Costos Plan de Marketing primer año

Tabla IV—4 Costos Plan de Marketing a 5 años

Tabla V—1 Dotación de Personal

Tabla VI—1 Incentivos

Tabla XI—1 Cantidad de Personas Censo 2017

Tabla XI—2 Cantidad de personas con disposición a comprar. de Mercado con disposición a comprar

Tabla XI—3 Entorno Político

Tabla XI—4 Entorno Económico

Tabla XI—5 Entorno Social

Tabla XI—6 Entorno Tecnológico

Tabla XI—7 Entorno Ecológico y Ambiental

Tabla XI—8 Entorno Legal

Tabla XI—15 RSE

Tabla XI—18 Gantt Campañas de Marketing

Tabla XI—19 Gantt de Implementación

Tabla XI—20 Socios y responsables

Tabla XI—21 Descripción de Roles

Tabla XI—22 Variación de Ventas durante el primer año

Tabla XI—23 Variación de Ventas año a año.

Tabla XI—50 Premio por riesgo de Mercado

Tabla XI—51 Beta de la industria para ventas de alimentos al por menor (Retail-Grocery and Good)

Listado de Figuras

Fig. IV-1 Segmentación de mercado

Fig. IV-2 Mapa de posicionamiento de “ZeroWaste” de acuerdo con la estrategia competitiva

Fig. IV-3 Mapa de posicionamiento de “ZeroWaste” de acuerdo con la estrategia competitiva

Fig. IV-4 Logo “ZeroWaste”

Fig. V-1___ Flujo de Operaciones Selección y Gestión de Personas

Fig. XI-6__ Flujo de Operaciones Cliente en Tienda y Gestión de Calidad

Fig. XI-7__ Flujo de Operaciones Cliente en Venta Online y Gestión de Calidad

Fig. XI-8__ Flujo de Operaciones vía App y Gestión de Calidad

Fig. XI-9__ Flujo de Operaciones Gestión de Proveedores y Gestión de Calidad

Fig. XI-11_ Flujo de Operaciones Gestión de Alianzas y Gestión de Calidad

Fig. XI-12_ Flujo de Operaciones Gestión de Personas y Gestión de Calidad

Fig. XI-13_ Flujo de Operaciones Innovación de Productos y Gestión de Calidad.

Listado de Anexos

- 12.1. ___ Investigación de Mercado Encuesta 1.
- 12.2. ___ Resultados de estudio de Mercado Encuesta 1 (n=100)
- 12.3. ___ Tamaño de mercado según disposición a comprar.
- 12.4. ___ Análisis PESTEL
- 12.5. ___ Competidores
- 12.6. ___ Análisis VRIO
- 12.7. ___ Responsabilidad Social Empresarial, RSE
- 12.8. ___ “ZeroWaste” App
- 12.9. ___ Distribución de Planta “ZeroWaste”.
- 12.10. ___ Lista de Productos
- 12.11. ___ Campaña de Marketing
- 12.12. ___ Flujo de operaciones
- 12.13. ___ Actividades clave de inicio de actividades
- 12.14. ___ Equipo Gestor
- 12.15. ___ Descripción de roles
- 12.16. ___ Análisis Financiero
 - 12.16.1. ___ Supuestos Financieros
 - 12.16.2. ___ Demanda-Precio Grupo de Productos primer año
 - 12.16.4. ___ Demanda-Precio Grupo de Productos por año.
 - 12.16.4. ___ Ratios Tasa de Descuento
- 12.17. ___ Riesgos Críticos
- 12.18. ___ Proveedores

Resumen Ejecutivo

Hoy el comportamiento de compras de los clientes está cambiando, cambios que se verán reflejados en la totalidad de la industria de alimentos, en donde cada persona busca ser activamente un propulsor de las acciones socialmente responsables, bajo esta premisa, nace esta idea como plan de negocios, la cual pretende ofertar alimentos a granel, sin envases, o fomentando la reutilización de elementos de contención de productos y para el caso de existir envases, que estos sean de características muy biodegradables, de esta forma, para reducir de esta forma la gran cantidad de basura plástica generada por las compras de alimentos de la vida moderna, lo que implica subirse al carro de las tendencias tanto locales como internacionales del cuidado del medio ambiente. Para esto se busca también que la cadena de valor de la producción de los alimentos sea sustentable, obtener también así alimentos naturales y orgánicos, que de paso abordan a un segundo tipo de clientes, los cuales fomentan el cuidado de la salud con productos de buena calidad.

La tienda será denominada ZeroWaste, la cual estará emplazada en el sector de plaza Ñuñoa, para ofertar en dicho punto de venta, 11 familias de productos, las que completarán una cantidad total de 280 productos al final de primer año de operación.

Con el estudio completo de este proyecto, se determinó la factibilidad de poder ser implementado, basado en las conclusiones financieras capturadas de los cálculos que ofrece el levantamiento de datos en el análisis de la industria y estudio mercado en el punto de ventas propuesto.

La inversión proyectada, contempla principalmente el arriendo del espacio físico, su readecuación y los insumos necesarios para iniciar la puesta en operación, monto que asciende a clp\$ 49.270.887.-

El VAN obtenido es de \$125.860.016, a una Tasa de descuento 12,75%, una TIR 55,71%, y una recuperación de la inversión en 2,12años.

I. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Hoy el comportamiento de compras de los clientes está sometido a importantes y constantes cambios lo que hace a la parte oferente, estar bajo una constante investigación de mercado para capturar los requerimientos de la demanda y alinear así su oferta para capturar la rentabilidad del valor adquirido por los clientes.

Una de las tendencias de comportamiento de compra más relevantes según Euromonitor¹ presentado en marzo 2019, es la de realizar compras de manera sustentable, sin impactar el medio ambiente como lo es, el hecho de seleccionar productos que no vengan envasados en materiales que no sean altamente reciclables o biodegradables.

Se revisan distintos tipos de emprendimiento en el mundo que también orientan sus ideas de negocio hacia clientes con comportamientos de compra sustentables, como lo son los LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)², quienes han optado por modelos de compra sustentables los cuales mueven un mercado de 500 billones de dólares anuales.

Otra investigación señala que existe un tipo de consumidores denominados los CSR³ (Consumidores socialmente responsables) que buscan reducir los impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente, clientes que aparecen demandando productos que reducen el impacto ambiental en Europa y EEUU.

Con la información mencionada nace la propuesta de instalar un punto de ventas en el sector de plaza Ñuñoa para oferta productos sin envases los cuales son obtenidos sustentablemente antes de llegar a la tienda, productos como alimentos, de uso cotidiano, productos de aseo personal, limpieza y cuidado del hogar fabricados con elementos orgánicos sin envases plásticos.

El tamaño de mercado de acuerdo a la investigación realizada en el sector de emplazamiento de la tienda asciende a CLP\$525.180.344. Ver resultados de investigación de mercados en Anexos 12.1., 12.2. y 12.3.. El detalle de este capítulo es analizado en la parte I del informe.

1 <https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2019/report>

2 ©NMI, 2019 LOHAS Consumer Tracker Study

3 Tendencias de Mercado / Consumo Socialmente Responsable (CSR) en EE.UU.

II. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES

La industria en la que se encuentra “ZeroWaste”, corresponde a las ventas al por menor de alimentos en comercios especializados (almacenes pequeños y minimarket) de consumo diario, tales como: alimentos, aseo para el hogar y personal de venta a granel.

En Chile las tendencias han sido también abordadas gubernamentalmente, las que abordan puntos explícitos sobre la gestión del impacto ambiental, como la restricción, uso y distribución de agentes contaminantes como el plástico, las cuales comenzaron a regir a partir del 3 de agosto del 2018.

Los riesgos asociados al ambiente competitivo, a los problemas sociales o la Pandemia COVID-19, hacen que se tome especial atención al vínculo emocional, a reunir esfuerzos por un propósito común de las comunidades en un mejor desarrollo del país, en beneficio del medio ambiente y desarrollo social en donde el traspaso de información al cliente es esencial. En cuanto al entorno tecnológico y asociado también a pandemia genera una vital relevancia el comercio online y b2c, por lo tanto, las estrategias y canales digitales activos de venta se apoyan con el desarrollo tecnológico que el país lidera en la región.

En cuanto a la interacción de las distintas fuerzas de la industria, se refleja que existe competencia entregando los productos en la modalidad propuesta, provocando una alta rivalidad entre los competidores. Asociado a los proveedores existe una amplia oferta de pequeños emprendedores entregando los productos orgánicos, naturales y sustentables, los cuales disminuye el poder de negociación de los proveedores en esta industria. Se estima un incremento considerable en la competencia a largo plazo, por ende se establecerá como una ventaja competitiva basada en la diferenciación, para obtener la fidelización de los consumidores con la marca, a través de la innovación y experiencia de compra, entregando productos únicos producidos por la tienda.

Se refleja una buena oportunidad de realizar este plan de negocios, el cual entrega proyecta una propuesta de valor que genera triple impacto, abordando el ámbito social, ambiental y económico. En base al estudio de mercado y a la investigación de tendencias nacionales como internacionales se competirá mediante la estrategia de diferenciación, junto a la propuesta de valor definida en el modelo de negocio según a

los segmentos detectados que tienen interés en tener a su disposición una tienda que le permita comprar a granel, cuidando el medio ambiente y su salud personal. El detalle de este capítulo, se analiza en la parte I de este plan de Negocios.

III. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR

Este plan de Negocio propone la implementación de una tienda para ofertar productos a granel, sin la utilización de envases, y productos naturales y orgánicos, los cuales en su totalidad sean producidos sustentablemente. Se obtendrá la certificación ISO14000 sobre gestión Ambiental para demostrar con evidencias explícitas el compromiso de responsabilidad social que tendrá la empresa, tanto con la sociedad, el medio ambiente y la salud de los clientes. A partir del sexto mes de operación se incorpora la venta en línea con reparto a domicilio siempre utilizando medios de transporte que afecten en lo mínimo posible al medio ambiente.

En base al estudio de mercado realizado según , se capturan dos tipos de segmentación, primero los clientes categorizados como socialmente responsables y segundo aquellos clientes que buscan el cuidado de su salud demandando productos naturales y orgánicos, entregando una propuesta de valor inicial basado en la venta de productos a granel, entregando una experiencia de compra distintiva, orientada al cuidado del medio ambiente y una segunda propuesta de valor basada en la calidad de los productos, certificando la sustentabilidad de su producción y apoyo a la cadena de producción con tecnología y capacitación. En cuanto a las actividades claves, se contempla la búsqueda constante de proveedores que trabajen bajo los pilares culturales de la empresa, asociado a la producción sustentables de sus productos. Difundir con información a los clientes, para lograr que estos se transformen en agentes de cambio dentro de su entorno, personal, familiar y laboral, evaluación continua de la satisfacción, análisis de preferencias y calidad, seguimiento constante a los posibles cambios de preferencias en los clientes.

La ventaja competitiva de “ZeroWaste” tiene como base su aspecto diferenciador con respecto a la competencia demostrado en su operación, capital humano, cultura de trabajo enfocado en la mejora continua, en la diversidad de productos ofertados y el

fuerte compromiso con la responsabilidad social empresarial. En base al desarrollo de las acciones de la empresa, esta demuestra el compromiso de contribución y apoyo a los problemas medioambientales, sociales y económicos (de triple impacto), lo que promueve la convicción de proteger la misión de la empresa cumpliendo con los valores a largo plazo. El detalle de este capítulo se analiza en la parte I de este plan de Negocios.

IV. PLAN DE MARKETING

Asociado al plan de Marketing para la implementación de esta propuesta de negocio, se trazan objetivos específicos para alinear la estrategia. Estos son extraídos de la información de la industria y de la investigación de mercado realizada en el punto geográfico en donde se pretende iniciar el punto de venta. Según lo indicado anteriormente, este plan de negocios pretende alcanzar durante el primer año ingresos sobre CLP\$ 300.000.000 con crecimiento que permita alcanzar los CLP\$ 500.000.000 al tercer año, y al menos mantener plana esta curva de ingresos hacia el quinto año. Obtener el liderazgo en el ámbito de las tiendas del tamaño de ZeroWaste y una tasa de crecimiento en los ingresos de al menos el 5% al quinto año, superar los 1000 seguidores en Facebook e Instagram al final del primer año de operación, con un incremento año a año del 30% en los seguidores. Realizar campañas con Influencers del entorno, educar contantemente al cliente sobre conceptos de impacto ambiental y como la opción de comprar en este formato de negocio aporta a la disminución de dichas afecciones, utilizar tarjetas de descuento premiando con descuentos a clientes en camino a la fidelización.

En cuanto a la segmentación capturada en el estudio mercado realizado, se obtienen dos mas importantes de clientes a los cuales se pretende alcanzar con las propuestas de valor proyectadas, en primer lugar y la más representativa en el estudio, es la de clientes preocupados por el medio ambiente, clasificados como aquellos socialmente responsables, y la segunda segmentación a capturar es la de clientes preocupados por su salud y por la calidad de los productos que consumen. Para estas dos segmentaciones se proporcionarán estrategias acordes a sus expectativas, con una

experiencia de compra distintiva con respecto a la competencia, focalizados en la educación a los clientes según las propuestas de valor definidas. Se incentivará fuertemente el grado de involucramiento a través de redes sociales en el entorno de los posibles clientes que, con el fin de que conseguir el acercamiento a la propuesta de ZeroWaste, este involucramiento puede ser captado por ejemplo por los hijos de un posible comprador y ser incentivado por este a realizar compras en este formato, el cual los compromete con el cuidado del medio ambiente y una mejora en la salud basado en la calidad de los productos consumidos.

El detalle de este capítulo se analiza en la parte I de este plan de Negocios.

V. PLAN DE OPERACIONES

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

Logística de entrada:

Dentro de los aspectos estratégicos y actividades principales para la empresa, aplicado al ámbito de operaciones, se refiere a la cadena de suministro de productos a granel, realizada directamente por los proveedores a la tienda.

La zona geográfica que abarca la zona de distribución está determinada por la demanda de los servicios de acuerdo a las comunas de Ñuñoa, Providencia, Las Condes y Santiago Centro, las cuales son las elegidas para la implementación durante los años de operación del proyecto.

Los productos serán recibidos directamente en la tienda y que tendrá una bodega 30m² con la finalidad de ir renovando continuamente los productos y mantenerlos con alta calidad y rotación. Esta bodega estará acondicionada con los parámetros legales y que albergará los productos de ésta. En relación con el inventario, se mantendrá un control de inventario electrónico.

Logística de salida:

Esta se refiere a la salida a través de la tienda o del sitio web o redes sociales. Se realizará directo desde la tienda, y en el caso de las compras realizadas por internet, el envío está coordinado por las aplicaciones que el usuario utilice o la persona contratada para realizar los despachos, que de acuerdo con el plan inicial, se encontrará dentro de las comunas ya mencionadas.

El horario de atención será de lunes a sábado de 10:00 a 20:00h y domingo de 10:00h a 16:00h.

Gestión de Clientes: Se utilizará una plataforma *Customer Relationship Management* (CRM, por sus siglas en inglés), que permitirá mantener una mirada del comportamiento de los consumidores y con ello la facilidad de aplicar los reconocimientos de acuerdo a la estrategia de Marketing y fidelización a través de promociones exclusivas.

Innovación de productos a granel: Mantener un stock de productos exclusivos de marca propia.

5.2. Flujo de operaciones

Dentro de los aspectos claves en la gestión interna dentro de “ZeroWaste” es la realización de actividades que agregan valor, por lo tanto, dentro de las actividades críticas se encuentran la gestión de clientes y evaluación de satisfacción, calificación de personal, análisis de calidad, búsqueda de alianzas y convenios. (Ver Anexo 12.12. Flujo de Operaciones).

5.3. Plan de desarrollo e implementación

Para poder iniciar actividades, se desarrolla en Carta Gantt que permite revisar todas las operaciones de la empresa. En conclusión, se estima que dentro unos meses se podrá dar apertura a la tienda junto con la creación en paralelo de las alianzas y convenios que correspondan, realizando los pagos iniciales de inversión al primer día de operación. (Ver anexo 12.13.).

5.4. Dotación

A continuación, se define el staff y el tipo de contrato definido para la operación.

Rol	Tipo de contrato
Cajero	Contrato fijo
Vendedores	Contrato fijo
Bodeguero	Boleta Honorarios
Responsable de Calidad	Contrato fijo
Administrador	Contrato fijo
Personal de Reparto	Contrato fijo
Personal de Atención online	Contrato fijo
Personal de Mantenimiento y aseo	Contrato fijo

Tabla V—1 Dotación de Personal⁴

A continuación, se representa el proceso de selección de personal

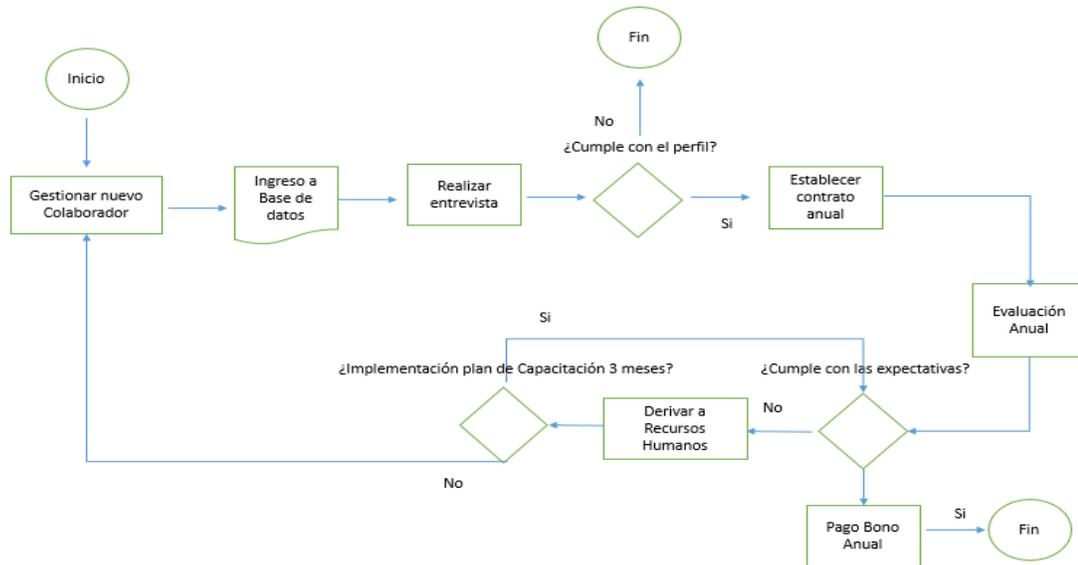


Fig. V-1 Flujo de Operaciones Selección y Gestión de Personas⁵

VI.EQUIPO DEL PROYECTO

Este capítulo hace referencia tanto al equipo gestor como al equipo de colaboradores del proyecto y cómo éste se articulará para llevar a cabo la iniciativa emprendedora.

⁴ Fuente: Elaboración propia.

⁵ Fuente: Elaboración propia.

6.1. Equipo gestor

El equipo inicial de “ZeroWaste” se encuentra conformado por Silvana Cataldo y Mario Larenas, los cuales se encuentran a cargo del proyecto, socios y se encuentran actualmente liderando la conformación de la empresa. A partir del primer año se contratará al personal directamente para que luego los administradores junto al responsable de calidad lleven a cabo las operaciones. (Ver Anexo 12.14. Equipo Gestor)

6.2. Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa es de tipo piramidal. Ver Anexo 12.15. para la descripción de roles.

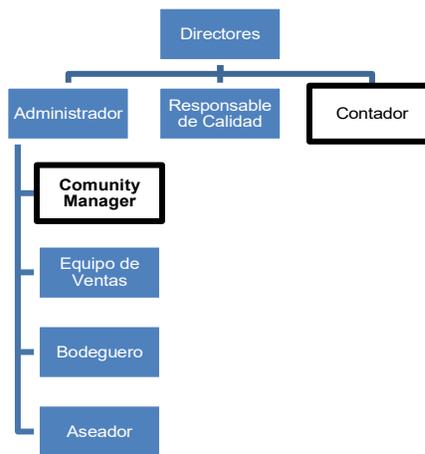


Fig. VI-2 Organigrama⁶

6.3. Incentivos

En referencia a los incentivos y compensaciones, se ofrecerá a los colaboradores de “ZeroWaste” lo siguientes incentivos por venta.

⁶ Fuente: Elaboración propia.

Rol	Tipo de contrato	Remuneración bruta mensual \$	Comisión Ventas
Cajero	Contrato fijo	\$ 350.696	0,0%
Vendedores	Contrato fijo	\$ 333.161	1,5%
Bodeguero	Contrato fijo	\$ 350.696	0,0%
Responsable de Calidad	Contrato fijo	\$ 508.509	1,0%
Administrador	Contrato fijo	\$ 682.980	1,0%
Personal de Reparto	Contrato fijo	\$ 245.487	1,0%
Personal de Atención online	Contrato fijo	\$ 350.696	2,0%
Personal de Mantenimiento y aseo	Contrato fijo	\$ 308.512	0,0%

Tabla VI—2 Incentivos⁷

⁷ Fuente: Elaboración propia.

VII. PLAN FINANCIERO

7.1. Supuestos del Plan

Para la evaluación financiera del proyecto se contemplan los siguientes supuestos para el análisis de viabilidad del proyecto:

- Se contempla la apertura de la tienda con 150 productos, incrementando la oferta gradualmente hasta alcanzar los 280 productos al final del primer año de operación.
- Se considera un sobre precio de un 7% a los valores de mercado para la venta de productos en todos sus formatos.
- Se considera IPC Proyectado del 3.0%
- Variación anual en el precio de productos, 3.0%
- Variación anual en los costos, 3.0%.
- Variación anual de las remuneraciones, 2.0%
- Para las formas de pago se consideran 20% efectivo, 50% tarjeta de débito y 30% tarjeta de crédito.
- La depreciación fue considerada para cada producto y especialidad según tabla SII.
- Los intangibles se amortizaron a 5 años.
- La Ventas promedio varían el primer año según Tabla XI —37.
- La Ventas promedio varían año a año según Tabla XI —38

7.2. Estimación de Ingresos Mensuales Primer Año

El cálculo de los ingresos del primer año se detalla en la siguiente Tabla. El dato de la demanda por cada uno de los productos ofrecidos se detalla en 12.16.2.

Ventas en Tienda	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad de Ventas Semanal				265	483	250	250	380	420	380	380	420
Cantidad de Ventas Mensual				1060	1933	1.000	1.000	1.520	1.680	1.520	1.520	1.680
Monto promedio por venta \$				\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 18.000	\$ 22.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 22.000
Ingresos mensuales \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.966.402	\$ 30.932.242	\$ 26.573.344	\$ 25.525.077	\$ 36.042.854	\$ 47.426.653	\$ 49.270.840	\$ 49.270.840	\$ 65.416.434
Ventas on line	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad de Ventas Semanal	-	-	-	-	-	15	40	21	26	26	26	26
Cantidad de Ventas Mensual	-	-	-	-	-	60	160	84	104	104	104	104
Monto promedio por venta \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Ingresos mensuales \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600.000	\$ 1.920.000	\$ 1.008.000	\$ 1.248.000	\$ 1.248.000	\$ 1.248.000	\$ 1.248.000
Ventas on Stand	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad de Ventas Semanal	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-	32
Cantidad de Ventas Mensual	-	-	-	-	-	-	-	-	112	-	-	128
Monto promedio por venta \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.000	\$ -	\$ -	\$ 12.000
Ingresos mensuales \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.344.000	\$ -	\$ -	\$ 1.536.000
INGRESOS TOTALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Totales \$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.966.402	\$ 30.932.242	\$ 27.173.344	\$ 27.445.077	\$ 37.050.854	\$ 50.018.653	\$ 50.518.840	\$ 50.518.840	\$ 68.200.434

Tabla VII—3 Ingresos Primer Año⁸

8 Fuente: Elaboración propia.

7.3. Estimación Ingresos Anuales Horizontes 5 Años

Según los supuestos que se consideraron, se estiman los siguientes ingresos por venta para los años de evaluación del proyecto.

Ventas en Tienda	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Ventas Semanal	359	350	472	496	521
Cantidad de Ventas Anual	12.914	16.788	22.663	23.797	24.986
Monto promedio por venta \$	16.889	\$ 27.606	\$ 23.430	\$ 24.168	\$ 24.136
Ingresos anuales \$	347.424.687	\$ 463.450.680	\$ 531.005.205	\$ 575.114.265	\$ 603.061.520

Ventas on line	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Ventas Semanal	26	20	28	30	31
Cantidad de Ventas Anual	720	936	1.357	1.425	1.496
Monto promedio por venta \$	11.714	\$ 12.066	\$ 12.428	\$ 12.801	\$ 13.185
Ingresos anuales \$	8.520.000	\$ 11.293.509	\$ 16.866.855	\$ 18.241.504	\$ 19.728.186

Ventas on Stand	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Ventas Semanal	7		9	10	10
Cantidad de Ventas Anual	240	312	452	475	499
Monto promedio por venta \$	12.000	\$ 12.360	\$ 12.731	\$ 13.113	\$ 13.506
Ingresos anuales \$	2.880.000	\$ 3.856.320	\$ 5.759.414	\$ 6.228.806	\$ 6.736.454

INGRESOS TOTALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales \$	358.824.687	\$ 478.600.508	\$ 553.631.474	\$ 599.584.575	\$ 629.526.160

Tabla VII—4 Ingresos Anuales a 5 años.⁹

7.4. Estado de Resultados

⁹ Fuente: Elaboración propia.

	DATOS PROYECTADOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas netas	\$358.824.687	\$478.600.508	\$553.631.474	\$599.584.575	\$629.526.160
Costos de Venta	\$205.042.678	\$273.415.965	\$305.710.141	\$342.532.374	\$359.637.430
Margen de Contribución	\$153.782.009	\$205.184.544	\$247.921.333	\$257.052.201	\$269.888.731
Gastos de ventas	\$39.348.699	\$41.219.001	\$43.362.632	\$45.102.237	\$46.634.017
Gastos administrativos	\$6.116.900	\$6.729.600	\$7.279.248	\$7.897.549	\$8.594.389
Gastos operacionales	\$91.629.313	\$93.700.080	\$104.337.104	\$107.652.435	\$112.775.340
EBITDA	\$16.687.097	\$63.535.863	\$92.942.350	\$96.399.980	\$101.884.985
Depreciation	\$3.833.438	\$3.833.438	\$3.833.438	\$2.254.941	\$2.254.941
Amortization	\$5.420.438	\$5.420.438	\$5.420.438	\$5.420.438	\$5.420.438
EBIT	\$7.433.221	\$54.281.987	\$83.688.474	\$88.724.601	\$94.209.606
Otros gastos no operacionales (gastos)					
Otros ingresos no operacionales (ingresos)					
Utilidad antes de Impuesto	\$7.433.221	\$54.281.987	\$83.688.474	\$88.724.601	\$94.209.606
Impuesto a la renta	\$2.006.970	\$14.656.136	\$22.595.888	\$23.955.642	\$25.436.594
UTILIDAD (PERDIDA) DESPUES DE IMPUESTO	\$5.426.252	\$39.625.850	\$61.092.586	\$64.768.959	\$68.773.012

Tabla VII—5 Estados de Resultado¹⁰

7.5. Balance General

¹⁰ Fuente: Elaboración propia.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes \$					
Banco \$	37.116.641	98.645.534	176.931.747	250.735.839	328.665.182
Total Activos Corrientes \$	37.116.641	98.645.534	176.931.747	250.735.839	328.665.182
Activos Fijos \$					
Equipamiento Tienda y Oficina	22.168.699	22.168.699	22.168.699	22.168.699	22.168.699
Equipamiento de renovación		1.878.706	3.876.737	5.918.702	10.008.561
Total Activos Fijos \$	22.168.699	24.047.405	26.045.436	28.087.401	32.177.260
Activos Intangibles \$					
Tramitación Empalme SEC TE-1	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
Permisos Sanitarios	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000
Página WEB	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
Arquitectura	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Registro de Marca	142.188	142.188	142.188	142.188	142.188
Desarrollo de Aplicación Movil	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Constitución Empresa (Redacción Esc	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
Remodelación Local 80m2	7.360.000	7.360.000	7.360.000	7.360.000	7.360.000
Remodelación Oficina Administración	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Corretaje de Propiedades	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Remodelación Oficina General (Propi	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Remodelación Módulo Supervisor	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Remodelación Modulo de Atención o	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Remodelación Sala de despacho de V	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Reservación de Local	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Remodelación bodega	3.900.000	3.900.000	3.900.000	3.900.000	3.900.000
Total Activos Intangibles \$	27.102.188	27.102.188	27.102.188	27.102.188	27.102.188
TOTAL ACTIVOS \$	86.387.528	149.795.127	230.079.371	305.925.428	387.944.629
Pasivos Corrientes \$					
Cuentas por pagar \$		0	0	0	0
Impuesto a la renta por pagar \$	2.006.970	14.656.136	22.595.888	23.955.642	25.436.594
Depreciación \$	3.833.438	9.545.582	11.500.314	13.755.256	16.010.197
Amortización \$	5.420.438	10.840.875	20.138.050	27.600.452	37.110.749
Total Pasivos Corrientes \$	11.260.845	35.042.594	54.234.252	65.311.350	78.557.539
Patrimonio \$					
Capital \$	69.700.431	69.700.431	69.700.431	69.700.431	69.700.431
Resultado acumulado \$		5.426.252	45.052.102	106.144.688	170.913.647
Resultado del ejercicio \$	5.426.252	39.625.850	61.092.586	64.768.959	68.773.012
Total Patrimonio	75.126.683	114.752.533	175.845.119	240.614.078	309.387.090
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO \$	86.387.528	149.795.127	230.079.371	305.925.428	387.944.629

Tabla VII—6 Balance General¹¹

7.6. Capital de Trabajo Inicial

¹¹ Fuente: Elaboración propia.

Para encontrar el Capital de trabajo, se considera el mayor déficit durante los 12 primeros meses de operación según siguiente gráfica, la cual se traduce en el punto más bajo de dicha gráfica:



Fig. VII-3 Gráfica¹² punto de pendiente cero, correspondiente al WK requerido

7.7. Flujo de Caja

Se considera para la evaluación del proyecto, tanto el flujo de caja con liquidación al quinto año, como el flujo de caja con una perpetuidad desde terminado el año 5 en adelante.

7.7.1. Evaluación Proyecto Puro, Cierre de Empresa a 5 años.

	DATOS PROYECTADOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA PROYECTO PURO						
UTILIDAD (PERDIDA) DESPUES DE IMPUESTO	0	5.426.252	39.625.850	61.092.586	64.768.959	68.773.012
+ Depreciacion	0	3.833.438	3.833.438	3.833.438	2.254.941	2.254.941
+ Amortizacion	0	5.420.438	5.420.438	5.420.438	5.420.438	5.420.438
- Inversión en activo fijo	(49.270.887)		(1.878.706)	(1.998.031)	(2.041.965)	(4.089.859)
- Inversion en Capital de Trabajo	(20.429.544)					
+ Recuperación del Capital de Trabajo						20.429.544
+ Valor Desecho Activos						6.158.502
FLUJO NETO PURO ACTIVOS	(69.700.431)	14.680.127	47.001.020	68.348.431	70.402.373	98.946.578

Tabla VII—7 Flujo de Caja a 5 años.¹³

12 Fuente: Elaboración propia.

13 Fuente: Elaboración propia.

7.7.2. Evaluación Proyecto Puro, Flujo Infinito.

	DATOS PROYECTADOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA PROYECTO PURO						
UTILIDAD (PERDIDA) DESPUES DE IMPUESTO	0	5.426.252	39.625.850	61.092.586	64.768.959	68.773.012
+ Depreciacion	0	3.833.438	3.833.438	3.833.438	2.254.941	2.254.941
+ Amortizacion	0	5.420.438	5.420.438	5.420.438	5.420.438	5.420.438
- Inversión en activo fijo	(49.270.887)		(1.878.706)	(1.998.031)	(2.041.965)	(4.089.859)
- Inversión en Capital de Trabajo	(20.429.544)					
+ Valor Presente Flujos Futuros						440.937.438
FLUJO NETO PURO ACTIVOS	(69.700.431)	14.680.127	47.001.020	68.348.431	70.402.373	513.295.970

Tabla VII—8 Flujo de Caja a Perpetuidad¹⁴

7.8. Evaluación Financiera del Proyecto

Descripción	Valor	Fuente
Tasa libre de riesgo BCP (Bonos a 5 años en pesos)	2,44%	Banco Central ¹⁵
Tasa libre de riesgo (Bonos a 30 años reajustada)	5,29%	
Beta sin deuda	0,59	Damodaran
Premio Riesgo de Mercado	7,30%	Damodaran
Premio por liquidez	3%	Universidad de Chile
Premio Startup	3%	Supuesto

Tabla VII—9 Datos, Cálculo Tasa de Descuento a cierre de empresa¹⁶.

Se considera:

Ko: Tasa de Descuento

$$K_o = R_f + B \times (R_m - R_f) + PRL + PRS$$

Se considera Premio por Riesgo de Mercado¹⁷ según Tabla XI —65

Para la obtención del Beta de la industria se considera según Tabla XI —66

industria de ventas al por menor (Retail-Grocery and Good).

Según datos incorporados se obtiene lo siguiente:

$$K_o = 2,44\% + 0,59 \times 7,30\% + 3,00\% + 3,00\%$$

¹⁴ Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/>

¹⁶ Fuente: Elaboración propia.

¹⁷ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

Por los tanto, la tasa de descuento del proyecto resulta en 12,75%.

7.9. Valor Residual Flujo de Caja Perpetuo

Para el valor residual a perpetuidad según los datos obtenidos en punto anterior 7,8, se capturan las métricas siguientes:

IPC	3,00%
Tasa libre de riesgo (Bonos a 30 años reajustada)	5,29%
Beta sin deuda	0,59
Premio Riesgo de Mercado	7,30%
Premio por liquidez	3%
Premio Startup	3%

Tabla VII—10 Datos Cálculo Tasa de descuento a perpetuidad¹⁸

Considerando:

$Ko = Rf + B \times (Rm - Rf) + PRL + PRS$, se obtiene

$$Ko = 5,29\% + 0,59 \times 7,30\% + 3,00\% + 3,00\%$$

Por ente la tasa de descuento resultante es igual a 15,60%, generando el siguiente Valor Residual.

Tasa de Descuento a perpetuidad	15,60%
Anualidad Perpetua	\$ 68.773.012.-
Valor Residual año 5	\$440.937.438.-

Tabla VII—11 Valor Residual¹⁹.

18 Fuente: Elaboración propia.

19 Fuente: Elaboración propia.

7.10. Cálculo de VAN, TIR, Payback, ROI

Se considera el análisis de ROI, ROE y ROA para los años 1 al 5.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROI	21,06%	68,29%	98%	101%	104%
ROE	20%	43%	40%	30%	25%
ROA	17%	33%	31%	24%	20%
Crecimiento de ventas		33%	16%	8%	5%
Ventas/ Activos totales	4,2	3,2	2,4	2,0	1,6
Utilidad/ Ventas	2%	8%	11%	11%	11%

Tabla VII—12 Métricas Financieras a 5 años.²⁰

Para el análisis a 5 años y a perpetuidad del VAN, TIR y Payback se obtiene lo siguiente:

	Cierre Empresa	Perpetuidad
VAN \$	125.860.016	644.027.490
TIR	55,71%	79%
Payback (años)	2,12	2,12

Tabla VII—13 Viabilidad el proyecto al Cierre y a Perpetuidad.²¹

7.8.4 Principales Ratios Financieros.

Revisando el índice de liquidez del proyecto en la siguiente tabla:

ÍNDICE DE LIQUIDEZ				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3,30	2,82	3,26	3,84	4,18

Tabla VII—14 Índice de Liquidez²²

Se puede verificar un comportamiento parabólico entre el año 1 y 3, para luego mostrar un incremento sostenido producto del crecimiento considerable de los activos corrientes de los flujos de la empresa año a año, por ende, lo que refleja es que la empresa tiene absoluta capacidad de cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

20 Fuente: Elaboración propia.

21 Fuente: Elaboración propia.

22 Fuente: Elaboración propia.

El ROA supera el 5% en todos los años del ejercicio analizando, mostrándose como una empresa valorada positivamente en cuanto a su rentabilidad, manteniéndose con dicho indicador sobre el 20% al menos hasta el quinto año evaluado.

Adicionalmente se muestra un importante escalamiento del ROI, indicándonos claramente lo positivamente rentable que es el proyecto en el margen de tiempo definido a los 5 años.

Cómo dato muy importante también obtenido del resultado del ejercicio es la recuperación de la inversión resultante al factor 2,12, lo cual coincide con las expectativas de recuperar la inversión cerca de los 2 años de operación.

7.8.5 Análisis de Sensibilidad

Según siguiente tabla se realizan dos escenarios, para una variación en las ventas de un 15% con menor ingresos y una variación de incremento del 15% la cual deber reportar mayores ingresos.

Ambos escenarios se mantienen con un VAN mayor a cero, con la diferencia que ante la presencia del peor escenario podemos verificar una recuperación de la inversión acercándose al cuarto año y con un retorno sobre la inversión del 28,93% al segundo y crecimiento considerablemente en los años consecutivos.

	Escenario 1	Base	Escenario 2
Variación margen Ventas	-15%		15%%
VAN \$	\$ 16.828.058	\$ 126.860.016	\$ 229.957.977
TIR	18,75%	55,71%	88,74%
Payback (años)	3,77	2,12	1,59
ROI (1° año)	-15,98%	21,06%	51,40%
ROI (2° año)	28,93%	68,29%	109,12%

Tabla VII—15 Escenarios de Sensibilidad²³

²³ Fuente: Elaboración propia.

VIII. RIESGOS CRÍTICOS

A continuación, se muestra una serie de riesgos de mayor relevancia que se han detectado en base al análisis PESTEL, PORTER, Plan Operacional y Financiero, que permitirá detectar anticipadamente los riesgos internos y externos e implementar el plan de contingencia. (Ver Anexo 12.17. Descripción de los riesgos críticos).

En conclusión, se puede afirmar que el plan de continuidad del negocio permite que el proyecto sea sostenible en el tiempo, dado al plan de acción desarrollado.

IX. PROPUESTA INVERSIONISTA

La industria de venta a granel de encuentra en con muy alto desarrollo, con diferente tipo de oportunidades en los diferentes segmentos que actualmente se encuentran en el mercado. “ZeroWaste” junto a su propuesta de valor y modelo de negocio enfocado a la necesidades del cliente y con una gran evaluación continua de calidad para que el cliente sea siempre nuestro centro de atención frente a sus cambios en tendencias y así poder reaccionar rápidamente identificándolos y aplicándolo a nuestro negocio se convierte en una tienda de gran potencial de negocio en el lugar que ha sido elegido para abrir la tienda física, en la comuna de Ñuñoa , debido a su alta densidad de población y por el gran interés en estas tiendas, que se demuestran en la investigación realizada según las tendencias a nivel nacional como mundial.

El financiamiento es de 100% de recursos aportados por los inversionistas, los cuales ascienden a clp\$49.270.887, que considera un capital de trabajo de clp\$20.429.544, con un Payback de 2,12 años. La evaluación financiera se describe en el capítulo VII, el VAN estimado es de clp\$125.860.016 que se calculó mediante una tasa de descuento de 12,75% con un horizonte de 5 años. La TIR es de 55,71%. Al quinto año de operación, se esperará una utilidad anual de clp\$68.773.012.

X. CONCLUSIONES

“ZeroWaste” se implementará en Santiago de Chile como una nueva tienda a granel es viable, con un valor agregado diferenciado, en donde los clientes y la comunidad en general serán los actores principales debido a que existen tendencias a nivel local y mundial en donde existe mayor preocupación, por la salud y que las empresas impacten en beneficio de temas a nivel social, ambiental y económico.

La industria en la cual “ZeroWaste” se encuentra, es una industria que actualmente se encuentra con un alto desarrollo, y si bien no es atractiva, se puede observar que existe una gran oportunidad de negocio por desarrollar, sobre todo a través de la venta online como estrategia en tiempo de crisis sociales y sanitarias como las que vivimos ahora en Pandemia COVID-19.

Dentro de los factores de éxito de “ZeroWaste”, es que se encuentra orientado a la experiencia cliente/usuario, fidelización y continuo análisis de calidad, precios de la competencia más cercana y gestión de clientes para detectar oportunamente los cambios en las necesidades de los clientes que permitan toma más eficientemente decisiones que incrementen el valor agregado como también evaluar el modelo de negocio. Las actividades de marketing digital son fundamentales a través de las redes sociales que ayudarán al posicionamiento en el mercado y son las herramientas para estar en continuo contacto e interactuar con los clientes con la finalidad que se encuentren actualizados de los productos, ofertas y sean parte de esta familia.

Las cadenas de suministros serán realizadas sin triangulación directamente por los proveedores a la tienda. Se dispondrá de una bodega en la tienda con la capacidad y la estructura logística para estar preparada para una alta rotación de productos con inventarios de control electrónico.

Para la gestión de clientes se utilizará CMR, la cual entregará la información de comportamiento de compras y posibles cambios en este, de esta forma poder detectar y adecuar la oferta a la demanda específica atrayendo a más clientes y fidelizando a los existentes, aplicando gestión de clientes, evaluación de satisfacción, de personal y

calidad. Adicionalmente la tienda se encontrará en una constante búsqueda de proveedores, que adhieran a la causa de Zerowaste la cual será la imagen principal de atracción de clientes, y de paso apoyar a posibles nuevos emprendedores que van apareciendo dentro del análisis continuo de posibles futuros oferentes.

En relación al análisis financiero, se calculó una tasa de descuento del 12,75% arrojando un VAN positivo de clp\$125.860.016, con una TIR de 55,71%, un retorno en la inversión de 2,12 años y un ROI de un 21,06% al primer año, métricas que apoyan la realización efectiva del proyecto.

En términos de procesos operativos, la empresa arroja factores porcentuales positivos en cuanto al margen Ebitda, con crecimiento hasta el tercer año y un aplanamiento hasta el quinto año, las cuales corresponden al 4.7, 13.3, 16.8, 16.1 y 16.2%.

Asociado al Flujo de Caja, se puede observar que durante los seis primeros meses, se presentan flujos negativos, los cuales a corto plano en dicho período la empresa no es capaz de solventar los egresos totales, por ende al revisar los flujos acumulados máximos en el flujo de caja, nos damos cuenta que el monto mayor corresponde CLP\$ 20.499.455 para obtener la liquides requerida, por ende se deberá provisionar de esta cantidad al inicio de la implementación para que el negocio opere sin problemas durante dicho tiempo.

XI. Anexos

12.1. Investigación de Mercado Encuesta 1.

Hola tenemos una idea de emprendimiento para construir una tienda Sustentable con distribución y entrega de productos cero envases plásticos y de papel, de esta forma disminuir los envases que se transforman en basura y que impactan gravemente la vida vegetal y animal del planeta, en especial la fauna marina.

Nos gustaría tomar la opinión de los distintos compradores actuales en el sector para verificar que tan viable podría ser este emprendimiento.

Consultas:

1) ¿Qué monto gasta en supermercado al mes? Entre:

- a.- \$ 50.000 - \$100.000
- b.- \$100.000 - \$150.000
- c.- \$150.000 - \$200.000
- d.- \$200.000 - \$250.000
- e.- \$250.000 - \$300.000
- f.- \$300.000 - \$350.000

2) ¿Qué Nivel de educación tiene?

Básica___ Media___ Técnico De Nivel Superior___ Universitaria___

3) Rango de Edad

- a) Menor a 20
- b) 20-29
- c) 30-39
- d) 40-49
- e) 50-59
- f) 60-69

g) Mayor a 70

4) ¿Cuántos integrantes componen el hogar en el que vive?

5) ¿Realiza compras a granel? Sí _____ No _____

¿Si la respuesta es No, consultar, compraría a granel?, Sí _____ No _____, si la respuesta es Sí pasar al punto 10), si es No finalizar la encuesta.

6) ¿Qué productos compra granel?

Aliños	Café	Detergentes	Sal
Frutos Secos	Azúcar	Suavizantes	Cereales
Arroz	Aceites	Shampoo	Yogurt
Te	Aceites de Oliva	Jabón	Leches

7) ¿Dónde compra estos productos a granel, en una tienda que vende sólo a granel? ¿en una tienda mixta de productos envasados y a granel? o ¿en la feria? Etc....

8) ¿Qué envases utiliza para comprar a granel?, bolsas, plásticos reutilizables etc.

9) ¿Qué productos le gustaría comprar a granel?

10) ¿Qué envases utilizaría para los productos mencionados anteriormente (en punto 9)?

11) ¿Por qué compra o compraría granel?

Menor Precio	_____	Calidad	_____
Variedad	_____	Salud	_____
Cuidado del medio ambiente	_____		

12) ¿Está dispuesto a pagar:

a.- más

- b.- menos
- c.- o lo mismo, por los productos a granel, con respecto a los mismos productos que se encuentran en los supermercados.

12.2. Resultados de estudio de Mercado Encuesta 1 (n=100)

El 64% de los encuestados en el sector, realiza compras a granel.

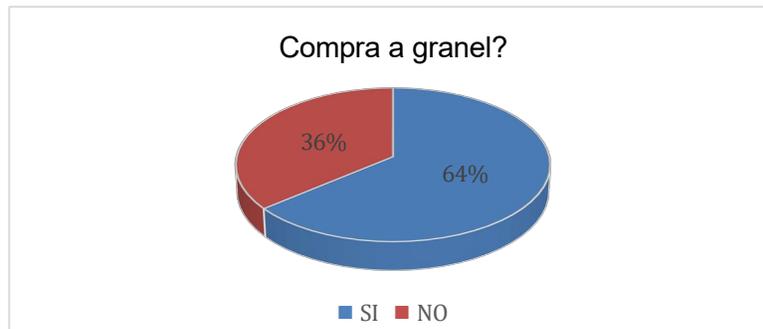


Fig. XI-4 - Población que realiza compras a granel²⁴

De las personas que no compran a granel (36%) mencionado en el gráfico anterior, el 67% si compraría a granel. Estas personas que estarían dispuestas a comprar, hoy no lo hace en su gran mayoría por que no cuenta con la información de la oferta disponible.

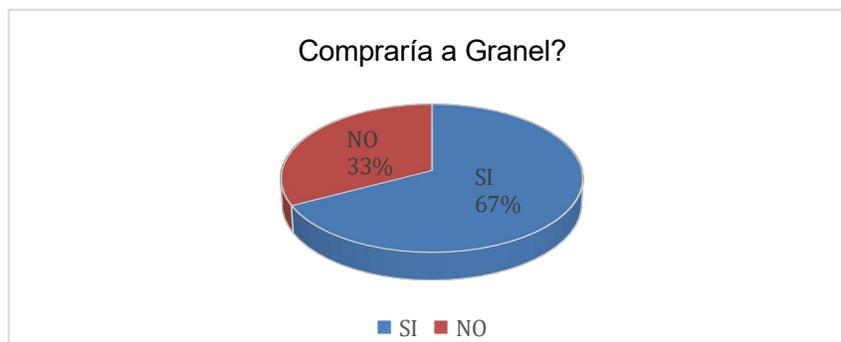


Fig. XI-5 - Población que no realiza compras a granel pero con disposición a comprar²⁵

²⁴ Fuente: Elaboración propia.

²⁵ Fuente: Elaboración propia.

Gran parte de la población que compra productos a granel constantemente se mueve en un rango de edad, de entre 20 y 39 años, con un porcentaje mayoritario en personas que fluctúan en rango de edad entre 30 y 39 años según siguiente gráfica.

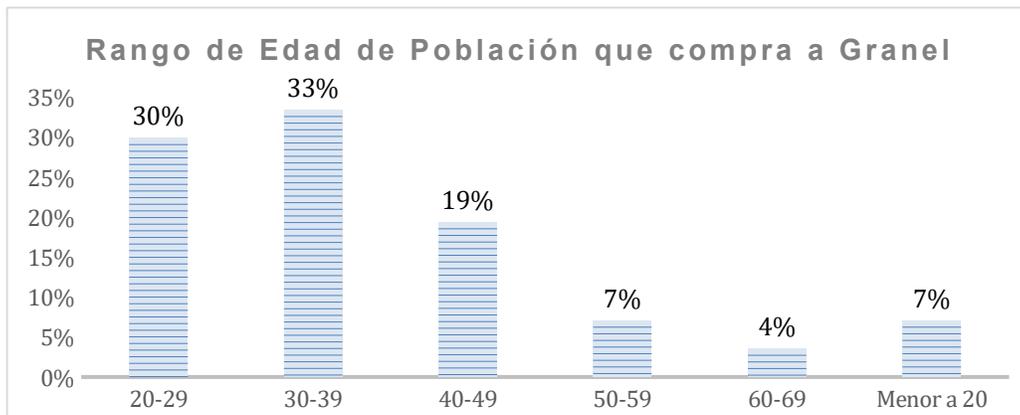


Fig. XI-6 - Rango de edades de personas que hoy compran a granel²⁶

En la siguiente gráfica, es posible capturar la información de los hogares que tienen una mayor disposición a comprar según el número de personas que habitan el hogar de los encuestados concentrándose en Jóvenes que viven solos con un 29% de representación y parejas sin hijos con 37%; también es posible capturar una disposición a comprar importante de parejas con un solo hijo representando el 14% de los encuestados que compran a granel.

²⁶ Fuente: Elaboración propia.

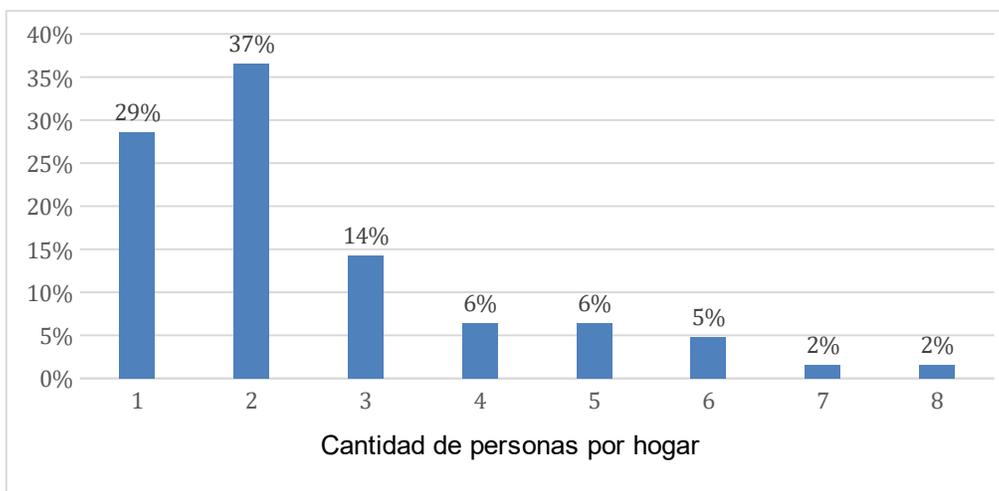


Fig. XI-7 - Compradores a granel por cantidad de individuos que habitan el hogar²⁷

12.3. Tamaño de mercado según disposición a comprar.

El análisis de mercado se realiza en el punto principal de la tienda inicialmente en esquina de Irrazaval con Humberto Trucco, centro neurálgico de Restaurantes y pequeñas tiendas. Se escoge la comuna de Ñuñoa, por ser pionera en la región metropolitana en gestión de residuos y acciones para el cuidado del medio ambiente.

Según Resultado de Censo 2017, esta comuna cuenta con una población de 208.237 habitantes, de los cuales, según el análisis de mercado, se enfatiza en la creación de la propuesta de valor para la población activa para este tipo de tiendas, personas que fluctúan entre 20 y 69 años de edad, las cuales corresponden a 144.551 personas. Dentro de los rangos de edad analizados, existe un mercado muy activo comprando productos a granel dentro de las distintas posibilidades de la oferta actual según Tabla XII-1, el que corresponde a personas entre 20 a 39 años, correspondientes a profesionales solteros y parejas que tienen un hijo.

Este análisis corresponde a personas que habitan dentro de la comuna, correspondiente al porcentaje mayoritario de las compras en tienda a realizar. Este es el espectro de mercado potencial el cual se utilizará para analizar la viabilidad del proyecto, según las

²⁷ Fuente: Elaboración propia.

siguientes tablas, en donde la población total dispuesta a comprar corresponde a la suma algebraica en los rangos de edad seleccionados, las que ascienden a 31.096 personas.

NOMBRE REGIÓN	Código Región	NOMBRE PROVINCIA	Código Provincia	NOMBRE COMUNA	Código Comuna	Edad	Hombres	Mujeres	TOTAL
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	NUNOA	13120	20 a 24	6.836	6.893	13.729
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	25 a 29	8.944	9.712	18.656
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	30 a 34	10.557	11.378	21.935
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	35 a 39	9.465	9.999	19.464
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	40 a 44	7.354	8.087	15.441
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	45 a 49	5.696	6.654	12.350
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	50 a 54	5.427	6.789	12.216
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	55 a 59	5.228	6.901	12.129
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	60 a 64	4.160	6.202	10.362
METROPOLITANA DE SANTIAGO	13	SANTIAGO	131	ÑUÑO A	13120	65 a 69	3.258	5.011	8.269
CANTIDAD DE PERSONAS									144.551

Tabla XI—16 - Cantidad de Personas Censo 2017²⁸

Rango de Edad	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Cantidad de Personas	32.385	41.399	27.791	24.345	18.361
% de Personas con disposición a Comprar	30%	33%	19%	7%	4%
Cantidad de Personas con disposición a comprar	9.719	135.662	5.280	1.704	734
Tamaño del mercado (Cantidad de Personas)	31.096 personas				

Tabla XI—17 - Cantidad de personas con disposición a comprar. de Mercado con disposición a comprar²⁹

Según análisis asociado a las compras promedio que se realizan en el sector según tabla Error: no se encontró el origen de la referencia, ascienden a clp\$16.889, con un potencial en cantidad de personas de 31.096 personas con disposición comprar, por ende el tamaño de mercado es de CLP\$525.180.344

²⁸ <https://resultados.censo2017.cl>

²⁹ Fuente: Elaboración propia.

12.4. Análisis PESTEL

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
POLÍTICO	Chile es un estado democrático, regido por la Constitución de 1981. El gobierno cuenta con los 3 poderes: Ejecutivo, que, de acuerdo a la Constitución, el poder ejecutivo corresponde al presidente quien actúa la vez como Jefe de Estado y Jefe de gobierno. Legislativo, que está en manos del congreso constituidos por diputados y senadores elegidos democráticamente y Judicial; el cual corresponde a la Corte Suprema (el organismo judicial más alto), formada por los jueces y en general a todos los tribunales de la República, ordinarios o especiales. Los jueces son independientes y nombrados de forma vitalicia por el presidente	No se visualizan riesgos asociados al plan de negocio en el país.	Chile dentro de los últimos años se ha sumado a las políticas mundiales de sustentabilidad en los gobiernos siendo participe de los compromisos del COP 21 para reducir considerablemente las emisiones de gases de efecto invernadero y contaminación ambiental en todas sus formas, incentivando el consumo socialmente responsable y la implementación de fuentes de energías renovables	Existe un compromiso importante gubernamental hacia los emprendimientos de características sustentables que proyectan el cuidado del medio ambiente, lo que genera facilidades legales para la obtención de autorizaciones para Pymes que proyecten la implementación rentable con este tipo de actividades.

Tabla XI—18 Entorno Político³⁰

³⁰ Fuente: Elaboración propia.

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
ECONÓMICO	<p>La economía de Chile es la quinta mayor economía de América Latina en términos de producto interno bruto (PIB) nominal, y también en cuanto al PIB a precios de paridad de poder adquisitivo (PIB PPA). Chile posee la renta per cápita más elevada de América Latina (USD 26,905 PIB per cápita PPA) y pertenece a la categoría de países de ingresos altos según el Banco Mundial, con índices remarcados en cuanto a competitividad, libertad económica, y desarrollo financiero.</p>	<p>Si bien Chile ha gozado de un comportamiento estable y con los mejores índices de crecimiento en la región en las últimas décadas, el crecimiento podría verse afectado, por la pandemia COVID-19 que actualmente está viviendo, las guerras comerciales internacionales, lo que podría derivar un incremento en los impuestos para incentivar la economía, pero que podría reducir la disposición a pagar por el consumo de productos de primera necesidad de alimentación e higiene, las cuales derivarían en que los consumidores se orienten por el precio de los productos de bajo involucramiento. En cuanto a la Variación del IPC³¹, se refleja un incremento en el último año del 2,3%: en donde un 0,5% es producido por alimentos y bebidas.</p>	<p>Antes de iniciar cualquier actividad comercial en Chile, es muy importante definir los aspectos principales que regirán a la nueva Empresa, independientemente del rubro o giro elegido. Previo a la Constitución de la Sociedad es recomendable elaborar un Plan de Negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los pasos para constituir una sociedad son: • Constitución de Sociedad • Inscripción en Registro de Comercio • Publicación en el Diario Oficial • Iniciación de Actividades y obtención del RUT (Rol Único Tributario) • Documentos Tributarios • Solicitud de Permisos (Patentes) 	<p>La disposición positiva gubernamental para la implementación de emprendimientos y el fácil acceso a créditos bancarios empresariales promueve grandes oportunidades de emprender con nuevas y emergentes iniciativas de negocios.</p> <p>A pesar que actualmente se está viviendo una Pandemia a nivel Global, en Chile algunos servicios y locales de alimentos no han sido afectados en su totalidad, protegiendo a la población de provisión básica.</p>

Tabla XI—19 Entorno Económico³²

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
SOCIAL	<p>País que en su mayoría es representado por la clase media, y muy marcado por la desigualdad de ingresos, con una cultura de gente joven muy activa y comprometida con los cambios y cuidados del medio ambiente, con varias instituciones con y sin fines de lucro alineadas con la causa medio ambiental del planeta.</p>	<p>Desde el 18 de Octubre del 2019, se observan potentes pronunciamientos sociales lo que podrían afectar el curso normal de funcionamiento de la industria.</p>	<p>País con fuertes demandas sociales con un profundo contenido y significado político, reclamando una nueva Constitución Política que emane de una asamblea constituyente; plebiscito vinculante en materia educacional un nuevo sistema político que garantice la participación, la representación y la diversidad; una nueva política económica y el apoyo a las pymes; una reforma tributaria profunda; un Estado democrático socio-ambiental y soberano que recupere para la nación los recursos naturales y energéticos del país, etc.</p>	<p>Población con un nivel de ingresos altos según clasificación del banco mundial, lo que incrementa las posibilidades de capturar consumidores con una disposición a pagar más, por productos que se elaboren y distribuyan de manera sustentable.</p> <p>Población sensible a los temas de impacto ambiental.</p>

Tabla XI—20 Entorno Social

31 IPC [https://www.ine.cl/docs/default-source/boletines/ipc/2019/español/bolet%C3%ADn-%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor-\(ipc\)-junio-2019.pdf?sfvrsn=1f545cd2_4](https://www.ine.cl/docs/default-source/boletines/ipc/2019/español/bolet%C3%ADn-%C3%ADndice-de-precios-al-consumidor-(ipc)-junio-2019.pdf?sfvrsn=1f545cd2_4)

32 Fuente: Elaboración propia.

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
TECNOLÓGICO	Entre los 5 países más tecnológicos de Latinoamérica, con el índice de acceso a la conectividad más alto de Sudamérica, con una red de infraestructura para el transporte de información consolidada y una población muy activa tecnológicamente, en donde este año 2019 cerca del 80% de la población usa internet, cifra que crece considerablemente contra cerca del 50% de la población usando internet en el 2013.	El riesgo asociado a este plan de negocios es no considerar dentro del desarrollo del proyecto, los actuales cambios tecnológicos que abordan principalmente, la interacción con clientes en el plan de ventas a través de una app, el marketing y la eficiencia en la operación a través de la automatización de procesos.	Las exigencias tecnológicas para este negocio se basan principalmente en la demanda de los consumidores con un comportamiento cambiante muy activo con alzas considerables en tasas de uso de la tecnología de la información (apps, redes sociales, etc..), para el cual las empresas deben estar atentas y preparadas a dichos cambios, para mantenerse competitivos en el mercado y atractivo para los consumidores.	El uso de la tecnología permite mantener informado al negocio en cuanto a tendencias para comprender el cambio en el comportamiento de los consumidores e ir tomando decisiones de innovación con respecto a estos datos, optimiza las gestiones con los proveedores, mantiene los datos más seguros y es el puente de crecimiento de cara al incremento de ventas tanto en producto como servicios.

Tabla XI—21 Entorno Tecnológico³³

³³ Fuente: Elaboración propia.

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
ECOLÓGICO Y AMBIENTAL	Chile se encuentra en uno de los puestos más bajos (#11) en cuanto al Índice de desempeño Ambiental (EPI) medido en América Latina, el cual mide en cómo se encuentran los países en cuanto a calidad del aire, del agua, recursos acuíferos, impacto en la agricultura, emisiones de CO2 y protección de especies. También es el segundo país con la mayor generación precipita de basura en Latinoamérica.	Sin riesgos para el concepto de aplicación de este emprendimiento.	Hoy las exigencias ecológicas y ambientales regidas por el Servicio de Evaluación de Impacto Ambiental en Chile(SEIA), fortalecen a este modelo de negocios, ya que se trabaja con conceptos que la sociedad en Chile está comenzando a valorar, por sobre el precio de los productos y servicios en que puede ofrecer el común del mercado.	Si bien Chile es uno de los países que más recicla, es también el que produce más contaminación per cápita en Latinoamérica, y esto asociado principalmente al nivel de poder adquisitivo que se tiene en el país producto del buen comportamiento económico en las últimas décadas: razón que genera evidencias explícitas locales para abordar los problemas del medio ambiente, dando paso a generar nuevas propuestas bajo los conceptos de sustentabilidad que hoy el consumidor está valorando.

Tabla XI—22 Entorno Ecológico y Ambiental³⁴

34 Fuente: Elaboración propia.

	DESCRIPCIÓN	RIESGOS	EXIGENCIAS	OPORTUNIDADES
LEGAL	<p>Dentro del marco legal Chile tiene innumerables leyes y decretos que regulan a las empresas para controlar su comportamiento en cuanto al cuidado del medio ambiente, en donde se centra básicamente en las emisiones de CO2 del servicio, en el tratamiento de residuos peligrosos, tratamiento de químicos, mediciones de la calidad del aire y agentes contaminantes en el agua, pero aún no se ha normado acerca del tratamiento de residuos plásticos uno de los que más afecta a la vida marina, emisiones de CO2 para su elaboración, o el impacto de la explotación de la materia prima de este agente.</p> <p>Adicionalmente existe un reglamento en base a la gestión de alimentos*.</p>	<p>Dentro del marco legal no se observan riesgos para la aplicación de este emprendimiento.</p>	<p>Hoy las exigencias de cara al marco legal van a favor de este tipo de negocios, éstas se están presentando a nivel de municipalidades, en donde se está prohibiendo a los oferentes la entrega de productos en bolsas plásticas y también trabajar con dentro de sus servicios o productos con plásticos de un solo uso. Lo anterior se ha presentado desde ya hace algunos años en regiones que impulsaron estas iniciativas como Pucón en la novena región y hoy se están replicando en Santiago. Exigencias que también están siendo muy reconocidas y abordadas por los consumidores, en donde un porcentaje muy mayoritario aprueba la implementación de cada una de estas iniciativas para el cuidado del medio ambiente.</p> <p>Otra exigencia que debe cumplirse a cabalidad es la resolución 2079 Exenta, impuesta por el Ministerio de Salud, la cual determina requisitos y exigencias sanitarias que deberán cumplir quienes laboren o tengan a su cargo establecimientos pertenecientes a los rubros de alimentos riesgos para la salud de la población y el decreto DTO. N° 977/96 asociada a las exigencias sanitarias de los alimentos comercializados.</p> <p>Los distintos tipos de decretos a cumplir son descritos en anexo 4.</p>	<p>Hoy el marco legal a nivel local en municipalidades está ofreciendo oportunidades múltiples de negocio, pero sin entregarlo explícitamente, si no que cambiando el comportamiento de los consumidores, al hacer que estos se organicen para realizar sus compras ya que hoy los oferentes no pueden entregar los productos en plástico para su transporte desde el punto de venta, por ende este primer paso, está haciendo que otra parte de consumidores valla más allá y se organiza hasta incluso eliminar por completo el plástico como envase dentro de sus compras.</p>

Tabla XI—23 Entorno Legal³⁵

35 Fuente: Elaboración propia.

***Reglamento Sanitario de Alimentos**

Descripción

El Reglamento Sanitario de los Alimentos (RSA) establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inocuos.

Se aplica a todas las personas naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinado a dichos fines.

Orientaciones para la aplicación del descriptor «ALTO EN» (Decreto 13, Ley 20.606)

- Manual gráfico de los descriptores nutricionales «ALTO EN» (Decreto 13, Ley 20.606)
- Descriptores «ALTO EN» (Decreto 13, Ley 20.606)
- Descriptores «ALTO EN» (Decreto 13, Ley 20.606)
- Reglamento Sanitario de los Alimentos. DTO.Nº977/96 (actualizado a octubre 2016) (Tipo .pdf; Actualizado a Enero 2015)
- Decreto N°8, Constituye Comisión Asesora para la revisión y actualización del Reglamento Sanitario de los Alimentos. MINSAL 2015

Últimas modificaciones al RSA NORMATIVAS ASOCIADAS

- Decreto Exento 118, aprueba Norma Técnica N° 158 sobre HACCP
- CIRCULAR 05 Febrero 2012 instruye sobre LISTERIOSIS
- Decreto N° 77 Norma Técnica sobre procedimientos e inspección médico veterinaria de las especies producto de la caza y de sus carnes y criterios para la calificación de aptitud para el consumo humano Diario Oficial 10.07.10
- Límites máximos de Residuos de Medicamentos Veterinarios en Alimentos para consumo Humano de acuerdo a Resolución Exenta 551/14
- Resolución Exenta 636, Establece dosis máximas de irradiación de alimentos. Diario oficial 06-09-2014

- Decreto Exento 1375 Norma General Técnica N° 117 sobre Inspección Médico Veterinaria de Aves de Corral y de sus Carnes Diario Oficial 10.07.10
- Resolución Exenta 33/10. Fija tolerancias máximas de residuos de plaguicidas en alimentos y deja sin efecto la Resolución Exenta 581/99 y sus modificaciones Diario Oficial 05.02.10
- Resolución Ex. 726 del 12 de Sept. de 2011 Deroga Resolución Exenta 335/11 Dispone exigencia de certificación de ausencia de contaminación por radionucleidos en alimentos importados desde Japón Diario oficial 30.09.2011
- Resolución Exenta N°427/10 Define lista de alérgenos alimentarios que deben rotularse conforme al artículo 107 letra h del Reglamento Sanitario de los Alimentos Diario Oficial 03.07.10
- Resolución Exenta 951/09 Autoriza obtención de aceites comestibles a partir de semillas de Pinus koraiensis Diario Oficial 28.11.09
- Decreto N° 20 Establece requisitos para la importación de productos derivados de bovinos destinados al uso y consumo humano actualizado Decreto 19 Diario Oficial 19.04.11
- Resolución Exenta N° 764/09 Normas técnicas sobre directrices nutricionales que indica, para la declaración propiedades saludables de los alimentos. Diario Oficial 05.10.09
- Resolución exenta N° 8/12 (autoriza la obtención de aceites comestibles a partir del hongo Mortierella alpina) Diario Oficial 21.01.2012

RESULTADOS DE CONSULTAS PÚBLICAS

Nuevo– Consolidado de respuestas a observaciones recibidas durante consulta pública nacional e internacional sobre propuesta de modificación del decreto supremo 977/96, Reglamento Sanitario de los Alimentos, del Ministerio de Salud de Chile, para la ejecución de la Ley 20.606, sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad.

– Consolidado de observaciones y respuestas a la consulta pública propuesta de modificación del artículo 518 del Dto. 977/96, Reglamento Sanitario de los Alimentos, Ministerio de Salud

Texto en consulta pública entre el 04 de diciembre del 2013 y el 24 de Marzo del 2014

12.5. Competidores

	Competidores					
Características	Sin Envase	Mejorxgramos	Tienda Le Panier	Juntos Compremos	Almacén Fibra	Guadalupe Tienda Natural
Comuna	Ñuñoa	Ñuñoa	Ñuñoa	Ñuñoa	Ñuñoa	Ñuñoa y Providencia
Tienda Física	Si	Si (Solamente retiro de productos)	Si	Si	Si	SI (n=2)
Canal Online	Instagram Facebook Website	Instagram	Instagram	Instagram Website	Instagram Facebook Website	Instagram Facebook
Nº Productos	198	No disponible (online)	No disponible (online)	47	52	No disponible (online)
Link (Facebook)	https://es-la.facebook.com/SinEnvase/	No disponible	No disponible	No disponible	https://www.facebook.com/pg/almacenfibra/about/?ref=page_internal	https://www.facebook.com/guadalupe.tiendanatural/
Link (Instagram)	https://www.instagram.com/sin_envase_chile/?hl=es-la	https://www.instagram.com/mejorxgramos/	https://www.instagram.com/tiendalepanier/	https://www.instagram.com/juntos.compremos/	https://www.instagram.com/almacenfibra/?hl=es-la	https://www.instagram.com/guadalupe.tiendanatural/
Link Website	http://sin-envase.cl/	No disponible	No disponible	https://juntoscompremos.cl/	https://www.almacenfibra.cl/	http://www.guadalupe.tienda.cl/
Medios de contacto Website	Email: azamora@sin-envase.cl Teléfono: +56 2 3224 9605 Formulario Online Sin APP	Whatsapp: +56962390409 Sin APP	No disponible	Teléfono: +56945885158 Email: ventas@juntoscompremos.cl Sin APP	Teléfono: +56955393406 Sin APP	Teléfono: +5695778805 Sin APP
Convenio (Ej. UberEats/CornerShop)	Ninguna	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible	
Exclusivo a granel	No	Si	No disponible	No	No	Si
RSE (Declaración)	Ninguna	Ninguna	Ninguno	Algunas declaraciones	Ninguna	
Servicio Destacado	Receta Participación en feria sustentable Participación en la semana del clima Prensa: Publímetro https://www.publmetro.cl/cl/noticias/2018/10/22/negocios-sin-envases-asi-funciona-mercado-granel-no-deja-desechos.html	Ninguna	Ninguno	Testimonios Trabajo limpio y sustentables Comercio Justo Cooperativa	Recetas Acciones para compartir temas medio ambientales	Veggie Tostaduría Sin Gluten Orgánico

Tabla XI—24 Competidores Ñuñoa³⁶

36 Fuente: Elaboración propia.

	Competidores		
Características	Guadalupe Tienda Natural	La Nacional Granel	Full Natural Store
Comuna	Ñuñoa y Providencia	Providencia	Providencia
Tienda Física	SI (n=2)	Si	Si
Canal Online	Instagram Facebook	Website Instagram Facebook	Instagram Facebook
Nº Productos	No disponible (online)	186	No disponible
Link (Facebook)	https://www.facebook.com/guadalupe.tiendanatural/	https://es-la.facebook.com/lanacionalgranel/	https://www.facebook.com/fullnatural.store/
Link (Instagram)	https://www.instagram.com/guadalupe.tiendanatural/	https://www.instagram.com/lanacionalgranel/?hl=es-la	https://www.instagram.com/fullnatural.store/
Link Website	http://www.guadalupe.tienda.cl/	https://www.lanacional.cl/	No disponible
Medios de contacto Website	Teléfono: +5695778805 Sin APP	Teléfono Tienda Online: +569 64690042 Teléfono Tienda física: +569 58090261 Formulario Online Sin APP	Email: contacto@fullnatural.cl Sin APP
Convenio (Ej. UberEats/Cornershop)	Ninguna	Ninguna	Ninguna
Exclusivo a granel	Si	No	No
RSE (Declaración)		Ninguna	Ninguna
Servicio Destacado	Veggie Tostaduría Sin Gluten Orgánico	Servicio a Empresas Blog Recetas	Tienda de Alimentación Saludable Programa de puntos para descuento a cliente frecuentes Concursos

Tabla XI—25 Competidores Ñuñoa y Providencia³⁷

³⁷ Fuente: Elaboración propia.

	Competidores	
Características	Un cuarto a Granel	Mercado Ecológico
Comuna	Santiago Centro	Santiago Centro
Tienda Física	Si	No
Canal Online	Instagram Facebook	Instagram
Nº Productos	122	No disponible (online)
Link (Facebook)	https://www.facebook.com/uncuartoagranel/	No
Link (Instagram)	https://www.instagram.com/uncuartoagranel/	https://www.instagram.com/mercadoecologico/?hl=es-la
Link Website	No disponible	http://www.mercadoecologico.cl/ (Sin dominio activo)
Medios de contacto Website	Teléfono: +56963002048 Email:uncuartoagranel@gmail.com Sin APP	No disponible Sin APP
Convenio (Ej. UberEats/Cornershop)	Ninguna	Glovo Pedidos Ya
Exclusivo a granel	Si	Si
RSE (Declaración)	Ninguna	Ninguna
Servicio Destacado	El envío a domicilio es a través de envases desinfectados y reutilizables (productos de limpieza) El pesaje y precio de los productos está expresado en 1/4 Pedido mínimo: \$10.000 Costo de envío según comuna Mensaje de bienvenida en Facebook activo	Ninguna

Tabla XI—26 Competidores Santiago Centro³⁸

38 Fuente: Elaboración propia.

	Competidores
Características	Universo Natural
Comuna	Las Condes
Tienda Física	Si
Canal Online	Instagram Facebook
Nº Productos	No disponible
Link (Facebook)	https://www.facebook.com/universonaturalcl
Link (Instagram)	https://www.instagram.com/universonaturalcl/
Link Website	https://universonatural.cl/
Medios de contacto Website	Teléfono: +56 9 9598 8273 Sin APP
Convenio (Ej. UberEats/Cornershop)	Ventas a domicilio Gratis sobre compras de \$20.000
Exclusivo a granel	No
RSE (Declaración)	Ninguna
Servicio Destacado	Ventas a domicilio Gratis sobre compras de \$20.000 Tienda de Productos Naturales

Tabla XI—27 Competidores Las Condes³⁹

³⁹ Fuente: Elaboración propia.

	Competidores	
Características	Kulko Emporio a Granel	Chile Sano
Comuna	Las Condes	Providencia
Tienda Física	Online	Online
Canal Online	Instagram Facebook Website	Instagram Facebook Website
Nº Productos	187	119
Link (Facebook)	https://www.facebook.com/kulkoemporiogranel	https://www.facebook.com/Chilesano-1108451262646418/?ref=aymt_homepage_panel&eid=ARCOzNAy-6AMoym0HeoV9dPTi4H1z_TePxpA_9pN8soVqVThO2ui-uXQnmlwVCyQL5Ob0Qx2OvpzJze
Link (Instagram)	https://www.instagram.com/kulkoemporio_granel/?hl=es-la	https://www.instagram.com/chilesano/
Link Website	http://www.kulkoemporio.cl/	https://chilesano.com/collections/vermicompostera
Medios de contacto Website	Email: hola@kulkoemporio.cl Telephone (WhatsApp): +56 9 6513 0184 Formulario Online Sin APP	Email: contacto@chile-sano.cm WhatsApp: +56982082209 Formulario Online Sin APP
Convenio (Ej. UberEats/Cornershop)	Ninguna	Ecopedidos (bicicleta)
Exclusivo a granel	No	No
RSE (Declaración)	Ninguna	Ninguna
Servicio Destacado	REFILL solo disponible en comunas de Providencia, La Reina, Ñuñoa, Las Condes, Vitacura y Lo Barnechea Despacho a domicilio Retiro gratis en Showroom	Concurso de descuento o 2x1 (Ruleta) al ingresar a website con correo electrónico del cliente. Producto saludables en empaques ecológicos (vidrio, bolsa 100% algodón, papel kraft, doypack). Despacho en Santiago en bicicleta (sin emisión). Despacho gratis desde los \$25.000 en Santiago y en regiones desde \$30.000. Vermicompostera con 500 lombrices

Tabla XI—28 Competidores Las Condes y Providencia tiendas online⁴⁰

40 Fuente: Elaboración propia.

12.6. Análisis VRIO

Con la finalidad de determinar cuáles son las ventajas competitivas con respecto a los actuales competidores, se utilizará un análisis de recursos y capacidades utilizando la una evaluación de los recursos de la empresa y así poder obtener el potencial competitivo mediante las siguientes características: el valor (V), la rareza (R), la inimitabilidad (I) y la organización (O).

Valor: ¿El recurso otorga valor a la posición competitiva de la empresa?

Raro: ¿El recurso lo poseen pocas empresas?

Inimitable: ¿Las empresas que no cuentan con el recurso se encuentran en desventaja?

Organización: ¿La organización de la empresa es apropiada para el uso del recurso?

Las competencias de “ZeroWaste” se representan a través del siguiente análisis VRIO.

Detalle	¿Valioso?	¿Raro?	¿Difícil de imitar?	¿Explotado por la Empresa?	Ventaja Competitiva
Fuentes de financiamiento propio	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
Fuente de financiamiento bancaria	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
Ubicación	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
Una tienda física para atención presencial	No	No	No	No	Desventaja Competitiva
Experiencia en el mundo de la venta a granel	Si	No	Si	Si	Paridad Competitiva
Variedad Productos	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
Calidad del Servicio	Si	Si	Si	Si	Ventaja Sostenible
Cultura Organizacional	Si	Si	Si	Si	Ventaja Sostenible
Canales de Comunicación	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
RSE	Si	Si	Si	Si	Ventaja Sostenible
Modelo de Negocio	Si	Si	Si	No	Ventaja Temporal

Tabla XI—29 Análisis VRIO⁴¹

⁴¹ Fuente: Elaboración propia.

12.7. Responsabilidad Social Empresarial, RSE

	OBJETIVO	NIVEL DE INTERÉS	NIVEL DE INFLUENCIA	ESTRATEGIA
COLABORADORES	<p>Definir políticas de responsabilidad social y ambiental dentro de la organización.</p> <p>Lograr que sientan el aporte que realizan a la comunidad y al medio ambiente, y de esta forma adquieran un compromiso con la misión de la empresa</p>	Alto Interés	Alta Influencia	<p>Flexibilizar sus jornadas de trabajos.</p> <p>Contribuir con el desarrollo de los colaboradores a través del programa de capacitación continuo que elaborará "ZeroWaste". Beneficios como bono de descuento para compras familiares, comisiones por venta, etc.</p> <p>Programar actividades dentro de la organización para crear conciencia ambiental en los colaboradores y en su entorno de relacionamiento.</p> <p>Uso de transporte ecológico (bicicletas, motos eléctricas) para el reparto a domicilio, transporte que será provisionado por "ZeroWaste".</p> <p>Alianzas con fundaciones para incluir colaboradores en riesgo social y universitarios, entregando oportunidades de trabajo.</p>
PROVEEDORES	Hacer que sean parte de los proveedores estratégicos de la empresa y hacerlos parte de la misión	Alto Interés	Baja Influencia	<p>Ofrecer herramientas que los hagan ser más eficientes, para minimizar sus costos, capacitación.</p> <p>Generar alianzas con productores locales apoyándolos mediante la adquisición de sus productos a través de contratos a corto y mediano plazo.</p>
CLIENTES	Satisfacer su necesidad de satisfacción de aportar al medio ambiente, y demostrarles la calidad y sustentabilidad de los productos.	Alto Interés	Alta Influencia	<p>Difusión de información a través de los colaboradores, en el punto de venta, en los repartos domiciliarios, en la página web, a través de la aplicación móvil y redes sociales, promoción de descuentos por niveles de compras realizadas.</p> <p>Identificar los cambios de hábitos y preferencias en cuanto al cuidado del medio ambiente y productos saludables de los clientes, para satisfacerlos de manera innovadora.</p>
SOCIEDAD	<p>Involucrar a la población en la cultura de alimentación saludable y cuidado del medio ambiente.</p> <p>Captar su atención para hacerlos parte de la promoción estratégica, haciéndolos aliados de la propuesta a difundir en la comunidad.</p>	Alto Interés	Alta Influencia	<p>Difusión de información a través de los colaboradores, en el punto de venta, en la página web, a través de la aplicación móvil y redes sociales, y a través de eventos sociales a coordinar con la municipalidad de Ñuñoa.</p> <p>Implementar actividades que permitan difundir los beneficios del cuidado del ambiente a través del consumo de productos orgánicos y naturales producidos sustentablemente.</p>
ENTIDADES GUBERNAMENTALES	Hacer que las entidades estatales sean los agentes del cambio cultural para el cuidado del medio ambiente y cuidado de la salud	Bajo Interés	Baja Influencia	Realizar invitaciones formales de la tienda, y gestionar actividades de educación, poner la tienda como un punto de reciclaje municipal, con aportes financieros y de promoción estatal.
MEDIO AMBIENTE	Reducir las cantidades de plástico en el mar. Disminuir la tala de bosques utilizados por la industria del papel.	Alto Interés	Alta Influencia	<p>Identificar actividades de responsabilidad social relacionadas al proceso de compras que incluya el análisis de las condiciones comerciales a utilizar, selección y desarrollo de proveedores con el fin de minimizar el impacto ambiental y la sobre explotación de los recursos.</p> <p>Ofrecer en la tienda puntos de reciclaje de papel, cartón, vidrio y metales en asociación con entidades gubernamentales.</p>

Tabla XI—30 – RSE⁴²

N°	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Acciones	Impacto a Stakeholders
1	Fin de la Pobreza	Crear alianzas con entidades que apoyen el trabajo universitario de adultos que provengan de familias con situación de riesgos. Mejorar la educación, la sensibilización con respecto al cambio climático	Comunidad Clientes
2	Educación de calidad	Mejorar la educación, la sensibilización con respecto al cambio climático a través de los medios digitales.	Comunidad Clientes Medios
3	Igualdad de género	Asegurar el acceso a mujeres en cargos de liderazgos y recursos económicos dentro de la empresa, como parte de la gestión de recursos humanos.	Colaboradores
4	Energía Asequible y No contaminante	Utilizar tecnología de iluminación que posea eficiencia energética.	Comunidad Clientes Medios Socios
5	Trabajo decente y crecimiento económico	Apoyar a reducir la proporción de adultos/jóvenes que no están empleados en riesgo social Promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los colaboradores, incluidos migrantes y mujeres.	Colaboradores
6	Ciudades y comunidades sostenibles	Apoyar a reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las comunas en relación a la disminución de residuos que proviene del embalaje del consumo de los productos de la empresa.	Comunidad Clientes Medios
7	Producción y consumo responsable	Apoyar la reducción de pérdida de alimentos, mediante la venta a granel Incorporar información sobre la sostenibilidad en el ciclo de presentación de informes anuales.	Comunidad Clientes Socios
8	Producción y consumo responsable	Seleccionar proveedores que mantengan una gestión sostenible y uso eficiente de los recursos naturales como también el manejo de pérdida posterior a la cosecha, para reducir la pérdida de alimentos y el uso racional de productos químicos. Esta actividad se encontrará bajo la responsabilidad de la administración como parte del proceso de selección y evaluación de proveedores como parte de la propuesta de valor de la empresa.	Proveedores
9	Acción por el clima	Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.	Comunidad Clientes Medios
10	Alianzas para lograr los objetivos	Promover la constitución de alianzas eficaces en la esfera público-privada y sociedad civil, con la finalidad de aprovechar experiencia y estrategias para la obtención de recursos de las alianzas.	Socios

Tabla XI—31 Objetivos de Sostenibilidad⁴³

42 Fuente: Elaboración propia.

43 Fuente: Elaboración propia.

12.8. "ZeroWaste" App



Imagen 1 APP ZeroWaste⁴⁴

⁴⁴ Fuente: Elaboración propia.

12.9. Distribución de Planta “ZeroWaste”.

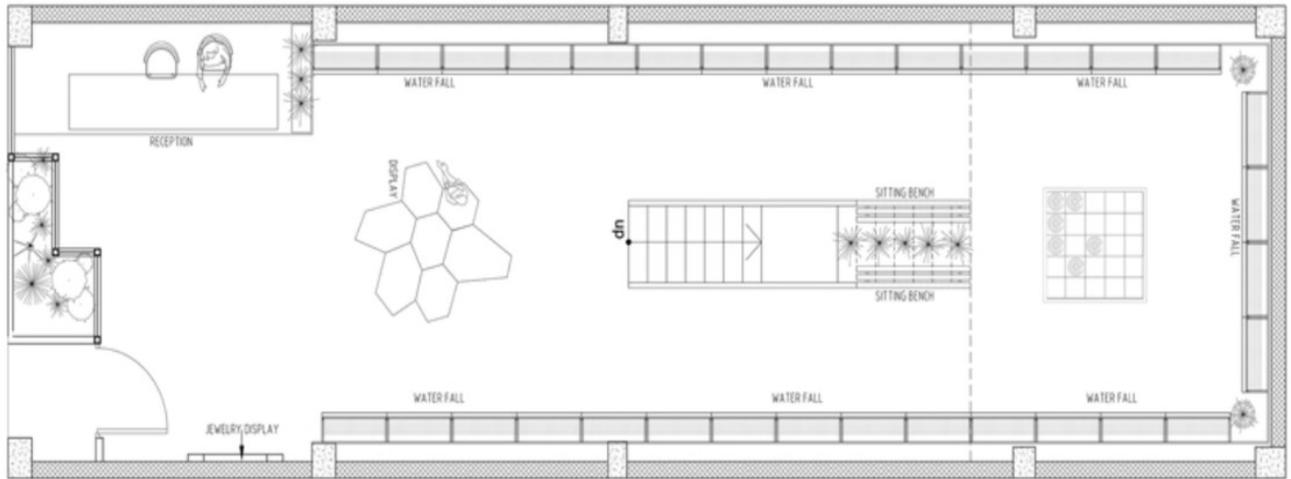


Fig. XI-8 Distribución de Planta Tienda física.⁴⁵



Imagen 2 Ejemplo Diseño Interior de Tienda

45 Fuente: <http://www.plataformaarquitectura.cl>



Imagen 3 Ejemplo de dispensadores a granel interior de tienda.

12.10. Lista de Productos

Grupo de Productos	Descripción de Productos
GRUPO 1	ALIÑOS
GRUPO 2	CEREALES SEMILLAS Y GRANOS
GRUPO 3	AZUCARES
GRUPO 4	FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS
GRUPO 5	ARINAS Y ALMIDORES
GRUPO 6	LEGUMBRES
GRUPO 7	MIELES Y MERMELADAS
GRUPO 8	TE, YERBAS E INFUSIONES
GRUPO 9	COSMETICA
GRUPO 10	LIMPIEZA Y ASEO
GRUPO 11	ALIMENTOS

Tabla XI—32 Grupo de Productos⁴⁶

46 Fuente: Elaboración propia.

12.11. Campaña de Marketing

Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Publicidad: Celebración Calendario Ambiental	Reducción de emisiones Co2	Ninguna	La hora del Planeta	Día de la Tierra	Día internacional del Reciclaje	Día Mundial del Medio Ambiente
Campaña educacional (Salud)	x	x	X	x	x	x
Diversos productos	x	x	X	x	x	x
Reconocimientos Colaboradores			X			x
Reconocimiento Clientes	x		X		x	
Publicidad de Alianzas	x		X	x	x	x
Actividad	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Campaña educacional (Salud)	x	x	x	X	x	x
Difundir Productos	x	x	x	X	x	x
Festival			Fiestas Patrias			Participar en FIIS
Reconocimiento Colaboradores			x			x
Reconocimiento Clientes	x		x		x	
Publicación de Alianzas	x	x		X	x	x

Tabla XI—33

Gantt Campañas de Marketing⁴⁷

⁴⁷ Fuente: Elaboración propia.

12.12. Flujo de operaciones

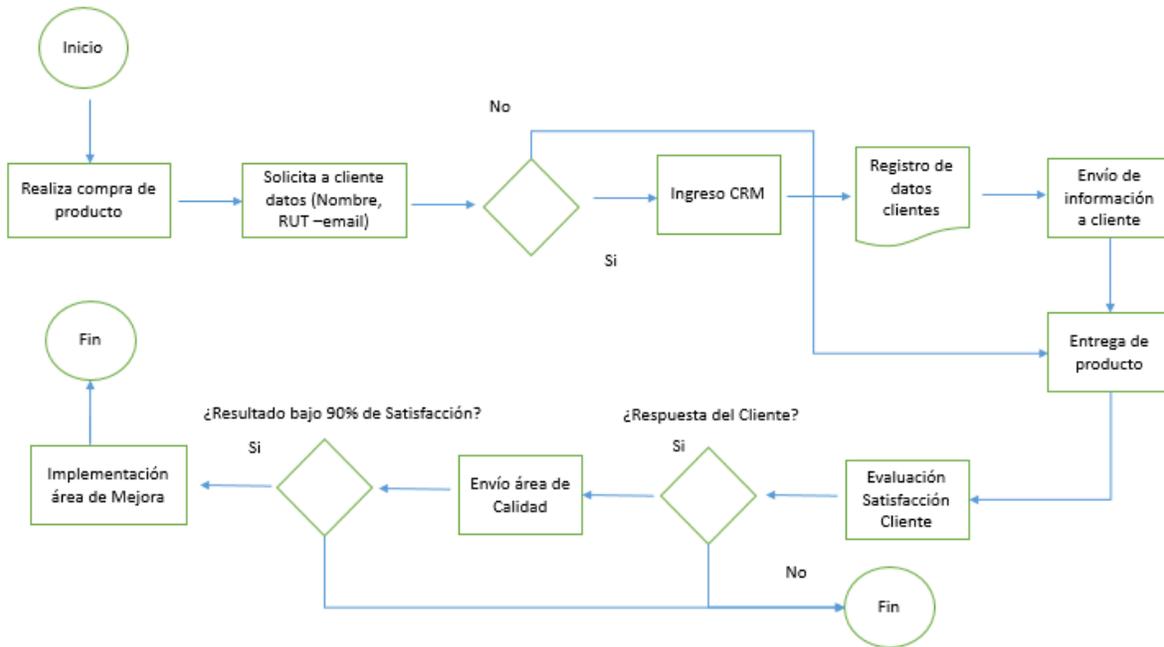


Fig. XI-9

Flujo de Operaciones Cliente en Tienda y Gestión de Calidad⁴⁸

48 Fuente: Elaboración propia.

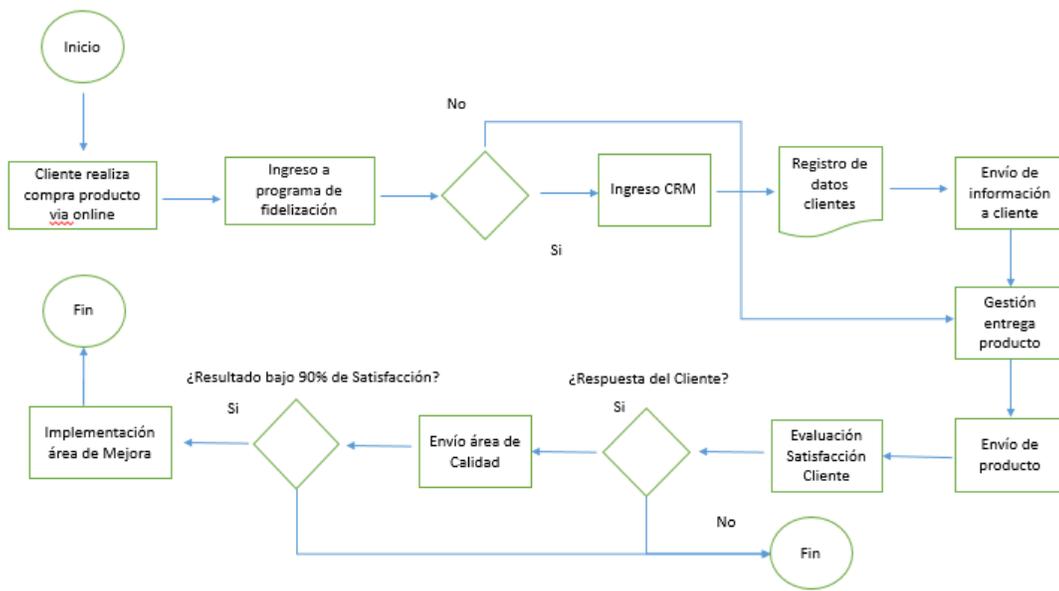


Fig. XI-10

Flujo de Operaciones Cliente en Venta Online y Gestión de Calidad⁴⁹

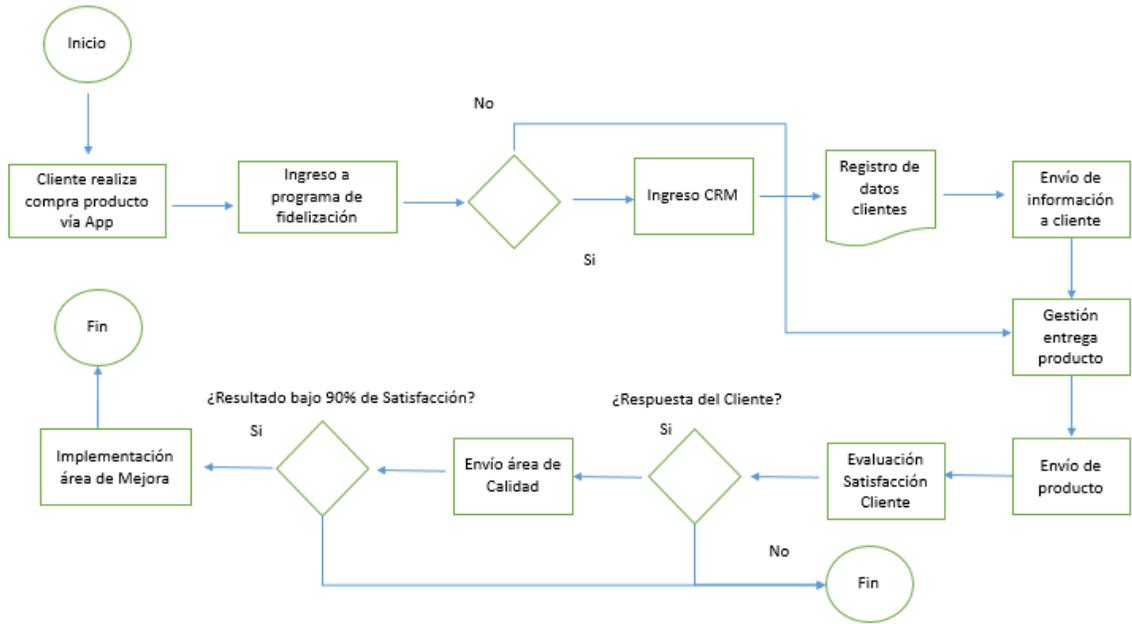


Fig. XI-11

Flujo de Operaciones vía App y Gestión de Calidad

49 Fuente: Elaboración propia.

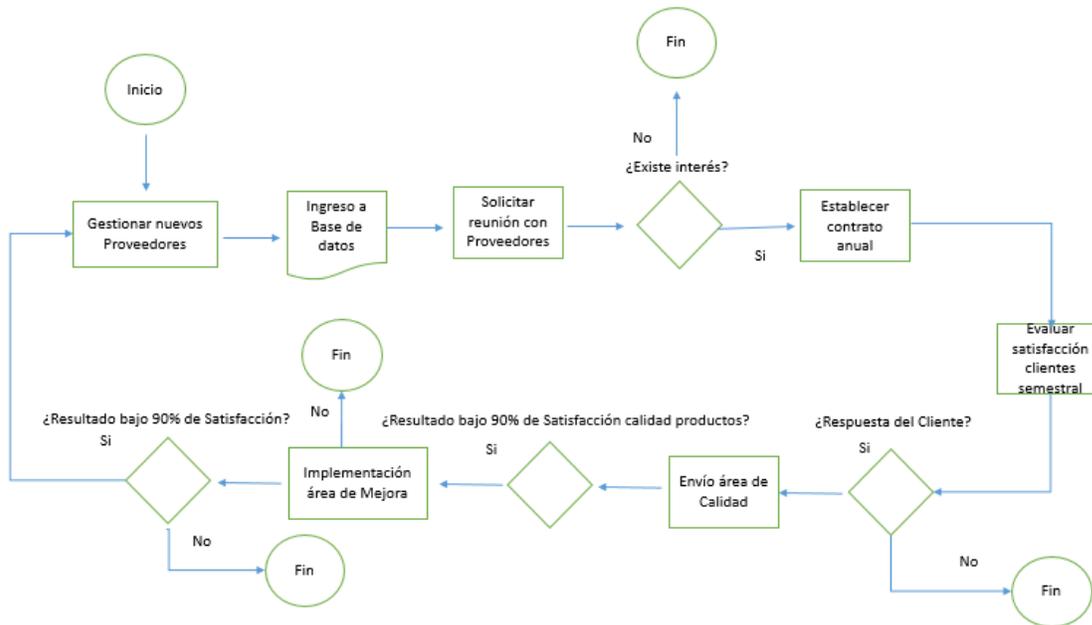


Fig. XI-12 Flujo de Operaciones Gestión de Proveedores y Gestión de Calidad⁵⁰

⁵⁰ Fuente: Elaboración propia.

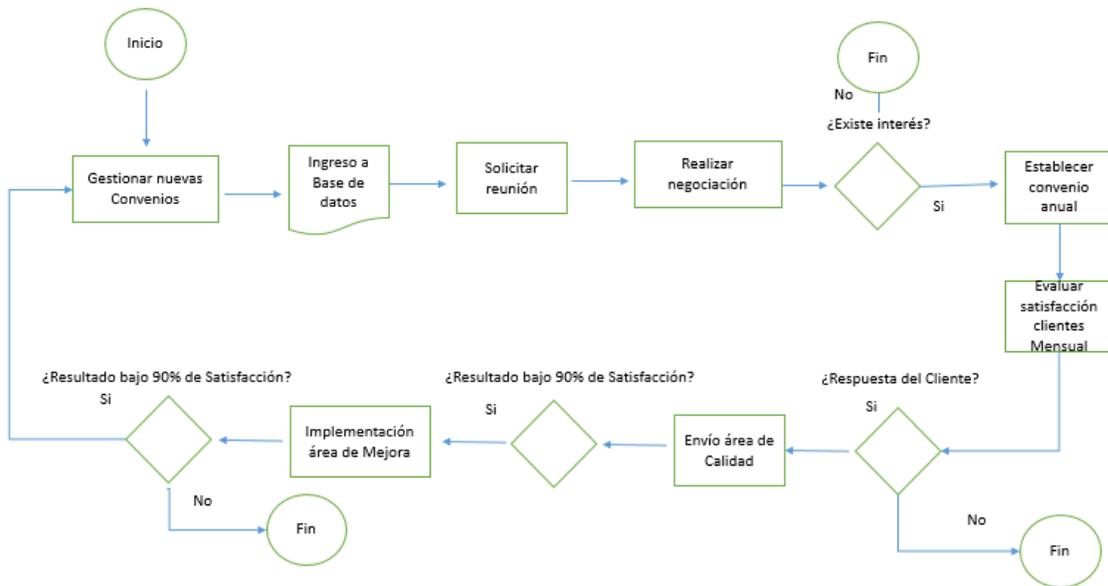


Fig. XI-13 Flujo de Operaciones Gestión de Convenios para entrega de productos y Gestión de Calidad⁵¹.

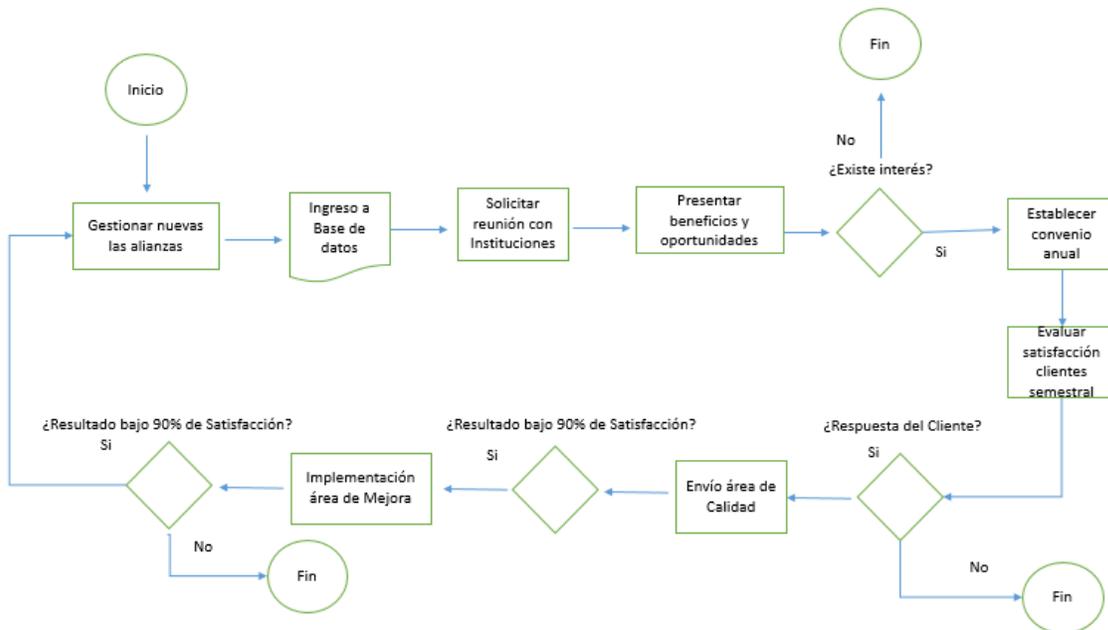


Fig. XI-14 Flujo de Operaciones Gestión de Alianzas y Gestión de Calidad

51 Fuente: Elaboración propia.

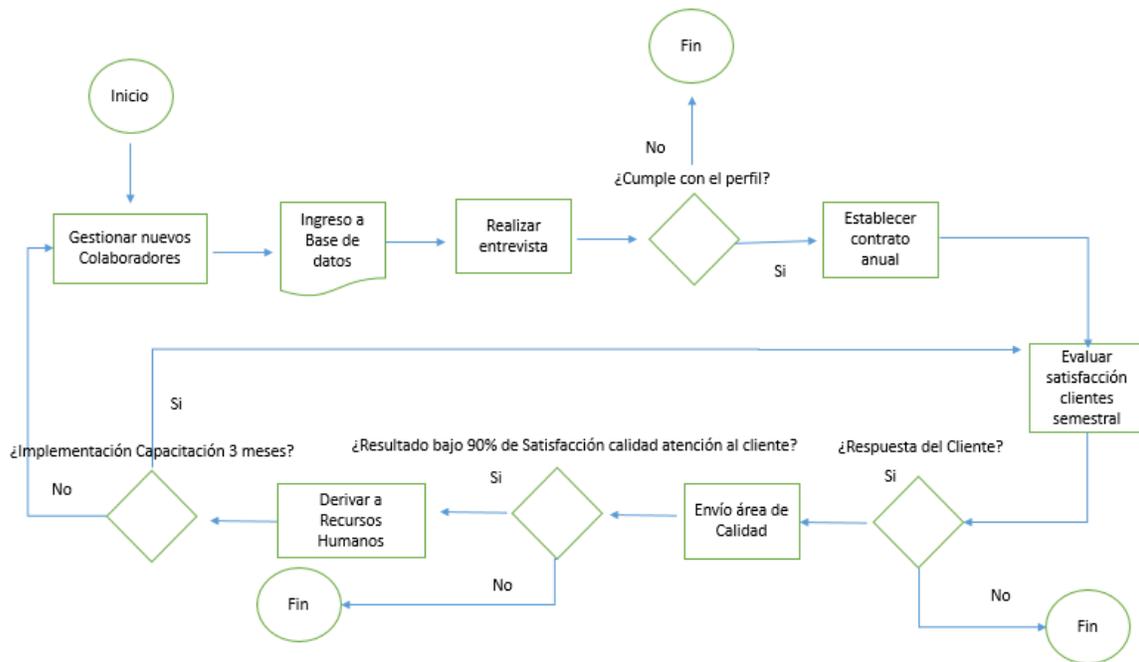


Fig. XI-15 Flujo de Operaciones Gestión de Personas y Gestión de Calidad⁵²

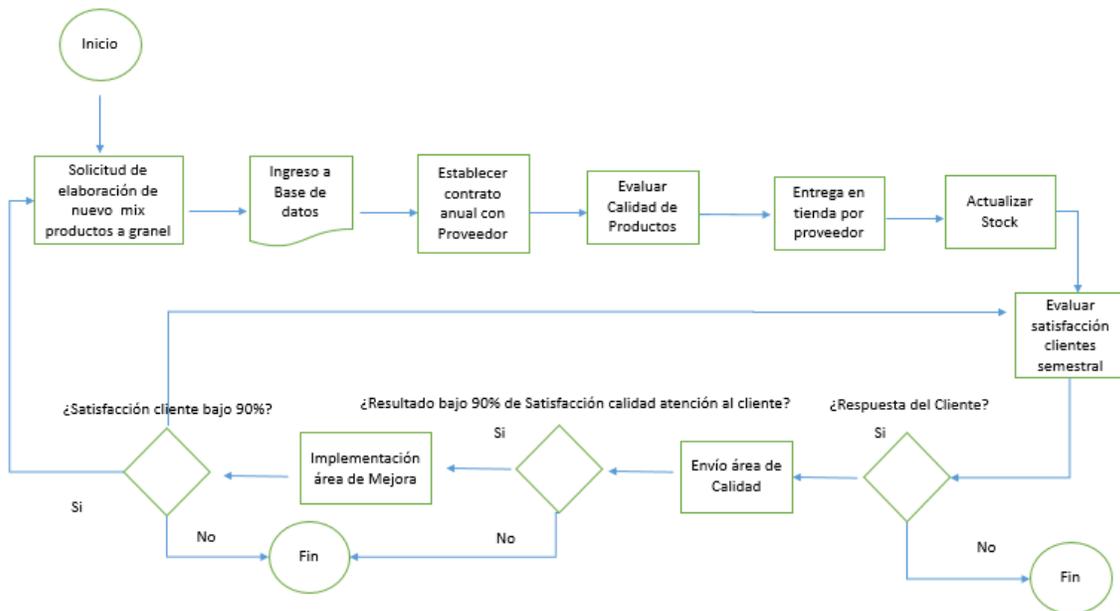


Fig. XI-16 Flujo de Operaciones Innovación de Productos y Gestión de Calidad.

52 Fuente: Elaboración propia.

12.13. Actividades clave de inicio de actividades

Actividad	Responsable	Recursos	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Constitución de la empresa	Socios	Abogado			
Búsqueda de Arriendo	Socios	Corredor de Propiedades			
Firma Contrato de Arriendo	Socios	Corredor de Propiedades			
Diseño Interior Interno tienda	Socios	Arquitecto			
Inicio de Actividades SII	Socios	Contador			
Gestión de Patentes Comerciales	Socios	Abogado			
Autorización municipal SEC y Sanitaria	Socios	Abogado			
Búsqueda de Proveedores	Socios	Socios			
Alianzas	Socios	Socios			
Convenios	Socios	Socios			
Diseño Página Web	Agencia de medios	Community Manager			
Diseño Facebook	Agencia de medios	Community Manager			
Diseño Instagram	Agencia de medios	Community Manager			
Campaña Publicitaria	Agencia de medios	Community Manager			
Contratación Personal	Socios	Administrador			
Apertura	Socios	Administrador			

Tabla XI—34 Gantt de Implementación⁵³

⁵³ Fuente: Elaboración propia.

12.14. Equipo Gestor

Socio	Curriculum Vitae Abreviado	Responsabilidades
SCI	<ul style="list-style-type: none"> • MBA c, Universidad de Chile • Químico Farmacéutico, Universidad de Valparaíso • Experiencia laboral en Industria Farmacéutica de Innovación Multinacional en área regulatoria y médica y docencia universitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar contrato arquitecto y diseño • Autorización sanitaria • Apoyo de búsqueda Administrador • Apoyo búsqueda de personal • Búsqueda de Agencia de Medios • Búsqueda de Alianzas • Búsqueda de Convenios • Coordinación lanzamiento
MLR	<ul style="list-style-type: none"> • MBA c, Universidad de Chile • Ingeniero Eléctrico, Universidad de Santiago • Ingeniero Mecánico, Universidad de Talca • Experiencia en Industria Telecomunicaciones, Instalaciones de emisión crítica e Industria de la Construcción, Industria del Plástico y docencia en colegio técnico profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar constitución de la empresa • Inicio de Actividades SII • Gestión de patentes • Gestionar búsqueda de arriendo con corredor de propiedades y firma de contrato. • Búsqueda de Proveedores • Búsqueda de Administrador • Búsqueda de Personal

Tabla XI—35

Socios y responsables⁵⁴

⁵⁴ Fuente: Elaboración propia.

12.15. Descripción de roles

Rol	Responsabilidad	Nivel de antigüedad	Requisitos	Tipo de empleo
Administrador (n=1)	Será el responsable de gestionar y mantener el negocio y financiero. Además estará encargado de la gestión de recursos humanos, junto a la mantención de relaciones con los proveedores	Con experiencia	Ingeniero Comercial	Jornada Completa
Responsable de Calidad (n=1)	Encargado de gestionar y evaluación continua de la calidad de todos los procesos involucrados que agregan valor a la empresa. Es un actor clave para evaluar continuamente el negocio en tema de gestión y temas regulatorios sanitarios.	Con experiencia	Carrera a fin con conocimiento de ISO 9001/9004/19011/14001 que determina los requisitos para un Sistema de Gestión de Calidad para aplicarse en la empresa y gestión medio ambiental (si aplica)	Jornada Completa
Community Manager (n=1)	Encargado del marketing digital, el cual será responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online.	Con experiencia	Agencia de medios	Honorarios
Contador (n=1)	Encargado de gestionar y mantener el negocio en temas de contabilidad.	Con experiencia	Ninguna	Medio tiempo
Cajero (n=2)	Encargado de realizar la atención del cliente y la venta de los productos en la tienda física. También gestionará la venta online.	Con experiencia	Universitarios parte del programa de alianzas. Persona proactiva, preferente residente en comuna cercana (no excluyente)	Jornada Completa
Bodeguero (n=1)	Encargado de realizar la atención de recepción de productos, envío de productos a la bodega, orden de productos, inventario.	Con experiencia en almacenaje y manejo de inventario	Proactivo	Medio tiempo
Aseador (n=1)	Apoyar y asistir las actividades que hacen referencia a la limpieza interna y externa de la tienda.	Sin experiencia	Proactivo	Jornada Completa

12.16. Análisis Financiero

12.16.1. Supuestos Financieros

MES	Variación (%)
1	-
2	
3	
4	50%
5	10%
6	-12%
7	1%
8	35%
9	35%
10	1%
11	0%
12	35%

Tabla XI—37 Variación de Ventas durante el primer año⁵⁶

AÑO	Variación (%)
AÑO 1	-
AÑO 2	5%
AÑO 3	12%
AÑO 4	5%
AÑO 5	2%

Tabla XI—38 Variación de Ventas año a año.⁵⁷

55 Fuente: Elaboración propia.

56 Fuente: Elaboración propia.

57 Fuente: Elaboración propia.

Id	PRODUCTOS	UN	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6							
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta					
GRUPO 2 CEREALES SEMILLAS Y GRANOS																											
33	Avena Integral	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	56.707	gr	\$ 109.161,59	85.061	gr	\$ 163.742,38	74.854	gr	\$ 144.093,29						
34	Avena instantánea	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	28.354	gr	\$ 54.580,79	42.530	gr	\$ 81.871,19	37.427	gr	\$ 72.046,65						
35	Cereal anillos frutales	gr	\$ 3,60	\$ 6,30	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	42.530	gr	\$ 267.842,07	63.796	gr	\$ 401.913,11	56.140	gr	\$ 353.683,54						
36	Cereal hojuelas de chocolate	gr	\$ 2,50	\$ 4,38	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	28.354	gr	\$ 124.047,26	42.530	gr	\$ 186.070,88	37.427	gr	\$ 163.742,38						
37	Confites integrales	gr	\$ 5,20	\$ 9,10	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	85.061	gr	\$ 774.054,88	127.591	gr	\$ 1.161.082,32	112.280	gr	\$ 1.021.752,44						
38	Granola	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	141.768	gr	\$ 935.925,41	212.652	gr	\$ 1.403.888,11	187.134	gr	\$ 1.235.421,53						
39	Granola con miel	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	113.415	gr	\$ 873.530,38	170.122	gr	\$ 1.310.295,57	149.707	gr	\$ 1.153.060,10						
40	Granola de oro	gr	\$ 14,74	\$ 25,79	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
41	Granola especial	gr	\$ 2,90	\$ 5,08	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
42	Mijo Pelado	gr	\$ 2,50	\$ 4,38	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
43	Pipoca de Quinoa dulce	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
44	Pipoca de Quinoa natural	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
45	Trigo Mote	gr	\$ 1,00	\$ 1,75	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
46	Quinoa Roja	gr	\$ 6,50	\$ 11,38	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
47	Quinoa Blanca	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
48	Quinoa tricolor	gr	\$ 5,90	\$ 10,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
49	Quinoa Negra	gr	\$ 5,90	\$ 10,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -						
50	Salvado de Trigo	gr	\$ 1,26	\$ 2,20	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	1.000	gr	\$ 2.200,60	880	gr	\$ 1.936,53			
51	Semilla de Linaza	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	1.000	gr	\$ 4.401,20	880	gr	\$ 3.873,05			
52	Semillas de amaranto	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -			
53	Semillas de Chia	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	500	gr	\$ 3.851,05	440	gr	\$ 3.388,92			
54	Semillas de maravilla pelada	gr	\$ 5,66	\$ 9,90	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	500	gr	\$ 4.951,35	440	gr	\$ 4.357,19			
55	Semilla alpiste	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	1.000	gr	\$ 3.675,00	880	gr	\$ 3.234,00			
56	Semilla de cáñamo	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -			
57	Semilla amapola	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -			
58	Arroz Integral	gr	\$ 0,88	\$ 1,54	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -			
59	Arroz Jazmin	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -			
60	Arroz Negro	gr	\$ 4,59	\$ 8,03	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	2.835	gr	\$ 22.774,18	4.253	gr	\$ 34.161,28	3.743	gr	\$ 30.061,92

Id	PRODUCTOS	UN	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
60	Arroz Negro	gr	\$ 4,59	\$ 8,03	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	2.835	gr	\$ 22.774,18	4.253	gr	\$ 34.161,28	3.743	gr	\$ 30.061,92	
61	Arroz mixto integral	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	14.177	gr	\$ 52.099,85	21.265	gr	\$ 78.149,77	18.713	gr	\$ 68.771,80	
62	Burgol, grano medio	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
63	Arroz Arborio	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	8.506	gr	\$ 29.771,34	12.759	gr	\$ 44.657,01	11.228	gr	\$ 39.298,17	
64	Arroz basmati	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	8.506	gr	\$ 44.657,01	12.759	gr	\$ 68.985,52	11.228	gr	\$ 58.947,26	
65	Arroz Sushi	gr	\$ 1,13	\$ 1,98	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	170.122	gr	\$ 336.933,15	255.183	gr	\$ 505.399,72	224.561	gr	\$ 444.751,75	
66	Arroz Blanco Grano largo	gr	\$ 0,69	\$ 1,21	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	226.829	gr	\$ 274.538,12	340.244	gr	\$ 411.807,18	299.415	gr	\$ 362.390,32	
67	Arroz Blanco Pרגرررررررررررر	gr	\$ 0,88	\$ 1,54	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	141.768	gr	\$ 218.382,59	212.652	gr	\$ 327.573,89	187.134	gr	\$ 288.265,02	
68	Semola	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	99.238	gr	\$ 520.998,48	148.857	gr	\$ 781.497,71	130.994	gr	\$ 687.717,99	
69	Cabello de Angel	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	226.829	gr	\$ 754.207,32	340.244	gr	\$ 1.131.310,98	299.415	gr	\$ 995.553,66	
70	Coditos Qufarar	gr	\$ 1,20	\$ 2,10	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
71	Corbattas	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
72	Couscous	gr	\$ 3,10	\$ 5,43	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
73	Mostaccioli	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
74	Pasta espirales	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
75	Pasta seca Caracol	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
76	Pasta spaghetti	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
77	Pasta tallarin	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
78	Chia	gr	\$ 4,80	\$ 8,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
79	Linaza entera	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
80	Maravilla pelada	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	70.884	gr	\$ 744.283,54	106.326	gr	\$ 1.116.425,30	93.567	gr	\$ 982.454,27	
81	Sésamo blanco	gr	\$ 6,20	\$ 10,85	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
82	Sésamo tostado	gr	\$ 6,30	\$ 11,03	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
83	Sésamo negro	gr	\$ 5,80	\$ 10,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
84	Pepe de Zapallo	gr	\$ 8,30	\$ 14,53	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	

Tabla XI—41 Demanda y Precio productos Grupo 2 (Meses 1-6)⁶⁰

60 Fuente: Elaboración propia.

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta															
GRUPO 2 CEREALES SEMILLAS Y GRANOS																						
33	Avena Integral	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	79.602	gr	\$ 145.534,23	102.063	gr	\$ 196.471,20	137.785	gr	\$ 265.236,13	139.163	gr	\$ 267.888,49	139.163	gr	\$ 267.888,49	187.870	gr	\$ 361.648,46
34	Avena Instantánea	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	37.801	gr	\$ 72.787,11	51.031	gr	\$ 98.235,60	68.893	gr	\$ 132.618,06	69.581	gr	\$ 133.944,24	69.581	gr	\$ 133.944,24	93.935	gr	\$ 180.824,73
35	Cereales añillos frutales	gr	\$ 3,60	\$ 6,30	56.702	gr	\$ 357.220,37	76.547	gr	\$ 482.247,50	103.339	gr	\$ 651.034,13	104.372	gr	\$ 657.544,47	104.372	gr	\$ 657.544,47	140.902	gr	\$ 887.885,03
36	Cereales hojuelas de chocolate	gr	\$ 2,50	\$ 4,38	37.801	gr	\$ 165.379,80	51.031	gr	\$ 223.262,73	68.893	gr	\$ 301.404,69	69.581	gr	\$ 304.418,74	69.581	gr	\$ 304.418,74	93.935	gr	\$ 410.985,29
37	Confiteles Integrales	gr	\$ 5,20	\$ 9,10	113.403	gr	\$ 1.031.989,86	153.094	gr	\$ 1.393.159,45	209.678	gr	\$ 1.880.765,26	208.744	gr	\$ 1.899.572,91	208.744	gr	\$ 1.899.572,91	281.805	gr	\$ 2.564.423,43
38	Granola	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	189.005	gr	\$ 1.247.775,75	255.157	gr	\$ 1.684.497,26	344.463	gr	\$ 2.274.071,30	347.907	gr	\$ 2.296.812,02	347.907	gr	\$ 2.296.812,02	469.675	gr	\$ 3.100.696,22
39	Granola con miel	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	151.204	gr	\$ 1.164.590,70	204.126	gr	\$ 1.572.197,45	275.570	gr	\$ 2.122.466,55	278.326	gr	\$ 2.143.691,22	278.326	gr	\$ 2.143.691,22	375.740	gr	\$ 2.893.983,14
40	Granola de oro	gr	\$ 14,74	\$ 25,79	-	gr	\$ -															
41	Granola especial	gr	\$ 2,90	\$ 5,08	-	gr	\$ -															
42	Mijo Pelado	gr	\$ 2,50	\$ 4,38	-	gr	\$ -															
43	Pipoca de Quinoa dulce	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	-	gr	\$ -															
44	Pipoca de Quinoa natural	gr	\$ 1,10	\$ 1,93	-	gr	\$ -															
45	Trigo Mote	gr	\$ 1,00	\$ 1,75	-	gr	\$ -															
46	Quinoa Roja	gr	\$ 6,50	\$ 11,38	-	gr	\$ -															
47	Quinoa Blanca	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	-	gr	\$ -															
48	Quinoa tricolor	gr	\$ 5,90	\$ 10,33	-	gr	\$ -															
49	Quinoa Negra	gr	\$ 5,90	\$ 10,33	-	gr	\$ -															
50	Salvado de Trigo	gr	\$ 1,26	\$ 2,20	889	gr	\$ 1.955,89	1.200	gr	\$ 2.640,45	1.620	gr	\$ 3.564,61	1.636	gr	\$ 3.600,26	1.636	gr	\$ 3.600,26	2.209	gr	\$ 4.860,35
51	Semilla de Linaza	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	889	gr	\$ 3.911,78	1.200	gr	\$ 5.280,91	1.620	gr	\$ 7.129,23	1.636	gr	\$ 7.200,52	1.636	gr	\$ 7.200,52	2.209	gr	\$ 9.720,70
52	Semillas de amaranto	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	-	gr	\$ -															
53	Semillas de Chia	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	444	gr	\$ 3.422,81	600	gr	\$ 4.620,80	810	gr	\$ 6.238,07	818	gr	\$ 6.300,45	818	gr	\$ 6.300,45	1.104	gr	\$ 8.505,61
54	Semillas de maravilla pelada	gr	\$ 5,66	\$ 9,90	444	gr	\$ 4.400,76	600	gr	\$ 5.941,02	810	gr	\$ 8.020,38	818	gr	\$ 8.100,58	818	gr	\$ 8.100,58	1.104	gr	\$ 10.935,79
55	Semilla alpiste	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	889	gr	\$ 3.266,34	1.200	gr	\$ 4.409,56	1.620	gr	\$ 5.952,90	1.636	gr	\$ 6.012,43	1.636	gr	\$ 6.012,43	2.209	gr	\$ 8.116,79
56	Semilla de cáñamo	gr	\$ 4,40	\$ 7,70	-	gr	\$ -															
57	Semilla amapola	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	-	gr	\$ -															
58	Arroz Integral	gr	\$ 0,88	\$ 1,54	-	gr	\$ -															
59	Arroz Jazmin	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	-	gr	\$ -															
60	Arroz Negro	gr	\$ 4,59	\$ 8,03	3.780	gr	\$ 30.382,54	5.103	gr	\$ 40.989,43	6.889	gr	\$ 55.335,74	6.958	gr	\$ 55.889,09	6.958	gr	\$ 55.889,09	9.393	gr	\$ 75.450,27

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta															
61	Arroz mixto Integral	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	18.901	gr	\$ 69.459,52	25.516	gr	\$ 93.770,35	34.446	gr	\$ 126.589,97	34.791	gr	\$ 127.855,87	34.791	gr	\$ 127.855,87	46.967	gr	\$ 172.605,42
62	Burgol, grano medio	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	-	gr	\$ -															
63	Arroz Arborio	gr	\$ 2,00	\$ 3,50	11.340	gr	\$ 39.891,15	15.309	gr	\$ 53.583,06	20.668	gr	\$ 72.337,13	20.874	gr	\$ 73.060,50	20.874	gr	\$ 73.060,50	28.180	gr	\$ 98.631,67
64	Arroz basmati	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	11.340	gr	\$ 59.536,73	15.309	gr	\$ 80.374,58	20.668	gr	\$ 108.505,69	20.874	gr	\$ 109.590,74	20.874	gr	\$ 109.590,74	28.180	gr	\$ 147.947,51
65	Arroz Sushi	gr	\$ 1,13	\$ 1,98	228.807	gr	\$ 449.199,27	306.189	gr	\$ 606.419,01	413.355	gr	\$ 818.665,67	417.489	gr	\$ 826.852,33	417.489	gr	\$ 826.852,33	563.810	gr	\$ 1.116.250,64
66	Arroz Blanco Grano largo	gr	\$ 0,69	\$ 1,21	302.409	gr	\$ 366.014,22	408.252	gr	\$ 494.119,20	551.140	gr	\$ 667.060,92	556.651	gr	\$ 673.731,53	556.651	gr	\$ 673.731,53	751.479	gr	\$ 909.537,56
67	Arroz Blanco Pregreñado	gr	\$ 0,88	\$ 1,54	189.005	gr	\$ 291.147,88	255.157	gr	\$ 393.049,36	344.463	gr	\$ 530.616,84	347.907	gr	\$ 535.922,80	347.907	gr	\$ 535.922,80	469.675	gr	\$ 723.495,79
68	Semola	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	132.304	gr	\$ 694.595,17	178.610	gr	\$ 937.703,48	241.124	gr	\$ 1.265.899,69	243.535	gr	\$ 1.278.558,69	243.535	gr	\$ 1.278.558,69	328.772	gr	\$ 1.726.054,23
69	Cabello de Angel	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	302.409	gr	\$ 1.005.509,20	408.252	gr	\$ 1.357.437,41	551.140	gr	\$ 1.832.540,51	556.651	gr	\$ 1.850.865,91	556.651	gr	\$ 1.850.865,91	751.479	gr	\$ 2.498.668,58
70	Coditos Quifaros	gr	\$ 1,20	\$ 2,10	-	gr	\$ -															
71	Corbattas	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
72	Couscous	gr	\$ 3,10	\$ 5,43	-	gr	\$ -															
73	Mostaccioli	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
74	Pasta espirales	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
75	Pasta seca Caracoli	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
76	Pasta spaghetti	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
77	Pasta tallarin	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -															
78	Chia	gr	\$ 4,80	\$ 8,40	-	gr	\$ -															
79	Linaza entera	gr	\$ 2,10	\$ 3,68	-	gr	\$ -															
80	Maravilla pelado	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	94.503	gr	\$ 992.278,81	127.579	gr	\$ 1.339.576,39	172.231	gr	\$ 1.808.428,13	173.954	gr	\$ 1.826.512,41	173.954	gr	\$ 1.826.512,41	234.337	gr	\$ 2.465.791,76
81	Sésamo blanco	gr	\$ 6,20	\$ 10,85	-	gr	\$ -															
82	Sésamo tostado	gr	\$ 6,30	\$ 11,03	-	gr	\$ -															
83	Sésamo negro	gr	\$ 5,80	\$ 10,15	-	gr	\$ -															
84	Pepa de Zapallo	gr	\$ 8,30	\$ 14,53	-	gr	\$ -															

Tabla XI—42 Demanda y Precio productos Grupo 2 (Meses 7-12)⁶¹

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta															
GRUPO 3 AZUCARES																						
85	Azúcar morena de caña	gr	\$ 2,20	\$ 3,85	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -									

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6			
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	
GRUPO 4 FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS																							
92	Mani con cascara	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	5.671	gr	\$ 37.437,02	8.506	gr	\$ 56.155,52	7.485	gr	\$ 49.416,86	
93	Mani con merken	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 93.592,54	21.265	gr	\$ 140.388,81	18.713	gr	\$ 123.542,15	
94	Mani tostado natural	gr	\$ 4,00	\$ 7,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 99.237,80	21.265	gr	\$ 148.856,71	18.713	gr	\$ 130.993,90	
95	Mani tostado sin sal	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 93.592,54	21.265	gr	\$ 140.388,81	18.713	gr	\$ 123.542,15	
96	Mani con sal	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 93.592,54	21.265	gr	\$ 140.388,81	18.713	gr	\$ 123.542,15	
97	Mani Frito salado	gr	\$ 4,00	\$ 7,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 99.237,80	21.265	gr	\$ 148.856,71	18.713	gr	\$ 130.993,90	
98	Mani confitado	gr	\$ 4,20	\$ 7,35	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 104.159,70	21.265	gr	\$ 156.299,54	18.713	gr	\$ 137.543,60	
99	Mix Frutos secos	gr	\$ 5,03	\$ 8,80	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	113.415	gr	\$ 998.320,43	170.122	gr	\$ 1.497.480,65	149.707	gr	\$ 1.317.782,97	
100	Mix frutos secos con sal	gr	\$ 5,03	\$ 8,80	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
101	Pasa amar	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
102	Nuez cuarto claro	gr	\$ 10,55	\$ 18,46	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
103	Nuez mariposa clara	gr	\$ 13,50	\$ 23,63	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
104	Nuez tostada natural	gr	\$ 18,75	\$ 32,81	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
105	Nuez pescana con cascara	gr	\$ 8,00	\$ 14,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
106	Pasas negras	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
107	Pasas rubias	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
108	Nuez Mariposa	gr	\$ 8,80	\$ 15,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
109	Castaña de cajú cruda	gr	\$ 14,00	\$ 24,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
110	Castaña de cajú tostada con sal	gr	\$ 16,00	\$ 28,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	2.000	gr	\$ 56.000,00	1.760	gr	\$ 49.280,00
111	Cranberry deshidratado	gr	\$ 5,70	\$ 9,98	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	1.000	gr	\$ 9.975,00	880	gr	\$ 8.778,00
112	Granola especial	gr	\$ 2,90	\$ 5,08	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	12.000	gr	\$ 60.900,00	10.560	gr	\$ 53.592,00
113	Coco Cubo	gr	\$ 10,00	\$ 17,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	3.000	gr	\$ 52.500,00	2.640	gr	\$ 46.200,00
114	Tomate Deshidratado	gr	\$ 12,20	\$ 21,35	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	2.000	gr	\$ 42.700,00	1.760	gr	\$ 37.576,00
115	Arandanos Deshidratados	gr	\$ 8,00	\$ 14,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	1.000	gr	\$ 14.000,00	880	gr	\$ 12.320,00
116	Pistacho Salado	gr	\$ 14,46	\$ 25,31	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	4.000	gr	\$ 101.227,54	3.520	gr	\$ 89.080,24
117	Pistacho sin sal	gr	\$ 13,20	\$ 23,11	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	2.000	gr	\$ 48.212,57	1.760	gr	\$ 40.667,07
118	Pistacho tostado natural con casco	gr	\$ 15,00	\$ 26,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
119	Huesillo	gr	\$ 4,53	\$ 7,92	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	14.000	gr	\$ 110.910,18	12.320	gr	\$ 97.600,96
120	Castaña de Cajú	gr	\$ 16,00	\$ 28,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	28.354	gr	\$ 793.902,44	42.530	gr	\$ 1.190.853,66	37.427	gr	\$ 1.047.951,22	
121	Avellana tostada con cáscara	gr	\$ 15,00	\$ 26,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	11.341	gr	\$ 297.713,41	17.012	gr	\$ 446.570,12	14.971	gr	\$ 392.981,71	
122	Avellana tostada	gr	\$ 15,00	\$ 26,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	11.341	gr	\$ 297.713,41	17.012	gr	\$ 446.570,12	14.971	gr	\$ 392.981,71	
123	Almendra laminada sin piel	gr	\$ 12,50	\$ 21,88	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
124	Almendra natural	gr	\$ 10,58	\$ 18,51	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	17.012	gr	\$ 314.831,94	25.518	gr	\$ 472.247,90	22.456	gr	\$ 415.578,16	
125	Almendras	gr	\$ 8,80	\$ 15,40	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	17.012	gr	\$ 262.059,11	25.518	gr	\$ 393.088,67	22.456	gr	\$ 345.918,03	

Tabla XI—45 Demanda y Precio productos Grupo 4 (Meses 1-6)⁶⁴

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 6			Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta																		
GRUPO 4 FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS																									
92	Mani con cascara	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	7.485	gr	\$ 49.416,86	7.560	gr	\$ 49.911,03	10.206	gr	\$ 67.379,89	13.779	gr	\$ 90.962,85	13.916	gr	\$ 91.872,48	13.916	gr	\$ 91.872,48	18.787	gr	\$ 124.027,85
93	Mani con merken	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	18.713	gr	\$ 123.542,15	18.901	gr	\$ 124.777,58	25.516	gr	\$ 168.449,73	34.446	gr	\$ 227.407,13	34.791	gr	\$ 229.681,20	34.791	gr	\$ 229.681,20	46.967	gr	\$ 310.069,62
94	Mani tostado natural	gr	\$ 4,00	\$ 7,00	18.713	gr	\$ 130.993,90	18.901	gr	\$ 132.303,84	25.516	gr	\$ 178.610,19	34.446	gr	\$ 241.123,75	34.791	gr	\$ 243.534,99	34.791	gr	\$ 243.534,99	46.967	gr	\$ 328.772,23
95	Mani tostado sin sal	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	18.713	gr	\$ 123.542,15	18.901	gr	\$ 124.777,58	25.516	gr	\$ 168.449,73	34.446	gr	\$ 227.407,13	34.791	gr	\$ 229.681,20	34.791	gr	\$ 229.681,20	46.967	gr	\$ 310.069,62
96	Mani con sal	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	18.713	gr	\$ 123.542,15	18.901	gr	\$ 124.777,58	25.516	gr	\$ 168.449,73	34.446	gr	\$ 227.407,13	34.791	gr	\$ 229.681,20	34.791	gr	\$ 229.681,20	46.967	gr	\$ 310.069,62
97	Mani Frito salado	gr	\$ 4,00	\$ 7,00	18.713	gr	\$ 130.993,90	18.901	gr	\$ 132.303,84	25.516	gr	\$ 178.610,19	34.446	gr	\$ 241.123,75	34.791	gr	\$ 243.534,99	34.791	gr	\$ 243.534,99	46.967	gr	\$ 328.772,23
98	Mani confitado	gr	\$ 4,20	\$ 7,35	18.713	gr	\$ 137.543,60	18.901	gr	\$ 138.919,03	25.516	gr	\$ 187.540,70	34.446	gr	\$ 253.179,94	34.791	gr	\$ 255.711,74	34.791	gr	\$ 255.711,74	46.967	gr	\$ 345.210,85
99	Mix Frutos secos	gr	\$ 5,03	\$ 8,80	149.707	gr	\$ 1.317.782,97	151.204	gr	\$ 1.330.960,80	204.126	gr	\$ 1.796.797,08	275.570	gr	\$ 2.425.676,06	278.326	gr	\$ 2.449.932,82	278.326	gr	\$ 2.449.932,82	375.740	gr	\$ 3.307.409,31
100	Mix frutos secos con sal	gr	\$ 5,03	\$ 8,80	-	gr	\$ -																		
101	Pasa amar	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	-	gr	\$ -																		
102	Nuez cuarto claro	gr	\$ 10,55	\$ 18,46	-	gr	\$ -																		
103	Nuez mariposa clara	gr	\$ 13,50	\$ 23,63	-	gr	\$ -																		
104	Nuez tostada natural	gr	\$ 18,75	\$ 32,81	-	gr	\$ -																		
105	Nuez pescana con cascara	gr	\$ 8,00	\$ 14,00	-	gr	\$ -																		
106	Pasas negras	gr	\$ 2,51	\$ 4,40	-	gr	\$ -																		
107	Pasas rubias	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	-	gr	\$ -																		
108	Nuez Mariposa	gr	\$ 8,80	\$ 15,40	-	gr	\$ -																		
109	Castaña de cajú cruda	gr	\$ 14,00	\$ 24,50	-	gr	\$ -																		
110	Castaña de cajú tostada con sal	gr	\$ 16,00	\$ 28,00	1.760	gr	\$ 49.280,00	1.778	gr	\$ 49.772,80	2.400	gr	\$ 67.192,80	3.240	gr	\$ 90.710									

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 5 ARIÑAS Y ALMIDORES																						
126	Chuflo	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 49.916,02	21.265	gr	\$ 74.874,03	18.713	gr	\$ 65.889,15
127	Malцена	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 49.916,02	21.265	gr	\$ 74.874,03	18.713	gr	\$ 65.889,15
128	Arina de Maiz	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	42.530	gr	\$ 149.748,06	63.796	gr	\$ 224.622,10	56.140	gr	\$ 197.667,45
129	Harina de soya	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
130	Harina Integral	gr	\$ 2,58	\$ 4,51	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	28.354	gr	\$ 127.909,81	42.530	gr	\$ 191.864,71	37.427	gr	\$ 168.840,94
131	Harina Tostada	gr	\$ 1,26	\$ 2,20	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	2.835	gr	\$ 6.239,50	4.253	gr	\$ 9.359,25	3.743	gr	\$ 8.236,14
132	Harina de arroz Integral	gr	\$ 2,29	\$ 4,01	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	28.354	gr	\$ 113.627,29	42.530	gr	\$ 170.440,93	37.427	gr	\$ 149.988,02
133	Harina de coco orgánica	gr	\$ 2,90	\$ 5,08	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
134	Harina de almendra sin piel	gr	\$ 13,90	\$ 24,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	14.177	gr	\$ 344.851,37	21.265	gr	\$ 517.277,06	18.713	gr	\$ 455.203,81
135	Harina de almendra con piel	gr	\$ 8,75	\$ 15,31	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
136	Harina de Garbanzo	gr	\$ 2,20	\$ 3,85	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
137	Harina de Lentejas	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
138	Harina de trigo	gr	\$ 3,14	\$ 5,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
139	Harina de Quinoa	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -

Tabla XI—47 Demanda y Precio productos Grupo 5 (Meses 1-6)⁶⁵

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 5 ARIÑAS Y ALMIDORES																						
126	Chuflo	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	18.901	gr	\$ 66.548,04	25.516	gr	\$ 89.839,85	34.446	gr	\$ 121.283,80	34.791	gr	\$ 122.496,64	34.791	gr	\$ 122.496,64	46.967	gr	\$ 165.370,47
127	Malцена	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	18.901	gr	\$ 66.548,04	25.516	gr	\$ 89.839,85	34.446	gr	\$ 121.283,80	34.791	gr	\$ 122.496,64	34.791	gr	\$ 122.496,64	46.967	gr	\$ 165.370,47
128	Arina de Maiz	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	56.702	gr	\$ 199.644,12	76.547	gr	\$ 269.519,56	103.339	gr	\$ 363.851,41	104.372	gr	\$ 367.489,92	104.372	gr	\$ 367.489,92	140.902	gr	\$ 496.111,40
129	Harina de soya	gr	\$ 2,01	\$ 3,52	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
130	Harina Integral	gr	\$ 2,58	\$ 4,51	37.801	gr	\$ 170.529,35	51.031	gr	\$ 230.214,63	68.893	gr	\$ 310.789,75	69.581	gr	\$ 313.897,64	69.581	gr	\$ 313.897,64	93.935	gr	\$ 423.761,82
131	Harina Tostada	gr	\$ 1,26	\$ 2,20	3.780	gr	\$ 8.318,51	5.103	gr	\$ 11.229,98	6.889	gr	\$ 15.160,48	6.958	gr	\$ 15.312,08	6.958	gr	\$ 15.312,08	9.393	gr	\$ 20.871,31
132	Harina de arroz Integral	gr	\$ 2,29	\$ 4,01	37.801	gr	\$ 151.487,90	51.031	gr	\$ 204.508,66	68.893	gr	\$ 276.086,69	69.581	gr	\$ 278.847,56	69.581	gr	\$ 278.847,56	93.935	gr	\$ 376.444,21
133	Harina de coco orgánica	gr	\$ 2,90	\$ 5,08	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
134	Harina de almendra sin piel	gr	\$ 13,90	\$ 24,33	18.901	gr	\$ 459.755,85	25.516	gr	\$ 620.670,40	34.446	gr	\$ 837.905,03	34.791	gr	\$ 848.284,09	34.791	gr	\$ 848.284,09	46.967	gr	\$ 1.142.483,52
135	Harina de almendra con piel	gr	\$ 8,75	\$ 15,31	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
136	Harina de Garbanzo	gr	\$ 2,20	\$ 3,85	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
137	Harina de Lentejas	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
138	Harina de trigo	gr	\$ 3,14	\$ 5,50	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
139	Harina de Quinoa	gr	\$ 3,77	\$ 6,60	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -

Tabla XI—48 Demanda y Precio productos Grupo 5 (Meses 7-12)⁶⁶

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 6 LEGUMBRES																						
140	Arvejas Amarillas partidas	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	56.707	gr	\$ 137.269,06	85.061	gr	\$ 205.903,59	74.854	gr	\$ 181.195,16
141	Arvejas Verdes partidas	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	56.707	gr	\$ 137.269,06	85.061	gr	\$ 205.903,59	74.854	gr	\$ 181.195,16
142	Arvejas partidas secas	gr	\$ 1,35	\$ 2,36	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	56.707	gr	\$ 133.971,04	85.061	gr	\$ 200.956,55	74.854	gr	\$ 178.841,77
143	Garbanzos sin piel	gr	\$ 2,07	\$ 3,63	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	113.415	gr	\$ 411.807,18	170.122	gr	\$ 617.710,77	149.707	gr	\$ 543.585,48
144	Porotos blancos pelados	gr	\$ 1,89	\$ 3,30	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	42.530	gr	\$ 140.388,81	63.796	gr	\$ 210.583,22	56.140	gr	\$ 185.313,23
145	Porotos Burro	gr	\$ 1,70	\$ 2,97	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	85.061	gr	\$ 252.699,86	127.591	gr	\$ 379.049,79	112.280	gr	\$ 333.563,81
146	Poroto amarillo	gr	\$ 2,39	\$ 4,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
147	Poroto frutilla	gr	\$ 1,82	\$ 3,19	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
148	Poroto negro	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	85.061	gr	\$ 282.827,74	127.591	gr	\$ 424.241,62	112.280	gr	\$ 373.332,62
149	Poroto mung	gr	\$ 35,00	\$ 61,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
150	Poroto pallar grande	gr	\$ 3,10	\$ 5,43	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
151	Lentejas 4mm	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
152	Lentejas 6mm	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
153	Lentejas pinta	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
154	Lentejas rojas	gr	\$ 2,58	\$ 4,51	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -

Tabla XI—49 Demanda y Precio productos Grupo 6 (Meses 1-6)⁶⁷

65 Fuente: Elaboración propia.
66 Fuente: Elaboración propia.
67 Fuente: Elaboración propia.

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 6 LEGUMBRES																						
140	Arvejas Amarillas partidas	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	75.602	gr	\$ 183.007,11	102.063	gr	\$ 247.059,60	137.785	gr	\$ 333.530,46	139.163	gr	\$ 336.865,76	139.163	gr	\$ 336.865,76	187.870	gr	\$ 454.768,78
141	Arvejas Verdes partidas	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	75.602	gr	\$ 183.007,11	102.063	gr	\$ 247.059,60	137.785	gr	\$ 333.530,46	139.163	gr	\$ 336.865,76	139.163	gr	\$ 336.865,76	187.870	gr	\$ 454.768,78
142	Arvejas partidas secas	gr	\$ 1,35	\$ 2,36	75.602	gr	\$ 178.610,19	102.063	gr	\$ 241.123,75	137.785	gr	\$ 325.517,06	139.163	gr	\$ 328.772,23	139.163	gr	\$ 328.772,23	187.870	gr	\$ 443.842,52
143	Garbanzos sin piel	gr	\$ 2,07	\$ 3,63	151.204	gr	\$ 549.021,33	204.126	gr	\$ 741.178,80	275.570	gr	\$ 1.000.591,37	278.326	gr	\$ 1.010.597,29	278.326	gr	\$ 1.010.597,29	375.740	gr	\$ 1.364.306,34
144	Porotos blancos pelados	gr	\$ 1,89	\$ 3,30	56.702	gr	\$ 187.166,36	76.547	gr	\$ 252.674,59	103.339	gr	\$ 341.110,70	104.372	gr	\$ 344.521,80	104.372	gr	\$ 344.521,80	140.902	gr	\$ 465.104,43
145	Porotos Burro	gr	\$ 1,70	\$ 2,97	113.403	gr	\$ 336.899,45	153.094	gr	\$ 454.814,26	206.678	gr	\$ 613.999,25	208.744	gr	\$ 620.139,24	208.744	gr	\$ 620.139,24	281.805	gr	\$ 837.187,98
146	Poroto amarillo	gr	\$ 2,39	\$ 4,18	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
147	Poroto frutilla	gr	\$ 1,82	\$ 3,19	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
148	Poroto negro	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	113.403	gr	\$ 377.065,95	153.094	gr	\$ 509.039,03	206.678	gr	\$ 687.202,89	208.744	gr	\$ 694.074,72	208.744	gr	\$ 694.074,72	281.805	gr	\$ 937.000,87
149	Poroto mung	gr	\$ 35,00	\$ 61,25	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
150	Poroto pailar grande	gr	\$ 3,10	\$ 5,43	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
151	Lentejas 4mm	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
152	Lentejas 6mm	gr	\$ 1,90	\$ 3,33	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
153	Lentejas pinta	gr	\$ 1,38	\$ 2,42	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
154	Lentejas rojas	gr	\$ 2,58	\$ 4,51	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -

Tabla XI—50 Demanda y Precio productos Grupo 6 (Meses 6- 12)⁶⁸

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 7 MIELES Y MERMELADAS																						
155	Miel con Polen	gr	\$ 3,96	\$ 6,932	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 39.308,87	8.506	gr	\$ 58.963,30	7.485	gr	\$ 51.887,70	
156	Miel de Húmo	gr	\$ 5,00	\$ 8,750	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 49.618,90	8.506	gr	\$ 74.428,35	7.485	gr	\$ 65.496,95	
157	Mermelada de Ciruela (Dispensad	gr	\$ 5,20	\$ 9,100	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 51.603,66	8.506	gr	\$ 77.405,49	7.485	gr	\$ 68.116,83	
158	Mermelada de Frutilla (Dispensad	gr	\$ 2,00	\$ 3,500	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 19.847,56	8.506	gr	\$ 29.771,34	7.485	gr	\$ 26.198,78	
159	Mermelada de Frambuesa (Dispensad	gr	\$ 2,00	\$ 3,500	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 19.847,56	8.506	gr	\$ 29.771,34	7.485	gr	\$ 26.198,78	
160	Mermelada de Guinda (Dispensad	gr	\$ 1,90	\$ 3,325	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 18.855,18	8.506	gr	\$ 28.282,77	7.485	gr	\$ 24.888,84	
161	Mermelada de Durazno	gr	\$ 1,90	\$ 3,325	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	5.671	gr	\$ 18.855,18	8.506	gr	\$ 28.282,77	7.485	gr	\$ 24.888,84	
162	Miel de Abeja	gr	\$ 3,00	\$ 5,250	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	85.061	gr	\$ 446.570,12	127.591	gr	\$ 689.855,18	112.280	gr	\$ 589.472,56	
163	Miel de Ulmo	gr	\$ 4,09	\$ 7,152	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	11.341	gr	\$ 81.113,54	17.012	gr	\$ 121.670,30	14.971	gr	\$ 107.069,87	

Tabla XI—51 Demanda y Precio productos Grupo 7 (Meses 1- 6)⁶⁹

Id	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 7 MIELES Y MERMELADAS																						
155	Miel con Polen	gr	\$ 3,96	\$ 6,932	7.560	gr	\$ 52.406,58	10.206	gr	\$ 70.748,89	13.779	gr	\$ 95.510,99	13.916	gr	\$ 96.466,10	13.916	gr	\$ 96.466,10	18.787	gr	\$ 130.229,24
156	Miel de Húmo	gr	\$ 5,00	\$ 8,750	7.560	gr	\$ 66.151,92	10.206	gr	\$ 89.305,09	13.779	gr	\$ 120.561,88	13.916	gr	\$ 121.767,49	13.916	gr	\$ 121.767,49	18.787	gr	\$ 164.386,12
157	Mermelada de Ciruela (Dispensad	gr	\$ 5,20	\$ 9,100	7.560	gr	\$ 68.798,00	10.206	gr	\$ 92.877,30	13.779	gr	\$ 125.384,35	13.916	gr	\$ 126.638,19	13.916	gr	\$ 126.638,19	18.787	gr	\$ 170.961,56
158	Mermelada de Frutilla (Dispensad	gr	\$ 2,00	\$ 3,500	7.560	gr	\$ 26.460,77	10.206	gr	\$ 35.722,04	13.779	gr	\$ 48.224,75	13.916	gr	\$ 48.707,00	13.916	gr	\$ 48.707,00	18.787	gr	\$ 65.754,45
159	Mermelada de Frambuesa (Dispensad	gr	\$ 2,00	\$ 3,500	7.560	gr	\$ 26.460,77	10.206	gr	\$ 35.722,04	13.779	gr	\$ 48.224,75	13.916	gr	\$ 48.707,00	13.916	gr	\$ 48.707,00	18.787	gr	\$ 65.754,45
160	Mermelada de Guinda (Dispensad	gr	\$ 1,90	\$ 3,325	7.560	gr	\$ 25.137,73	10.206	gr	\$ 33.935,94	13.779	gr	\$ 45.813,51	13.916	gr	\$ 46.271,65	13.916	gr	\$ 46.271,65	18.787	gr	\$ 62.466,72
161	Mermelada de Durazno	gr	\$ 1,90	\$ 3,325	7.560	gr	\$ 25.137,73	10.206	gr	\$ 33.935,94	13.779	gr	\$ 45.813,51	13.916	gr	\$ 46.271,65	13.916	gr	\$ 46.271,65	18.787	gr	\$ 62.466,72
162	Miel de Abeja	gr	\$ 3,00	\$ 5,250	113.403	gr	\$ 595.367,29	153.094	gr	\$ 803.745,84	206.678	gr	\$ 1.085.056,88	208.744	gr	\$ 1.095.907,45	208.744	gr	\$ 1.095.907,45	281.805	gr	\$ 1.479.475,06
163	Miel de Ulmo	gr	\$ 4,09	\$ 7,152	15.120	gr	\$ 108.140,57	20.413	gr	\$ 145.989,76	27.557	gr	\$ 197.086,18	27.833	gr	\$ 199.057,04	27.833	gr	\$ 199.057,04	37.574	gr	\$ 268.727,01

Tabla XI—52 Demanda y Precio productos Grupo 7 (Meses 7- 12)⁷⁰

68 Fuente: Elaboración propia.

69 Fuente: Elaboración propia.

70 Fuente: Elaboración propia.

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta									
GRUPO 8 TE, YERBAS E INFUSIONES																						
164	Té Ceylan en hojas	gr	\$ 3,27	\$ 5,72	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 3.244,54	851	gr	\$ 4.866,81	749	gr	\$ 4.282,79
165	Té de Jazmin en hojas	gr	\$ 4,28	\$ 7,48	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 4.242,86	851	gr	\$ 6.364,29	749	gr	\$ 5.600,58
166	Té de Manzana sin teina	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 5.954,27	851	gr	\$ 8.931,40	749	gr	\$ 7.859,63
167	Té Berri sin Teina	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 5.954,27	851	gr	\$ 8.931,40	749	gr	\$ 7.859,63
168	Té Rojo	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
169	Té Rojo Puerh	gr	\$ 3,80	\$ 6,65	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 3.771,04	851	gr	\$ 5.656,55	749	gr	\$ 4.977,77
170	Té Negro chal	gr	\$ 2,20	\$ 3,85	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 2.183,23	851	gr	\$ 3.274,85	749	gr	\$ 2.881,87
171	Té Verde Gungpowder	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 4.068,75	851	gr	\$ 6.103,13	749	gr	\$ 5.370,75
172	Té Verde con Frutilla	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 4.068,75	851	gr	\$ 6.103,13	749	gr	\$ 5.370,75
173	Té Verde de Cedrón Digestivo	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 21.832,32	851	gr	\$ 32.748,48	749	gr	\$ 28.818,66
174	Té Verde Ginger	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	567	gr	\$ 21.832,32	851	gr	\$ 32.748,48	749	gr	\$ 28.818,66
175	Té verde en hojas	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
176	Té Verde Sencha	gr	\$ 20,00	\$ 35,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
177	Lemongrass	gr	\$ 20,00	\$ 35,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
178	Té Rooibos - Sin Cafeina	gr	\$ 60,00	\$ 105,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
179	Té Matcha orgánico	gr	\$ 80,00	\$ 140,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
180	Batidor de Bambú Té Matcha	un	\$ 9.000,00	\$ 15.750,00	un	\$ -	-	un	\$ -	-	un	\$ -	-									
181	Té verde con Manzana	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
182	Té rojo con botones de rosas	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
183	Té rojo con Cardamomo	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
184	Té Azul Oolong con arandano	gr	\$ 4,90	\$ 8,58	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
185	Té azul Oolong con pomelo	gr	\$ 4,90	\$ 8,58	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
186	Té Blanco	gr	\$ 80,00	\$ 140,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
187	Té de Jazmin en hojas	gr	\$ 32,00	\$ 56,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
188	Té Mandala	gr	\$ 28,00	\$ 49,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
189	Té chai de lavanda	gr	\$ 28,00	\$ 49,00	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
190	Flores de Manzanilla	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	gr	\$ -	-	2.000	gr	\$ 77.000,00	1.760	gr	\$ 67.760,00									
191	Infusor de paleta	un	\$ 5.600,00	\$ 9.800,00	un	\$ -	-	22	un	\$ 215.800,00	19	un	\$ 189.728,00									
192	Infusor de cadena	un	\$ 3.200,00	\$ 5.600,00	un	\$ -	-	15	un	\$ 84.000,00	13	un	\$ 73.920,00									
193	Tetera de Vidrio	un	\$ 12.000,00	\$ 21.000,00	un	\$ -	-	25	un	\$ 525.000,00	22	un	\$ 462.000,00									
194	Tetera de Hierro	un	\$ 17.000,00	\$ 29.750,00	un	\$ -	-	10	un	\$ 297.500,00	9	un	\$ 261.800,00									
195	Hierba de San Juan	gr	\$ 7,16	\$ 12,53	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	5.000	gr	\$ 62.650,00	4.400	gr	\$ 62.650,00	4.400	gr	\$ 55.132,00
196	Bayas de Goji en polvo	gr	\$ 19,78	\$ 34,62	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-									
197	Manzanilla Industrial	gr	\$ 10,90	\$ 19,08	gr	\$ -	-	3.000	gr	\$ 57.225,00	2.640	gr	\$ 50.358,00									

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
198	Manzanilla Polen	gr	\$ 8,95	\$ 15,66	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	2.000	gr	\$ 31.325,00	1.760	gr	\$ 27.566,00	1.760	gr	\$ 27.566,00
199	Manzanilla en Polvo	gr	\$ 10,45	\$ 18,29	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	1.000	gr	\$ 18.287,50	880	gr	\$ 16.093,00	880	gr	\$ 16.093,00
200	Manzanilla Flor	gr	\$ 9,00	\$ 15,75	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	5.000	gr	\$ 78.750,00	4.400	gr	\$ 69.300,00	4.400	gr	\$ 69.300,00
201	Rosa Mosqueta polvo	gr	\$ 4,78	\$ 8,37	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	1.000	gr	\$ 8.365,00	880	gr	\$ 7.361,20	880	gr	\$ 7.361,20
202	Rosa Jamaica	gr	\$ 10,90	\$ 19,08	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
203	Tile	gr	\$ 29,80	\$ 52,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	1.418	gr	\$ 73.932,16	1.217	gr	\$ 110.898,25	1.871	gr	\$ 97.980,46
204	Hierbas de San Juan	gr	\$ 9,20	\$ 16,10	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	1.418	gr	\$ 22.824,70	1.217	gr	\$ 34.237,04	1.871	gr	\$ 30.128,60
205	Albaca	gr	\$ 9,10	\$ 15,93	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	2.835	gr	\$ 45.153,20	4.253	gr	\$ 67.729,80	3.743	gr	\$ 59.602,23
206	Hierba de Paño	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
207	Toronjil Cuyano	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	3.000	gr	\$ 51.450,00	2.640	gr	\$ 45.276,00	2.640	gr	\$ 45.276,00
208	Corteza de Huayacan	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	30.000	gr	\$ 504.000,00	26.400	gr	\$ 443.520,00	26.400	gr	\$ 443.520,00
209	Vira Vira	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
210	Té de Cedrón	gr	\$ 8,60	\$ 15,05	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	45.000	gr	\$ 677.250,00	39.600	gr	\$ 595.980,00	39.600	gr	\$ 595.980,00
211	Ruda	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	4.000	gr	\$ 77.000,00	3.520	gr	\$ 67.760,00	3.520	gr	\$ 67.760,00
212	Ortiga	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	4.000	gr	\$ 67.200,00	3.520	gr	\$ 59.136,00	3.520	gr	\$ 59.136,00
213	Natre	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	10.000	gr	\$ 171.500,00	8.800	gr	\$ 150.920,00	8.800	gr	\$ 150.920,00
214	Salvia	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
215	Melissa	gr	\$ 11,80	\$ 20,65	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	8.000	gr	\$ 165.200,00	7.040	gr	\$ 145.376,00	7.040	gr	\$ 145.376,00
216	Quintral	gr	\$ 10,50	\$ 18,38	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
217	Liantén	gr	\$ 10,40	\$ 18,20	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	5.000	gr	\$ 91.000,00	4.400	gr	\$ 80.880,00	4.400	gr	\$ 80.880,00
218	Sen	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
219	Palo Negro	gr	\$ 10,90	\$ 19,08	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	3.000	gr	\$ 57.225,00	2.640	gr	\$ 50.358,00	2.640	gr	\$ 50.358,00
220	Sanguinaria	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
221	Stevia en hojas	gr	\$ 3,21	\$ 5,61	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
222	Cedrón Hojas	gr	\$ 5,45	\$ 9,54	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-
223	Cedrón Polvo	gr	\$																			

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 8 TE, YERBAS E INFUSIONES																						
164	Té Ceylan en hojas	gr	\$ 3,27	\$ 5,72	756	gr	\$ 4.325,62	1.021	gr	\$ 5.839,59	1.378	gr	\$ 7.883,45	1.392	gr	\$ 7.962,28	1.392	gr	\$ 7.962,28	1.879	gr	\$ 10.749,08
165	Té de Jazmin en hojas	gr	\$ 4,28	\$ 7,48	756	gr	\$ 5.656,58	1.021	gr	\$ 7.636,39	1.378	gr	\$ 10.309,12	1.392	gr	\$ 10.412,21	1.392	gr	\$ 10.412,21	1.879	gr	\$ 14.056,49
166	Té de Manzana sin teina	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	756	gr	\$ 7.938,23	1.021	gr	\$ 10.716,61	1.378	gr	\$ 14.467,43	1.392	gr	\$ 14.612,10	1.392	gr	\$ 14.612,10	1.879	gr	\$ 19.726,33
167	Té Berri sin Teina	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	756	gr	\$ 7.938,23	1.021	gr	\$ 10.716,61	1.378	gr	\$ 14.467,43	1.392	gr	\$ 14.612,10	1.392	gr	\$ 14.612,10	1.879	gr	\$ 19.726,33
168	Te Rojo	gr	\$ 6,00	\$ 10,50	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
169	Te Rojo Pu-erh	gr	\$ 3,80	\$ 6,65	756	gr	\$ 5.027,55	1.021	gr	\$ 6.787,19	1.378	gr	\$ 9.162,70	1.392	gr	\$ 9.254,33	1.392	gr	\$ 9.254,33	1.879	gr	\$ 12.493,34
170	Te Negro chai	gr	\$ 2,20	\$ 3,85	756	gr	\$ 2.910,68	1.021	gr	\$ 3.929,42	1.378	gr	\$ 5.304,72	1.392	gr	\$ 5.357,77	1.392	gr	\$ 5.357,77	1.879	gr	\$ 7.232,99
171	Te Verde Gunpowder	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	756	gr	\$ 5.424,46	1.021	gr	\$ 7.323,02	1.378	gr	\$ 9.886,07	1.392	gr	\$ 9.984,93	1.392	gr	\$ 9.984,93	1.879	gr	\$ 13.479,66
172	Te Verde con Frutilla	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	756	gr	\$ 5.424,46	1.021	gr	\$ 7.323,02	1.378	gr	\$ 9.886,07	1.392	gr	\$ 9.984,93	1.392	gr	\$ 9.984,93	1.879	gr	\$ 13.479,66
173	Te Verde de Cedrón Digestivo	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	756	gr	\$ 29.106,85	1.021	gr	\$ 39.294,24	1.378	gr	\$ 53.047,23	1.392	gr	\$ 53.577,70	1.392	gr	\$ 53.577,70	1.879	gr	\$ 72.329,89
174	Te Verde Gínger	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	756	gr	\$ 29.106,85	1.021	gr	\$ 39.294,24	1.378	gr	\$ 53.047,23	1.392	gr	\$ 53.577,70	1.392	gr	\$ 53.577,70	1.879	gr	\$ 72.329,89
175	Te Verde en hojas	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
176	Te Verde Sencha	gr	\$ 20,00	\$ 35,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
177	Lmongraas	gr	\$ 20,00	\$ 35,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
178	Té Rooibos - Sin Cafeína	gr	\$ 60,00	\$ 105,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
179	Te Matcha orgánico	gr	\$ 80,00	\$ 140,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
180	Batidor de Bambú Té Matcha	un	\$ 9.000,00	\$ 15.750,00	-	un	\$ -	-	un	\$ -	-	un	\$ -	-	un	\$ -	-	un	\$ -	-	un	\$ -
181	Te verde con Manzana	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
182	Te rojo con botones de rosas	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
183	Te rojo con Cardamomo	gr	\$ 4,10	\$ 7,18	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
184	Té Azul Oolong con arandano	gr	\$ 4,90	\$ 8,58	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
185	Té azul Oolong con pomelo	gr	\$ 4,90	\$ 8,58	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
186	Té Blanco	gr	\$ 80,00	\$ 140,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
187	Té de Jazmin en hojas	gr	\$ 32,00	\$ 56,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
188	Té Mandarina	gr	\$ 28,00	\$ 49,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
189	Té chai de lavanda	gr	\$ 28,00	\$ 49,00	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
190	Flores de Manzanilla	gr	\$ 22,00	\$ 38,50	1.778	gr	\$ 68.437,60	2.400	gr	\$ 92.390,76	3.240	gr	\$ 124.727,53	3.272	gr	\$ 125.974,80	3.272	gr	\$ 125.974,80	4.417	gr	\$ 170.065,98
191	Infusor de paleta	un	\$ 5.600,00	\$ 9.800,00	20	un	\$ 191.625,28	28	un	\$ 258.694,13	36	un	\$ 349.237,07	36	un	\$ 352.729,44	36	un	\$ 352.729,44	49	un	\$ 476.184,75
192	Infusor de cadena	un	\$ 3.200,00	\$ 5.600,00	13	un	\$ 74.659,20	18	un	\$ 100.789,92	24	un	\$ 136.066,39	25	un	\$ 137.427,06	25	un	\$ 137.427,06	33	un	\$ 185.526,53
193	Tetera de Vidrio	un	\$ 12.000,00	\$ 21.000,00	22	un	\$ 466.620,00	30	un	\$ 629.937,00	40	un	\$ 850.414,95	41	un	\$ 858.919,10	41	un	\$ 858.919,10	55	un	\$ 1.159.540,78
194	Tetera de Hierro	un	\$ 17.000,00	\$ 29.750,00	9	un	\$ 264.418,00	12	un	\$ 356.964,30	16	un	\$ 481.901,81	16	un	\$ 486.720,82	16	un	\$ 486.720,82	22	un	\$ 657.073,11
195	Hierba de San Juan	gr	\$ 7,16	\$ 12,53	4.444	gr	\$ 55.683,32	5.999	gr	\$ 75.172,48	8.099	gr	\$ 101.482,85	8.180	gr	\$ 102.497,68	8.180	gr	\$ 102.497,68	11.043	gr	\$ 138.371,87
196	Bayas de Goji en polvo	gr	\$ 19,78	\$ 34,62	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -

ID	PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
197	Manzanilla Industrial	gr	\$ 10,90	\$ 19,08	2.666	gr	\$ 50.861,58	3.600	gr	\$ 68.663,13	4.860	gr	\$ 92.695,23	4.908	gr	\$ 93.622,18	4.908	gr	\$ 93.622,18	6.626	gr	\$ 126.389,95
198	Manzanilla Polen	gr	\$ 8,95	\$ 15,66	1.778	gr	\$ 27.841,66	2.400	gr	\$ 37.586,24	3.240	gr	\$ 50.741,43	3.272	gr	\$ 51.248,84	3.272	gr	\$ 51.248,84	4.417	gr	\$ 69.185,93
199	Manzanilla en Polvo	gr	\$ 10,45	\$ 18,29	889	gr	\$ 16.253,93	1.200	gr	\$ 21.942,81	1.620	gr	\$ 29.622,79	1.636	gr	\$ 29.919,02	1.636	gr	\$ 29.919,02	2.209	gr	\$ 40.390,67
200	Manzanilla Flor	gr	\$ 9,00	\$ 15,75	4.444	gr	\$ 69.993,00	5.999	gr	\$ 94.490,55	8.099	gr	\$ 127.562,24	8.180	gr	\$ 128.837,86	8.180	gr	\$ 128.837,86	11.043	gr	\$ 173.931,12
201	Rosa Mosqueta polvo	gr	\$ 4,78	\$ 8,37	889	gr	\$ 7.434,81	1.200	gr	\$ 10.037,00	1.620	gr	\$ 13.549,94	1.636	gr	\$ 13.685,44	1.636	gr	\$ 13.685,44	2.209	gr	\$ 14.875,35
202	Rosa Jamaica	gr	\$ 10,90	\$ 19,08	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
203	Tilo	gr	\$ 29,80	\$ 52,15	1.890	gr	\$ 98.566,36	2.552	gr	\$ 133.064,59	3.445	gr	\$ 179.637,19	3.479	gr	\$ 181.433,57	3.479	gr	\$ 181.433,57	4.697	gr	\$ 244.935,31
204	Hierbas de San Juan	gr	\$ 9,20	\$ 16,10	1.890	gr	\$ 30.429,88	2.552	gr	\$ 41.080,34	3.445	gr	\$ 55.458,46	3.479	gr	\$ 56.013,05	3.479	gr	\$ 56.013,05	4.697	gr	\$ 75.617,61
205	Albaca	gr	\$ 9,10	\$ 15,93	3.780	gr	\$ 60.198,25	5.103	gr	\$ 81.267,63	6.889	gr	\$ 109.111,31	6.958	gr	\$ 110.808,42	6.958	gr	\$ 110.808,42	9.393	gr	\$ 149.591,37
206	Hierba de Piño	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
207	Toronjil Cuyano	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	2.666	gr	\$ 45.728,76	3.600	gr	\$ 61.733,83	4.860	gr	\$ 83.340,67	4.908	gr	\$ 84.174,07	4.908	gr	\$ 84.174,07	6.626	gr	\$ 113.635,00
208	Cortaza de Huayacan	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	26.664	gr	\$ 447.955,20	35.996	gr	\$ 604.739,52	48.595	gr	\$ 816.398,35	49.081	gr	\$ 824.562,34	49.081	gr	\$ 824.562,34	66.259	gr	\$ 1.113.159,15
209	Vira Vira	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
210	Té de Cedrón	gr	\$ 8,60	\$ 15,05	39.996	gr	\$ 601.939,80	53.995	gr	\$ 812.618,73	72.893	gr	\$ 1.019.035,29	73.622	gr	\$ 1.108.005,64	73.622	gr	\$ 1.108.005,64	99.389	gr	\$ 1.495.807,61
211	Ruda	gr	\$ 11,00	\$ 19,25	3.555	gr	\$ 68.437,60	4.800	gr	\$ 92.390,76	6.479	gr	\$ 124.727,53	6.544	gr	\$ 125.974,80	6.544	gr	\$ 125.974,80	8.835	gr	\$ 170.065,98
212	Ortiga	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	3.555	gr	\$ 59.727,36	4.800	gr	\$ 80.631,94	6.479	gr	\$ 108.553,11	6.544	gr	\$ 109.941,64	6.544	gr	\$ 109.941,64	8.835	gr	\$ 148.211,42
213	Natre	gr	\$ 9,80	\$ 17,15	8.888	gr	\$ 152.429,20	11.999	gr	\$ 205.779,42	16.198	gr	\$ 277.802,22	16.360	gr	\$ 280.580,24	16.360	gr	\$ 280.580,24	22.086	gr	\$ 378.783,32
214	Salvia	gr	\$ 9,60	\$ 16,80	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -
215	Melissa	gr	\$ 11,80	\$ 20,65	7.110	gr	\$ 146.829,76	9.599	gr	\$ 198.220,18	12.959	gr</										

Id	PRODUCTOS	un	Losto Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6		
					Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta	Cant.	Un	Venta
GRUPO 9 COSMETICA																						
244	Barra de Jabón Hidratante	un	\$ 3.200,00	\$ 5.600,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 31.756,10	9	un	\$ 47.634,15	7	un	\$ 41.918,05	
245	Barras de jabón manteca de cacao	un	\$ 1.800,00	\$ 3.150,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 17.862,80	9	un	\$ 26.794,21	7	un	\$ 23.578,90	
246	Espojna Conjab	un	\$ 4.000,00	\$ 7.000,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 39.695,12	9	un	\$ 59.542,68	7	un	\$ 52.397,56	
247	Jabón Exfoliante	un	\$ 1.700,00	\$ 2.975,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 16.870,43	9	un	\$ 25.305,64	7	un	\$ 22.288,96	
248	Jabón Líquido biojabón sin formali	un	\$ 1.100,00	\$ 1.925,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 10.916,16	9	un	\$ 16.374,24	7	un	\$ 14.409,33	
249	Jabón cremoso	un	\$ 3.000,00	\$ 5.250,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	6	un	\$ 29.771,34	9	un	\$ 44.657,01	7	un	\$ 39.298,17	
GRUPO 10 LIMPIEZA Y ASEO																						
250	Detergente líquido (Premium vegeti	ml	\$ 2,26	\$ 3,96	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	14.177	ml	\$ 66.155,52	21.265	ml	\$ 84.233,29	18.713	ml	\$ 74.125,29	
251	Detergente Bebé (Premium Vegetal	ml	\$ 2,33	\$ 4,07	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	11.341	ml	\$ 46.172,32	17.012	ml	\$ 69.258,48	14.971	ml	\$ 60.947,46	
252	Detergente con nano partículas de	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	2.835	ml	\$ 7.939,02	4.253	ml	\$ 11.908,54	3.743	ml	\$ 10.479,51	
253	Detergente líquido con aceite de Co	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	5.671	ml	\$ 15.878,05	8.506	ml	\$ 23.817,07	7.485	ml	\$ 20.959,02	
254	Suavizante Ecológico de coco libre	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	5.671	ml	\$ 15.878,05	8.506	ml	\$ 23.817,07	7.485	ml	\$ 20.959,02	
255	Lavalozas	ml	\$ 2,51	\$ 4,40	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	17.012	ml	\$ 74.874,03	25.518	ml	\$ 112.311,05	22.456	ml	\$ 98.833,72	
256	Limpia pisos sin colorantes fraganc	ml	\$ 1,40	\$ 2,45	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	14.177	ml	\$ 34.733,23	21.265	ml	\$ 52.099,85	18.713	ml	\$ 45.847,87	
257	Limpiador multiuso	ml	\$ 1,76	\$ 3,08	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	14.177	ml	\$ 43.676,52	21.265	ml	\$ 65.514,78	18.713	ml	\$ 57.653,00	
258	Jabón Líquido	ml	\$ 8,80	\$ 15,40	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	7.500	ml	\$ 115.531,44	11.250	ml	\$ 173.297,16	9.900	ml	\$ 152.501,50	
259	Arimatizador	ml	\$ 7,73	\$ 13,53	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	5.671	ml	\$ 76.745,88	8.506	ml	\$ 115.118,82	7.485	ml	\$ 101.304,57	
260	Espojnas luffas orgánicas	un	\$ 2.200,00	\$ 3.850,00	un	\$ -	-	-	un	\$ -	-	-	33	un	\$ 127.050,00	50	un	\$ 190.575,00	44	un	\$ 167.706,00	
261	Bioclean limpiador de piso flotante	ml	\$ 2,00	\$ 3,50	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	8.506	ml	\$ 29.771,34	12.759	ml	\$ 44.657,01	11.228	ml	\$ 39.298,17	
262	Bicarbonato de sodio	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	6.521	gr	\$ 34.237,04	9.782	gr	\$ 51.355,56	8.608	gr	\$ 45.192,90	
263	Lustra muebles de coco	ml	\$ 2,20	\$ 3,85	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	5.671	ml	\$ 21.832,32	8.506	ml	\$ 32.748,48	7.485	ml	\$ 28.818,66	
264	Sanitizante multiuso amonio cuater	ml	\$ 1,40	\$ 2,45	ml	\$ -	-	-	ml	\$ -	-	-	-	ml	\$ -	-	ml	\$ -	-	ml	\$ -	
GRUPO 11 ALIMENTOS																						
265	Goji	gr	\$ 9,00	\$ 15,75	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
266	Lúcum en Polvo	gr	\$ 34,00	\$ 59,50	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
267	Spirulina	gr	\$ 17,30	\$ 30,28	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	8.506	gr	\$ 257.522,10	12.759	gr	\$ 386.283,16	11.228	gr	\$ 339.929,18	
268	Quinoa Pop natural	gr	\$ 31,50	\$ 55,13	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	2.835	gr	\$ 156.299,54	4.253	gr	\$ 234.449,31	3.743	gr	\$ 206.315,40	
269	Jengibre deshidratado	gr	\$ 8,00	\$ 14,00	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
270	Maqui molido	gr	\$ 12,00	\$ 21,00	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	1.418	gr	\$ 29.771,34	2.127	gr	\$ 44.657,01	1.871	gr	\$ 39.298,17	
271	Maqui entero	gr	\$ 12,00	\$ 21,00	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	1.418	gr	\$ 29.771,34	2.127	gr	\$ 44.657,01	1.871	gr	\$ 39.298,17	
272	Noni en Polvo	gr	\$ 49,80	\$ 87,15	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
273	Amaranto	gr	\$ 10,83	\$ 18,95	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
274	Cúrcuma	gr	\$ 13,83	\$ 24,21	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	2.835	gr	\$ 68.639,48	4.253	gr	\$ 102.959,22	3.743	gr	\$ 43.575,00	
275	Chlorella	gr	\$ 23,20	\$ 40,60	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
276	Camu Camu polvo	gr	\$ 60,00	\$ 105,00	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
277	Murta Dehidratada	gr	\$ 44,00	\$ 77,00	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
278	Cacao amargo	gr	\$ 8,50	\$ 14,88	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
279	Arándanos	gr	\$ 3,00	\$ 5,25	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	
280	Arándanos deshidratados	gr	\$ 4,50	\$ 7,88	gr	\$ -	-	-	gr	\$ -	-	-	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	-	gr	\$ -	

Tabla XI—55 Demanda y Precio productos Grupos 9/10/11 (Meses 1- 6)⁷³

Id	PRODUCTOS	un	Losto Insumos/un	Precio Venta/un	Mes 7			Mes 8			Mes 9			Mes 10			Mes 11			Mes 12		
					Cant.	Un	Venta															
GRUPO 9 COSMETICA																						
244	Barra de Jabón Hidratante	un	\$ 3.200,00	\$ 5.600,00	8	un	\$ 42.337,23	10	un	\$ 57.155,26	14	un	\$ 77.159,60	14	un	\$ 77.931,20	14	un	\$ 77.931,20	19	un	\$ 105.207,12
245	Barras de jabón manteca de cacao	un	\$ 1.800,00	\$ 3.150,00	8	un	\$ 23.814,69	10	un	\$ 32.149,83	14	un	\$ 43.402,28	14	un	\$ 43.836,30	14	un	\$ 43.836,30	19	un	\$ 59.179,00
246	Espojna Conjab	un	\$ 4.000,00	\$ 7.000,00	8	un	\$ 52.921,54	10	un	\$ 71.444,07	14	un	\$ 96.449,50	14	un	\$ 97.414,00	14	un	\$ 97.414,00	19	un	\$ 131.908,89
247	Jabón Exfoliante	un	\$ 1.700,00	\$ 2.975,00	8	un	\$ 22.491,65	10	un	\$ 30.363,73	14	un	\$ 40.991,04	14	un	\$ 41.400,95	14	un	\$ 41.400,95	19	un	\$ 55.981,28
248	Jabón Líquido biojabón sin formali	un	\$ 1.100,00	\$ 1.925,00	8	un	\$ 14.553,42	10	un	\$ 19.647,12	14	un	\$ 26.523,61	14	un	\$ 26.788,85	14	un	\$ 26.788,85	19	un	\$ 36.164,95
249	Jabón cremoso	un	\$ 3.000,00	\$ 5.250,00	8	un	\$ 39.691,15	10	un	\$ 53.583,06	14	un	\$ 72.337,13	14	un	\$ 73.060,50	14	un	\$ 73.060,50	19	un	\$ 98.631,67
GRUPO 10 LIMPIEZA Y ASEO																						
250	Detergente líquido (Premium vegeti	ml	\$ 2,26	\$ 3,96	18.901	ml	\$ 74.866,95	25.516	ml	\$ 101.069,84	34.446	ml	\$ 136.444,28	34.791	ml	\$ 137.808,72	34.791	ml	\$ 137.808,72	46.967	ml	\$ 186.041,77
251	Detergente Bebé (Premium Vegetal	ml	\$ 2,33	\$ 4,07	15.120	ml	\$ 61.556,94	20.413	ml	\$ 83.101,86	27.557	ml	\$ 112.187,52	27.833	ml	\$ 113.309,39	27.833	ml	\$ 113.309,39	37.574	ml	\$ 152.967,68
252	Detergente con nano partículas de	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	3.780	ml	\$ 10.584,31	5.103	ml	\$ 14.288,81	6.889	ml	\$ 19.289,90	6.958	ml	\$ 19.482,80	6.958	ml	\$ 19.482,80	9.393	ml	\$ 26.301,78
253	Detergente líquido con aceite de Co	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	7.560	ml	\$ 21.168,61	10.206	ml	\$ 28.577,63	13.779	ml	\$ 38.579,80	13.916	ml	\$ 38.965,60	13.916	ml	\$ 38.965,60	18.787	ml	\$ 52.603,56
254	Suavizante Ecológico de coco libre	ml	\$ 1,60	\$ 2,80	7.560	ml	\$ 21.168,61	10.206	ml	\$ 28.577,63	13.779	ml	\$ 38.579,80	13.916	ml	\$ 38.965,60	13.916	ml	\$ 38.965,60	18.787	ml	\$ 52.603,56
255	Lavalozas	ml	\$ 2,51	\$ 4,40	22.681	ml	\$ 99.822,06	30.619	ml	\$ 134.759,78	41.336	ml	\$ 181.925,70	41.749	ml	\$ 183.744,96	41.749	ml	\$ 183.744,96	56.361	ml	\$ 248.055,70
256	Limpia pisos sin colorantes fraganc	ml	\$ 1,40	\$ 2,45	18.901	ml	\$ 46.306,34	25.516	ml	\$ 62.513,57	34.446	ml	\$ 84.393,31	34.791	ml	\$ 85.237,25	34.791	ml	\$ 85.237,25	46.967	ml	\$ 115.070,28
257	Limpiador multiuso	ml	\$ 1,76	\$ 3,08	18.901	ml	\$ 58.229,54	25.516	ml	\$ 78.609,87	34.446	ml	\$ 106.123,33	34.791	ml	\$ 107.184,56	34.791	ml	\$ 107.184,56	46.967	ml	\$ 144.099,16
258	Jabón Líquido	ml	\$ 8,80	\$ 15,40	9.999	ml	\$ 154.026,51	13.499	ml	\$ 207.935,79	18.223	ml	\$ 280.713,32	18.405	ml	\$ 283.520,45	18.405	ml	\$ 283.520,45	24.847	ml	\$ 362.752,61
259	Arimatizador	ml	\$ 7,73	\$ 13,53	7.560	ml	\$ 102.317,61	10.206	ml	\$ 138.128,78	13.779	ml	\$ 186.473,85	13.916	ml	\$ 188.338,59	13.916	ml	\$ 188.338,59	18.787	ml	\$ 25

ID	PRODUCTOS	un	Lstos Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
					Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total
					kg	l			kg	l			kg	l				kg	l				kg	l			
71	Corbatillas	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	1.800	kg	\$ 3.425	\$ 6.164.550	2.016	kg	\$ 3.527	\$ 7.111.425	2.117	kg	\$ 3.633	\$ 7.691.006	2.159	kg	\$ 3.742	\$ 8.080.171			
72	Couscous	gr	\$ 3.10	\$ 5.43	-	-	-	-	1.500	kg	\$ 5.588	\$ 8.381.625	1.680	kg	\$ 5.755	\$ 9.669.043	1.765	kg	\$ 5.928	\$ 10.574.070	1.799	kg	\$ 6.106	\$ 10.986.197			
73	Mostacioli	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	200	kg	\$ 3.425	\$ 684.950	224	kg	\$ 3.527	\$ 790.158	235	kg	\$ 3.633	\$ 854.556	240	kg	\$ 3.742	\$ 897.797			
74	Pasta espirales	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	200	kg	\$ 3.425	\$ 684.950	224	kg	\$ 3.527	\$ 790.158	235	kg	\$ 3.633	\$ 854.556	240	kg	\$ 3.742	\$ 897.797			
75	Pasta seca Caracol	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	100	kg	\$ 3.425	\$ 342.475	112	kg	\$ 3.527	\$ 395.078	118	kg	\$ 3.633	\$ 427.728	120	kg	\$ 3.742	\$ 448.898			
76	Pasta spaghetti	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	280	kg	\$ 3.425	\$ 958.930	314	kg	\$ 3.527	\$ 1.106.222	329	kg	\$ 3.633	\$ 1.196.379	336	kg	\$ 3.742	\$ 1.256.915			
77	Pasta tallarin	gr	\$ 1.90	\$ 3.33	-	-	-	-	170	kg	\$ 3.425	\$ 582.208	190	kg	\$ 3.527	\$ 671.635	200	kg	\$ 3.633	\$ 726.373	204	kg	\$ 3.742	\$ 763.127			
78	Chia	gr	\$ 4.80	\$ 8.40	-	-	-	-	100	kg	\$ 8.652	\$ 865.200	112	kg	\$ 8.912	\$ 998.095	118	kg	\$ 9.179	\$ 1.078.493	120	kg	\$ 9.454	\$ 1.134.059			
79	Linaza entera	gr	\$ 2.10	\$ 3.68	-	-	-	-	70	kg	\$ 3.785	\$ 264.968	78	kg	\$ 3.899	\$ 305.667	82	kg	\$ 4.016	\$ 330.578	84	kg	\$ 4.136	\$ 347.306			
80	Maravilla pelada	gr	\$ 6.00	\$ 10.50	1.247.8	kg	\$ 13.102.263	-	1.310	kg	\$ 10.815	\$ 14.170.097	1.467	kg	\$ 11.139	\$ 16.346.624	1.541	kg	\$ 11.474	\$ 17.678.874	1.572	kg	\$ 11.818	\$ 18.573.425			
81	Sésamo blanco	gr	\$ 6.20	\$ 10.85	-	-	-	-	300	kg	\$ 11.176	\$ 3.352.650	336	kg	\$ 11.511	\$ 3.867.617	353	kg	\$ 11.856	\$ 4.182.828	360	kg	\$ 12.212	\$ 4.394.479			
82	Sésamo tostado	gr	\$ 6.30	\$ 11.03	-	-	-	-	300	kg	\$ 11.356	\$ 3.406.725	336	kg	\$ 11.696	\$ 3.920.998	353	kg	\$ 12.047	\$ 4.250.293	360	kg	\$ 12.409	\$ 4.465.358			
83	Sésamo negro	gr	\$ 5.80	\$ 10.15	-	-	-	-	300	kg	\$ 10.455	\$ 3.136.350	336	kg	\$ 10.768	\$ 3.618.093	353	kg	\$ 11.091	\$ 3.912.968	360	kg	\$ 11.424	\$ 4.110.964			
84	Pepe de Zapallo	gr	\$ 8.30	\$ 14.93	-	-	-	-	-	kg	\$ 14.961	\$ -	-	kg	\$ 15.410	\$ -	-	kg	\$ 15.872	\$ -	-	kg	\$ 16.348	\$ -			

Tabla XI—58 Demanda y Precio de productos por año Grupo 2⁷⁶

ID	PRODUCTOS	un	Lstos Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
					Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total
					kg	l			kg	l			kg	l				kg	l				kg	l			
GRUPO 3 AZUCARIS																											
85	Azúcar morena de caña	gr	\$ 2.20	\$ 3.85	748.7	kg	\$ 2.883.282	-	786	kg	\$ 3.967	\$ 3.118.270	880	kg	\$ 4.086	\$ 3.597.236	924	kg	\$ 4.208	\$ 3.890.411	943	kg	\$ 4.334	\$ 4.087.266			
86	Azúcar blanca granulada	gr	\$ 1.00	\$ 1.75	748.7	kg	\$ 1.310.226	-	786	kg	\$ 1.803	\$ 1.417.010	880	kg	\$ 1.857	\$ 1.634.662	924	kg	\$ 1.912	\$ 1.767.887	943	kg	\$ 1.970	\$ 1.857.343			
87	Azúcar de coco	gr	\$ 12.90	\$ 22.58	-	-	-	-	-	kg	\$ 23.252	\$ -	-	kg	\$ 23.950	\$ -	-	kg	\$ 24.668	\$ -	-	kg	\$ 25.408	\$ -			
88	Azúcar flor	gr	\$ 1.80	\$ 3.15	499.1	kg	\$ 1.572.272	-	524	kg	\$ 3.245	\$ 1.700.412	587	kg	\$ 3.342	\$ 1.961.595	616	kg	\$ 3.442	\$ 2.121.465	629	kg	\$ 3.545	\$ 2.228.811			
89	Dátiles con queso	gr	\$ 5.50	\$ 9.63	-	-	-	-	-	kg	\$ 9.914	\$ -	-	kg	\$ 10.211	\$ -	-	kg	\$ 10.517	\$ -	-	kg	\$ 10.833	\$ -			
90	Azúcar rubia de caña	gr	\$ 2.20	\$ 3.85	399.3	kg	\$ 1.537.751	-	419	kg	\$ 3.967	\$ 1.663.077	470	kg	\$ 4.086	\$ 1.918.526	493	kg	\$ 4.208	\$ 2.074.886	503	kg	\$ 4.334	\$ 2.179.875			
91	Cacao amargo	gr	\$ 8.50	\$ 14.88	399.3	kg	\$ 5.939.693	-	419	kg	\$ 15.321	\$ 6.423.778	470	kg	\$ 15.781	\$ 7.410.470	493	kg	\$ 16.254	\$ 8.014.423	503	kg	\$ 16.742	\$ 8.419.953			

Tabla XI—59 Demanda y Precio de productos por año Grupo 3⁷⁷

ID	PRODUCTOS	un	Lstos Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
					Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta (kg-ltr-un)		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)		un	Precio de Venta/unid ad	Precio Venta Total
					kg	l			kg	l			kg	l				kg	l				kg	l			
GRUPO 4 FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS																											
92	Mani con cascara	gr	\$ 3.77	\$ 6.00	99.8	kg	\$ 659.036	-	105	kg	\$ 6.800	\$ 712.747	117	kg	\$ 7.004	\$ 822.223	123	kg	\$ 7.214	\$ 889.227	126	kg	\$ 7.430	\$ 934.232			
93	Mani con merlen	gr	\$ 3.77	\$ 6.00	249.6	kg	\$ 1.647.590	-	262	kg	\$ 6.800	\$ 1.781.869	293	kg	\$ 7.004	\$ 2.055.564	308	kg	\$ 7.214	\$ 2.223.002	314	kg	\$ 7.430	\$ 2.335.580			
94	Mani tostado natural	gr	\$ 4.00	\$ 7.00	249.6	kg	\$ 1.746.968	-	262	kg	\$ 7.210	\$ 1.889.346	293	kg	\$ 7.426	\$ 2.179.550	308	kg	\$ 7.649	\$ 2.327.183	314	kg	\$ 7.879	\$ 2.476.547			
95	Mani tostado sin sal	gr	\$ 3.77	\$ 6.00	249.6	kg	\$ 1.647.590	-	262	kg	\$ 6.800	\$ 1.781.869	293	kg	\$ 7.004	\$ 2.055.564	308	kg	\$ 7.214	\$ 2.223.002	314	kg	\$ 7.430	\$ 2.335.580			
96	Mani con sal	gr	\$ 3.77	\$ 6.00	249.6	kg	\$ 1.647.590	-	262	kg	\$ 6.800	\$ 1.781.869	293	kg	\$ 7.004	\$ 2.055.564	308	kg	\$ 7.214	\$ 2.223.002	314	kg	\$ 7.430	\$ 2.335.580			
97	Mani Frito salado	gr	\$ 4.20	\$ 7.00	249.6	kg	\$ 1.746.968	-	262	kg	\$ 7.210	\$ 1.889.346	293	kg	\$ 7.426	\$ 2.179.550	308	kg	\$ 7.649	\$ 2.327.183	314	kg	\$ 7.879	\$ 2.476.547			
98	Mani confitado	gr	\$ 4.20	\$ 7.35	249.6	kg	\$ 1.834.317	-	262	kg	\$ 7.571	\$ 1.983.814	293	kg	\$ 7.798	\$ 2.288.527	308	kg	\$ 8.032	\$ 2.475.042	314	kg	\$ 8.272	\$ 2.600.280			
99	Mix Frutos secos	gr	\$ 5.03	\$ 8.80	1.996.5	kg	\$ 17.574.293	-	2.096	kg	\$ 9.066	\$ 19.006.598	2.348	kg	\$ 9.338	\$ 21.926.011	2.465	kg	\$ 9.619	\$ 23.712.981	2.515	kg	\$ 9.907	\$ 24.912.858			
100	Mix Frutos secos con sal	gr	\$ 5.03	\$ 8.80	-	-	-	-	200	kg	\$ 9.066	\$ 1.813.293	224	kg	\$ 9.338	\$ 2.091.815	235	kg	\$ 9.619	\$ 2.262.298	240	kg	\$ 9.907	\$ 2.376.771			
101	Passa ambar	gr	\$ 2.51	\$ 4.40	-	-	-	-	100	kg	\$ 4.533	\$ 453.323	112	kg	\$ 4.669	\$ 522.954	118	kg	\$ 4.809	\$ 565.575	120	kg	\$ 4.954	\$ 594.193			
102	Nuez cuarto claro	gr	\$ 10.55	\$ 18.46	-	-	-	-	60	kg	\$ 19.016	\$ 1.140.983	67	kg	\$ 19.587	\$ 1.316.237	71	kg	\$ 20.174	\$ 1.423.511	72	kg	\$ 20.780	\$ 1.495.540			
103	Nuez mariposa clara	gr	\$ 13.50	\$ 23.63	-	-	-	-	60	kg	\$ 24.334	\$ 1.460.025	67	kg	\$ 25.064	\$ 1.684.285	71	kg	\$ 25.816	\$ 1.821.554	72	kg	\$ 26.590	\$ 1.913.725			
104	Nuez tostada natural	gr	\$ 18.75	\$ 32.81	-	-	-	-	67	kg	\$ 33.797	\$ 2.254.391	75	kg	\$ 34.811	\$ 2.612.201	79	kg	\$ 35.855	\$ 2.825.095	80	kg	\$ 36.931	\$ 2.968.045			
105	Nuez pecana con cascara	gr	\$ 8.00	\$ 14.00	-	-	-	-	40	kg	\$ 14.420	\$ 576.800	45	kg	\$ 14.853	\$ 665.396	47	kg	\$ 15.298	\$ 719.626	48	kg	\$ 15.757	\$ 756.039			
106	Passa negras	gr	\$ 2.51	\$ 4.40	-	-	-	-	50	kg	\$ 4.533	\$ 226.662	56	kg	\$ 4.669	\$ 261.477	59	kg	\$ 4.809	\$ 282.787	60	kg	\$ 4.954	\$ 297.096			
107	Passa rubias	gr	\$ 3.77	\$ 6.00	-	-	-	-	80	kg	\$ 6.800	\$ 543.988	90	kg	\$ 7.004	\$ 627.545	94	kg	\$ 7.214	\$ 678.689	96	kg	\$ 7.430	\$ 713.031			
108	Nuez Mariposa	gr	\$ 8.80	\$ 15.40	-	-	-	-	30	kg	\$ 15.966	\$ 479.990	34	kg	\$ 16.342	\$ 546.103	35	kg	\$ 16.833	\$ 593.853	36	kg	\$ 17.338	\$ 623.902			
109	Castaña de cajú cruda	gr	\$ 14.00	\$ 24.50	-	-	-	-	30	kg	\$ 25.235	\$ 757.050	34	kg	\$ 25.902	\$ 873.333	35	kg	\$ 26.772	\$ 944.510	36	kg	\$ 27.675	\$ 992.302			
110	Castaña de cajú tostada con sal	gr	\$ 16.00	\$ 28.00	22.1	kg	\$ 619.877	-	23	kg	\$ 28.440	\$ 670.397	25	kg	\$ 29.705	\$ 737.379	27	kg	\$ 30.596	\$ 826.400	28	kg	\$ 31.514	\$ 878.722			
111	Cranberry deshidratado	gr	\$ 5.70	\$ 9.98	11.1	kg	\$ 110.416	-	12	kg	\$ 10.274	\$ 119.415	13	kg	\$ 10.582	\$ 137.757	14	kg	\$ 10.900	\$ 148.904	14	kg	\$ 11.227	\$ 156.522			
112	Granola especial	gr	\$ 2.90	\$ 5.08	132.8	kg	\$ 674.117	-	139	kg	\$ 5.127	\$ 729.057	154	kg	\$ 5.384	\$ 841.040	164	kg	\$ 5.546	\$ 909.585	167	kg	\$ 5.712	\$ 955.610			
113	Coco Cubo	gr	\$ 10.00	\$ 17.50	33.2	kg	\$ 581.135	-	35	kg	\$ 18.025	\$ 626.488	39	kg	\$ 18.566	\$ 725.036	41	kg	\$ 19.123	\$ 784.125	42	kg	\$ 19.696	\$ 823.802			
114	Tomate Deshidratado	gr	\$ 12.20	\$ 21.35	22.1	kg	\$ 472.657	-	23	kg	\$ 21.991	\$ 511.178	26	kg	\$ 22.650	\$ 589.695	27	kg	\$ 23.330	\$ 637.705	28	kg	\$ 24.030	\$ 676.026			
115	Arandanos Deshidratados	gr	\$ 8.00	\$ 14.00	11.1	kg	\$ 154.969	-	12	kg	\$ 14.420	\$ 167.990	13	kg	\$ 14.853	\$ 193.343	14	kg	\$ 15.298	\$ 209.100	14	kg	\$ 15.757	\$ 219.881			
116	Pistachos Salado	gr	\$ 14.46	\$ 25.31	44.3	kg	\$ 1.120.512	-	46	kg	\$ 26.066	\$ 1.211.834	52	kg	\$ 26.848	\$ 1.397.971	55	kg	\$ 27.654	\$ 1.51							

ID PRODUCTOS	un	Loto Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
				Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total
				(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un			
GRUPO 5 ARNICES Y ALMIDORES																										
126 Chuño	gr	\$	2,01	3,32	249,6 kg	\$	878.715	282 kg	\$	3.627	950.330	293 kg	\$	3.735	1.096.301	308 kg	\$	3.847	1.185.649	314 kg	\$	3.963	1.245.943			
127 Maizena	gr	\$	2,01	3,32	249,6 kg	\$	878.715	282 kg	\$	3.627	950.330	293 kg	\$	3.735	1.096.301	308 kg	\$	3.847	1.185.649	314 kg	\$	3.963	1.245.943			
128 Arroz de Maiz	gr	\$	2,01	3,32	748,7 kg	\$	2.638.144	788 kg	\$	3.627	2.850.990	880 kg	\$	3.735	3.288.802	924 kg	\$	3.847	3.556.947	943 kg	\$	3.963	3.736.939			
129 Harina de soya	gr	\$	2,01	3,32	-	\$	-	-	\$	3.627	-	-	\$	3.735	-	-	\$	3.847	-	-	\$	3.963	-			
130 Harina Integral	gr	\$	2,58	4,51	499,1 kg	\$	2.251.700	524 kg	\$	4.647	2.435.220	587 kg	\$	4.786	2.809.270	616 kg	\$	4.930	3.038.226	629 kg	\$	5.077	3.191.960			
131 Harina Tostad	gr	\$	1,26	2,20	49,9 kg	\$	109.839	52 kg	\$	2.287	118.791	59 kg	\$	2.335	137.038	62 kg	\$	2.405	148.206	63 kg	\$	2.477	155.705			
132 Harina de arroz integral	gr	\$	2,29	4,01	499,1 kg	\$	2.000.279	524 kg	\$	4.128	2.163.302	587 kg	\$	4.252	2.495.585	616 kg	\$	4.379	2.698.975	629 kg	\$	4.510	2.835.543			
133 Harina de coco orgánica	gr	\$	2,90	5,08	-	\$	-	-	\$	5.227	-	-	\$	5.384	-	-	\$	5.546	-	-	\$	5.712	-			
134 Harina de almendra sin piel	gr	\$	13,90	24,33	249,6 kg	\$	6.070.715	282 kg	\$	25.055	6.565.478	293 kg	\$	25.806	7.573.936	308 kg	\$	26.581	8.191.212	314 kg	\$	27.378	8.605.687			
135 Harina de almendra con piel	gr	\$	8,75	15,31	-	\$	-	100 kg	\$	15.772	1.577.188	112 kg	\$	16.245	1.819.444	118 kg	\$	16.732	1.987.728	120 kg	\$	17.234	2.067.296			
136 Harina de Garbanzo	gr	\$	2,20	3,85	-	\$	-	100 kg	\$	3.966	396.550	112 kg	\$	4.084	457.460	118 kg	\$	4.207	494.743	120 kg	\$	4.333	519.777			
137 Harina de Lentejas	gr	\$	1,90	3,33	-	\$	-	100 kg	\$	3.425	342.475	112 kg	\$	3.527	395.079	118 kg	\$	3.633	427.278	120 kg	\$	3.742	448.888			
138 Harina de Trigo	gr	\$	3,14	5,30	-	\$	-	-	\$	5.637	-	-	\$	5.827	-	-	\$	6.012	-	-	\$	6.192	-			
139 Harina de Quinoa	gr	\$	3,77	6,60	-	\$	-	230 kg	\$	6.800	1.563.966	258 kg	\$	7.004	1.804.191	270 kg	\$	7.214	1.951.232	278 kg	\$	7.430	2.049.903			
GRUPO 6 LEGUMBRES																										
140 Arvejas Amarillas partidas	gr	\$	1,38	2,42	998,3 kg	\$	2.416.465	1.048 kg	\$	2.493	2.613.407	1.174 kg	\$	2.568	3.014.827	1.233 kg	\$	2.645	3.260.535	1.297 kg	\$	2.724	3.425.518			
141 Arvejas Verdes partidas	gr	\$	1,38	2,42	998,3 kg	\$	2.416.465	1.048 kg	\$	2.493	2.613.407	1.174 kg	\$	2.568	3.014.827	1.233 kg	\$	2.645	3.260.535	1.297 kg	\$	2.724	3.425.518			
142 Arvejas partidas secas	gr	\$	1,35	2,38	998,3 kg	\$	2.358.407	1.048 kg	\$	2.433	2.550.618	1.174 kg	\$	2.506	2.942.362	1.233 kg	\$	2.582	3.182.197	1.297 kg	\$	2.659	3.343.217			
143 Garbanzos sin piel	gr	\$	2,07	3,63	1.996,5 kg	\$	7.249.396	2.096 kg	\$	3.740	7.840.222	2.348 kg	\$	3.852	9.044.480	2.465 kg	\$	3.968	9.781.605	2.515 kg	\$	4.087	10.276.554			
144 Porotos blancos pelados	gr	\$	1,89	3,30	748,7 kg	\$	2.471.383	788 kg	\$	3.400	2.672.803	880 kg	\$	3.502	3.083.345	924 kg	\$	3.607	3.338.634	943 kg	\$	3.715	3.503.317			
145 Porotos Burro	gr	\$	1,70	2,97	1.497,4 kg	\$	4.444.493	1.572 kg	\$	3.000	4.811.045	1.761 kg	\$	3.152	5.550.022	1.840 kg	\$	3.244	6.002.348	1.886 kg	\$	3.344	6.300.007			
146 Poroto amarillo	gr	\$	2,29	4,18	-	\$	-	-	\$	4.373	-	-	\$	4.494	-	-	\$	4.619	-	-	\$	4.746	-			
147 Poroto Frutilla	gr	\$	1,82	3,19	-	\$	-	-	\$	3.287	-	-	\$	3.385	-	-	\$	3.487	-	-	\$	3.591	-			
148 Poroto negro	gr	\$	1,90	3,33	1.497,4 kg	\$	4.878.860	1.572 kg	\$	3.425	5.384.637	1.761 kg	\$	3.527	6.211.717	1.840 kg	\$	3.633	6.717.972	1.886 kg	\$	3.742	7.057.802			
149 Poroto mung	gr	\$	3,00	5,15	-	\$	-	20 kg	\$	63.088	1.201.750	22 kg	\$	64.980	1.455.555	24 kg	\$	66.930	1.574.183	24 kg	\$	68.937	1.653.306			
150 Poroto pallar grande	gr	\$	3,10	5,43	-	\$	-	25 kg	\$	5.588	139.094	28 kg	\$	5.755	161.151	29 kg	\$	5.928	174.284	30 kg	\$	6.106	183.103			
151 Lentejas 4mm	gr	\$	1,90	3,33	-	\$	-	300 kg	\$	3.425	1.027.425	336 kg	\$	3.527	1.185.237	353 kg	\$	3.633	1.281.834	360 kg	\$	3.742	1.346.965			
152 Lentejas 6mm	gr	\$	1,90	3,33	-	\$	-	300 kg	\$	3.425	1.027.425	336 kg	\$	3.527	1.185.237	353 kg	\$	3.633	1.281.834	360 kg	\$	3.742	1.346.965			
153 Lentejas pinta	gr	\$	1,38	2,42	-	\$	-	200 kg	\$	2.493	498.056	224 kg	\$	2.568	575.249	235 kg	\$	2.645	622.132	240 kg	\$	2.724	653.612			
154 Lentejas verdes	gr	\$	2,58	4,51	-	\$	-	200 kg	\$	4.647	929.313	224 kg	\$	4.786	1.072.055	235 kg	\$	4.930	1.159.428	240 kg	\$	5.077	1.218.095			

Tabla XI—61 Demanda y Precio de productos por año Grupos 5/6/79

ID PRODUCTOS	un	Loto Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
				Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total
				(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un			
GRUPO 7 MIELES Y MERMEZADAS																										
155 Miel con Polen	gr	\$	3,96	6,932	99,8 kg	\$	691.988	105 kg	\$	7.140	748.385	117 kg	\$	7.354	863.337	123 kg	\$	7.575	933.699	126 kg	\$	7.802	980.944			
156 Miel de Húano	gr	\$	5,00	8,750	99,8 kg	\$	873.484	105 kg	\$	9.013	944.673	117 kg	\$	9.283	1.089.775	123 kg	\$	9.561	1.178.592	126 kg	\$	9.848	1.238.228			
157 Mermelada de Ciruela (Dispensador)	gr	\$	2,00	3,500	99,8 kg	\$	969.424	105 kg	\$	3.373	982.465	117 kg	\$	4.054	1.133.369	123 kg	\$	4.564	1.225.793	126 kg	\$	4.796	1.287.257			
158 Mermelada de Frutilla (Dispensador)	gr	\$	2,00	3,500	99,8 kg	\$	349.394	105 kg	\$	3.605	377.869	117 kg	\$	3.713	435.910	123 kg	\$	3.825	471.437	126 kg	\$	3.939	495.291			
159 Mermelada de Frambuesa (Dispensador)	gr	\$	2,00	3,500	99,8 kg	\$	349.394	105 kg	\$	3.605	377.869	117 kg	\$	3.713	435.910	123 kg	\$	3.825	471.437	126 kg	\$	3.939	495.291			
160 Mermelada de Guinda (Dispensador)	gr	\$	1,90	3,325	99,8 kg	\$	331.924	105 kg	\$	3.425	358.976	117 kg	\$	3.527	414.114	123 kg	\$	3.633	447.865	126 kg	\$	3.742	470.527			
161 Mermelada de Durazno	gr	\$	1,90	3,325	99,8 kg	\$	331.924	105 kg	\$	3.425	358.976	117 kg	\$	3.527	414.114	123 kg	\$	3.633	447.865	126 kg	\$	3.742	470.527			
162 Miel de Abeja	gr	\$	3,00	5,250	1.497,4 kg	\$	7.861.358	1.572 kg	\$	5.408	8.502.058	1.761 kg	\$	5.570	9.807.979	1.840 kg	\$	5.737	10.607.325	1.886 kg	\$	5.909	11.144.055			
163 Miel de Ulmo	gr	\$	4,09	7,152	199,7 kg	\$	1.427.917	210 kg	\$	7.367	1.544.288	235 kg	\$	7.587	1.781.488	247 kg	\$	7.816	1.938.666	251 kg	\$	8.050	2.024.170			

Tabla XI—62 Demanda y Precio de productos por año Grupo 780

ID PRODUCTOS	un	Loto Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1				Año 2				Año 3				Año 4				Año 5						
				Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Venta		un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total	Cant. de Producto		un	Precio Venta/un	Precio Venta Total
				(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un			(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un				(kg-tr-un)	un			
GRUPO 8 TÉ, VERBAS E INFUSIONES																										
164 Té Ceylan en hojas	gr	\$	3,27	5,72	10,0 kg	\$	57.316	10 kg	\$	5.893	61.771	12 kg	\$	6.070	71.280	12 kg	\$	6.252	77.067	13 kg	\$	6.440	80.967			
165 Té de Jazmin en hojas	gr	\$	4,28	7,49	10,0 kg	\$	74.891	10 kg	\$	7.706	80.778	12 kg	\$	7.938	95.259	12 kg	\$	8.176	100.780	13 kg	\$	8.421	105.880			
166 Té de Jazmin sin teina	gr	\$	6,00	10,50	10,0 kg	\$	104.818	10 kg	\$	10.815	113.381	12 kg	\$	11.139	130.773	12 kg	\$	11.474	141.431	13 kg	\$	11.818	148.587			
167 Té Berry sin Teina	gr	\$	6,00	10,50	10,0 kg	\$	104.818	10 kg	\$	10.815	113.381	12 kg	\$	11.139	130.773	12 kg	\$	11.474	141.431	13 kg	\$	11.818	148.587			
168 Té Rojo	gr	\$	6,00	10,50	-	\$	-	-	\$	10.815	-	-	\$	11.139	-	-	\$	11.474	-	-	\$	11.818	-			
169 Té Rojo Pu-erh	gr	\$	3,80	6,65	10,0 kg	\$	66.385	10 kg	\$	6.850	71.795	12 kg	\$	7.055	82.823	12 kg	\$	7.265	89.573	13 kg	\$	7.485	94.105			
170 Té Negro chai	gr	\$	2,20	3,85	1																					

ID PRODUCTOS	un	Lotto Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5											
				Cant. de Venta (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Venta (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total									
200 Manzanita Flor	gr	\$	9,00	15,75	55,3 kg	\$	871.703	58 kg	\$	16.223	\$	942.746	65 kg	\$	16.709	\$	1.087.552	68 kg	\$	17.210	\$	1.176.988	70 kg	\$	17.727	\$	1.235.703
201 Rosa Mosqueta polvo	gr	\$	4,78	8,37	11,1 kg	\$	92.594	12 kg	\$	8.616	\$	100.141	13 kg	\$	8.874	\$	115.527	14 kg	\$	9.141	\$	124.937	14 kg	\$	9.415	\$	131.259
202 Rosa Jamaica	gr	\$	10,90	19,08	- kg	\$	-	- kg	\$	19.647	\$	-	- kg	\$	20.237	\$	-	- kg	\$	20.844	\$	-	- kg	\$	21.469	\$	-
203 Tilo	gr	\$	29,80	52,15	25,0 kg	\$	1.301.491	26 kg	\$	53.715	\$	1.407.563	29 kg	\$	55.326	\$	1.623.765	31 kg	\$	56.986	\$	1.796.102	31 kg	\$	58.695	\$	1.844.600
204 Hierbas de San Juan	gr	\$	9,20	16,10	25,0 kg	\$	401.803	26 kg	\$	16.583	\$	434.550	29 kg	\$	17.080	\$	501.296	31 kg	\$	17.593	\$	542.152	31 kg	\$	18.121	\$	569.585
205 Albaca	gr	\$	9,10	15,93	49,9 kg	\$	794.871	52 kg	\$	16.403	\$	859.653	59 kg	\$	16.895	\$	991.696	62 kg	\$	17.402	\$	1.072.518	63 kg	\$	17.924	\$	1.126.788
206 Hierba de Pailo	gr	\$	11,00	19,25	- kg	\$	-	- kg	\$	19.828	\$	-	- kg	\$	20.422	\$	-	- kg	\$	21.035	\$	-	- kg	\$	21.666	\$	-
207 Toronjil Cuyano	gr	\$	9,80	17,15	33,2 kg	\$	569.512	35 kg	\$	17.665	\$	615.928	39 kg	\$	18.194	\$	710.534	41 kg	\$	18.740	\$	798.443	42 kg	\$	19.302	\$	807.326
208 Corteza de Huayacan	gr	\$	9,60	16,80	332,1 kg	\$	5.578.897	349 kg	\$	17.304	\$	6.033.577	391 kg	\$	17.823	\$	6.960.334	410 kg	\$	18.358	\$	7.527.602	418 kg	\$	18.909	\$	7.908.498
209 Vira Vira	gr	\$	9,80	17,15	- kg	\$	-	- kg	\$	17.665	\$	-	- kg	\$	18.194	\$	-	- kg	\$	18.740	\$	-	- kg	\$	19.302	\$	-
210 Té de Cedrón	gr	\$	8,60	15,05	498,1 kg	\$	7.496.643	523 kg	\$	15.502	\$	8.107.619	586 kg	\$	15.967	\$	9.352.949	615 kg	\$	16.446	\$	10.115.215	627 kg	\$	16.939	\$	10.627.045
211 Ruda	gr	\$	11,00	19,25	44,3 kg	\$	852.331	46 kg	\$	19.828	\$	921.796	52 kg	\$	20.422	\$	1.063.384	55 kg	\$	21.035	\$	1.150.050	56 kg	\$	21.666	\$	1.208.243
212 Ortiga	gr	\$	9,60	16,80	44,3 kg	\$	743.853	46 kg	\$	17.304	\$	804.477	52 kg	\$	17.823	\$	928.045	55 kg	\$	18.358	\$	1.003.689	56 kg	\$	18.909	\$	1.054.466
213 Natre	gr	\$	9,80	17,15	110,7 kg	\$	1.898.375	116 kg	\$	17.665	\$	2.052.092	130 kg	\$	18.194	\$	2.368.447	137 kg	\$	18.740	\$	2.561.476	139 kg	\$	19.302	\$	2.691.086
214 Salvia	gr	\$	9,60	16,80	- kg	\$	-	- kg	\$	17.304	\$	-	- kg	\$	17.823	\$	-	- kg	\$	18.358	\$	-	- kg	\$	18.909	\$	-
215 Melissa	gr	\$	11,80	20,65	88,6 kg	\$	1.828.838	93 kg	\$	21.270	\$	1.977.672	104 kg	\$	21.909	\$	2.281.445	109 kg	\$	22.565	\$	2.467.381	112 kg	\$	23.242	\$	2.592.230
216 Quintral	gr	\$	10,50	18,38	- kg	\$	-	- kg	\$	18.926	\$	-	- kg	\$	19.494	\$	-	- kg	\$	20.079	\$	-	- kg	\$	20.681	\$	-
217 Limón	gr	\$	10,40	18,20	55,3 kg	\$	1.007.301	58 kg	\$	18.746	\$	1.086.396	65 kg	\$	19.308	\$	1.256.737	68 kg	\$	19.888	\$	1.359.150	70 kg	\$	20.484	\$	1.427.923
218 Sen	gr	\$	9,80	17,15	- kg	\$	-	30 kg	\$	17.665	\$	928.935	34 kg	\$	18.194	\$	611.333	35 kg	\$	18.740	\$	661.157	36 kg	\$	19.302	\$	694.511
219 Palo Negro	gr	\$	10,90	19,08	33,2 kg	\$	633.437	35 kg	\$	16.647	\$	685.062	39 kg	\$	17.176	\$	790.268	41 kg	\$	17.727	\$	854.698	42 kg	\$	18.299	\$	897.944
220 Sanguinaria	gr	\$	9,80	17,15	- kg	\$	-	12 kg	\$	17.665	\$	211.674	13 kg	\$	18.194	\$	244.533	14 kg	\$	18.740	\$	284.403	14 kg	\$	19.302	\$	277.844
221 Stevia en hojas	gr	\$	3,21	5,61	- kg	\$	-	25 kg	\$	5.780	\$	144.497	28 kg	\$	5.953	\$	166.692	29 kg	\$	6.132	\$	180.277	30 kg	\$	6.316	\$	189.399
222 Cedrón Hojas	gr	\$	5,45	9,54	- kg	\$	-	34 kg	\$	9.824	\$	334.003	38 kg	\$	10.118	\$	385.306	40 kg	\$	10.422	\$	416.709	41 kg	\$	10.735	\$	437.794
223 Cedrón Polvo	gr	\$	5,56	9,73	- kg	\$	-	15 kg	\$	10.022	\$	150.329	17 kg	\$	10.323	\$	173.419	18 kg	\$	10.632	\$	187.593	18 kg	\$	10.951	\$	197.043
224 Bololo Prepicado	gr	\$	4,36	7,63	- kg	\$	-	50 kg	\$	8.899	\$	392.945	56 kg	\$	8.899	\$	453.301	59 kg	\$	8.338	\$	490.245	60 kg	\$	8.588	\$	515.092
225 Bololo en Polvo	gr	\$	5,15	9,01	- kg	\$	-	60 kg	\$	9.280	\$	556.772	67 kg	\$	9.558	\$	642.292	71 kg	\$	9.845	\$	694.639	72 kg	\$	10.140	\$	729.788
226 Bololo Corte Infusión	gr	\$	2,93	5,12	- kg	\$	-	200 kg	\$	5.274	\$	1.054.796	224 kg	\$	5.432	\$	1.216.813	235 kg	\$	5.595	\$	1.315.983	240 kg	\$	5.763	\$	1.382.572
227 Ajeño	gr	\$	11,00	19,25	- kg	\$	-	60 kg	\$	19.828	\$	1.189.650	67 kg	\$	20.422	\$	1.372.380	71 kg	\$	21.035	\$	1.484.229	72 kg	\$	21.666	\$	1.559.331
228 Balahuen	gr	\$	9,40	16,45	- kg	\$	-	80 kg	\$	16.944	\$	1.355.480	90 kg	\$	17.452	\$	1.563.682	94 kg	\$	17.975	\$	1.691.122	96 kg	\$	18.511	\$	1.776.893
229 Lavanda	gr	\$	11,80	20,65	- kg	\$	-	100 kg	\$	21.270	\$	2.126.950	112 kg	\$	21.909	\$	2.453.650	118 kg	\$	22.565	\$	2.653.622	120 kg	\$	23.242	\$	2.787.895
230 Hierba de la plata	gr	\$	9,80	17,15	44,3 kg	\$	759.350	46 kg	\$	17.665	\$	821.237	52 kg	\$	18.194	\$	947.376	55 kg	\$	18.740	\$	1.024.590	56 kg	\$	19.302	\$	1.076.434

ID PRODUCTOS	un	Lotto Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5											
				Cant. de Venta (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Venta (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total	Cant. de Producto (kg-ltr-un)	un	Precio Venta Total									
231 Hierba Pectoral	gr	\$	10,90	19,08	132,8 kg	\$	2.533.749	139 kg	\$	19.647	\$	2.740.250	156 kg	\$	20.237	\$	3.161.152	164 kg	\$	20.844	\$	3.418.796	167 kg	\$	21.469	\$	3.591.776
232 Bololo especial	gr	\$	4,90	8,58	387,4 kg	\$	3.322.156	407 kg	\$	8.832	\$	3.592.911	456 kg	\$	9.097	\$	4.144.782	478 kg	\$	9.370	\$	4.482.852	488 kg	\$	9.651	\$	4.709.401
233 Mejorana	gr	\$	9,10	15,93	- kg	\$	-	- kg	\$	16.403	\$	-	- kg	\$	16.895	\$	-	- kg	\$	17.402	\$	-	- kg	\$	17.924	\$	-
234 Menta Seca	gr	\$	9,70	16,98	221,4 kg	\$	3.758.007	232 kg	\$	17.484	\$	4.054.285	260 kg	\$	18.009	\$	4.688.559	273 kg	\$	18.549	\$	5.070.676	279 kg	\$	19.106	\$	5.327.252
235 Gales	gr	\$	9,80	17,15	33,2 kg	\$	569.512	35 kg	\$	17.665	\$	615.928	39 kg	\$	18.194	\$	710.534	41 kg	\$	18.740	\$	798.443	42 kg	\$	19.302	\$	807.326
236 Cola de caballo	gr	\$	10,00	17,50	155,0 kg	\$	2.711.964	163 kg	\$	18.025	\$	2.932.989	182 kg	\$	18.566	\$	3.383.496	191 kg	\$	19.123	\$	3.659.251	195 kg	\$	19.686	\$	3.844.409
237 Calendula	gr	\$	11,00	19,25	33,2 kg	\$	639.249	35 kg	\$	19.828	\$	691.347	39 kg	\$	20.422	\$	797.538	41 kg	\$	21.035	\$	852.538	42 kg	\$	21.666	\$	906.182
238 Malico	gr	\$	10,20	17,85	188,2 kg	\$	3.358.961	198 kg	\$	18.386	\$	3.632.716	221 kg	\$	18.937	\$	4.190.701	232 kg	\$	19.505	\$	4.532.244	237 kg	\$	20.090	\$	4.761.575
239 Radal	gr	\$	9,40	16,45	- kg	\$	-	- kg	\$	16.944	\$	-	- kg	\$	17.452	\$	-	- kg	\$	17.975	\$	-	- kg	\$	18.511	\$	-
240 Cardo Mariano	gr	\$	11,60	20,30	22,1 kg	\$	449.411	23 kg	\$	20.909	\$	488.038	26 kg	\$	21.536	\$	560.694	27 kg	\$	22.182	\$	606.390	28 kg	\$	22.848	\$	637.073
241 Romero seco	gr	\$	10,20	17,85	66,7 kg	\$	1.190.375	70 kg	\$	18.387	\$	1.287.390	78 kg	\$	18.937	\$	1.485.133	82 kg	\$	19.505	\$	1.601.772	84 kg	\$	20.090	\$	1.687.444
242 Hojas de Eucalipto	gr	\$	9,20	16,10	99,6 kg	\$	1.603.933	105 kg	\$	16.583	\$	1.734.653	117 kg	\$	17.080	\$	2.001.096	123 kg	\$	17.593	\$	2.164.195	125 kg	\$	18.121	\$	2.273.953
243 Diente de León	gr	\$	7,00	12,25	77,5 kg	\$	949.187	81 kg	\$	12.618	\$	1.026.546	91 kg	\$	12.996	\$	1.184.224	96 kg	\$	13.386	\$	1.280.738	98 kg	\$	13.787	\$	1.345.545

Tabla XI—63 Demanda y Precio de productos por año Grupo 8⁸¹

ID PRODUCTOS	un	Costo Insumos/un	Precio Venta/un	Año 1</		
--------------	----	------------------	-----------------	---------	--	--

12.1.26.4. Ratios Tasa de Descuento

<i>Country</i>	<i>Moody's rating</i>	<i>Sovereign CDS</i>	<i>Adj. Default Spread</i>	<i>Equity Risk Premium</i>	<i>Country Risk Premium</i>	<i>Corporate Tax Rate</i>
Cameroon	B2	5.26%	8.16%	16.08%	10.07%	33.00%
Canada	Aaa	0.49%	0.00%	6.01%	0.00%	26.50%
Cape Verde	B2	NA	8.16%	16.08%	10.07%	0.00%
Cayman Islands	Aa3	NA	0.90%	7.12%	1.11%	0.00%
Channel Islands	NA	NA	2.44%	9.01%	3.00%	25.04%
Chile	A1	1.75%	1.04%	7.30%	1.29%	27.00%
China	A1	1.01%	1.04%	7.30%	1.29%	25.00%
Colombia	Baa2	2.94%	2.82%	9.49%	3.48%	33.00%
Congo (Democr	Caa1	NA	11.12%	19.73%	13.72%	35.00%
Congo (Republi	Caa2	NA	13.35%	22.49%	16.48%	32.36%
Cook Islands	B1	NA	6.68%	14.25%	8.24%	28.43%
Costa Rica	B2	5.58%	8.16%	16.08%	10.07%	30.00%
Croatia	Ba2	1.20%	4.45%	11.51%	5.50%	18.00%
Cuba	Caa2	NA	13.35%	22.49%	16.48%	27.24%
Curacao	Baa1	NA	2.37%	8.93%	2.92%	22.00%
Cyprus	Ba2	1.39%	4.45%	11.51%	5.50%	12.50%
Czech Republic	Aa3	0.73%	0.90%	7.12%	1.11%	19.00%
Denmark	Aaa	0.31%	0.00%	6.01%	0.00%	22.00%
Dominican Rept	Ba3	NA	5.34%	12.60%	6.59%	27.00%
Ecuador	Caa3	NA	14.82%	24.30%	18.29%	25.00%
Egypt	B2	6.83%	8.16%	16.08%	10.07%	22.50%
El Salvador	B3	7.81%	9.65%	17.91%	11.90%	30.00%
Estonia	A1	0.85%	1.04%	7.30%	1.29%	20.00%
Ethiopia	B1	NA	6.68%	14.25%	8.24%	30.00%
Falkland Islands	NA		9.72%	17.96%	11.95%	31.02%
Fiji	Ba3	NA	5.34%	12.60%	6.59%	20.00%
Finland	Aa1	0.36%	0.59%	6.74%	0.73%	20.00%
France	Aa2	0.61%	0.74%	6.92%	0.91%	31.00%
Gabon	Caa1	NA	11.12%	19.73%	13.72%	30.00%
Gambia	NR	NA	9.65%	17.91%	11.90%	31.00%
Georgia	Ba2	NA	4.45%	11.51%	5.50%	15.00%
Germany	Aaa	0.36%	0.00%	6.01%	0.00%	30.00%
Ghana	B3	NA	9.65%	17.91%	11.90%	25.00%

Tabla XI—65

Premio por riesgo de Mercado⁸³

83 Fuente: Elaboración propia.

Date updated:	05-ene-20					
Created by:	Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu					
What is this data?	Beta, Unlevered beta and other risk measures				US companies	
Home Page:	http://www.damodaran.com					
Data website:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html					
Companies in each industry:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls					
Variable definitions:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm					
Do you want to use marginal or effective tax rates in unlevering betas?					Marginal	
If marginal tax rate, enter the marginal tax rate to use					25,00%	
Industry Name	Number of firm	Beta	D/E Ratio	Effective Tax rat	Unlevered bet	Cash/Firm valu
Retail (Grocery and Food)	13	0,59	96,66%	12,78%	0,34	1,26%
Retail (Online)	70	1,23	12,87%	2,92%	1,12	3,24%
Retail (Special Lines)	89	1,03	70,57%	11,89%	0,67	2,41%
Rubber& Tires	4	0,98	178,03%	20,75%	0,42	7,11%
Semiconductor	72	1,29	11,80%	6,15%	1,18	4,44%
Semiconductor Equip	39	1,28	12,17%	9,71%	1,17	6,54%
Shipbuilding & Marine	10	2,17	55,71%	4,89%	1,53	2,44%
Shoe	11	0,87	8,80%	13,98%	0,81	2,30%
Software (Entertainment)	86	1,29	3,80%	2,58%	1,25	2,58%
Software (Internet)	30	1,67	20,41%	1,23%	1,45	3,49%
Software (System & Application)	363	1,20	9,67%	2,60%	1,12	2,93%
Steel	32	1,62	46,97%	9,25%	1,20	6,89%
Telecom (Wireless)	18	1,14	131,19%	5,89%	0,58	3,49%
Telecom. Equipment	91	0,89	17,22%	4,31%	0,79	5,25%
Telecom. Services	67	1,05	79,19%	4,17%	0,66	1,35%
Tobacco	17	1,68	28,56%	11,48%	1,38	2,98%
Transportation	18	1,31	54,23%	12,76%	0,93	3,08%
Transportation (Railroads)	8	2,24	26,24%	12,24%	1,87	1,05%
Trucking	33	1,37	57,88%	16,73%	0,96	8,09%
Utility (General)	16	0,28	66,95%	13,45%	0,19	0,35%
Utility (Water)	17	0,68	35,75%	10,01%	0,54	4,52%
Total Market	7053	1,13	58,00%	7,32%	0,79	5,16%
Total Market (without financials)	5878	1,21	31,60%	5,81%	0,98	3,43%

Tabla XI—66 Beta de la industria para ventas de alimentos al por menor (Retail-Grocery and Good)⁸⁴

84 Fuente: Elaboración propia.

12.17. Riesgos Críticos

Riesgos	Origen	Nivel de Riesgo	Plan de Acción
Pérdida de competitividad por disminución de recursos	Internos	Medio	Solicitar al banco o cajas de inversiones algún crédito o aumentar el número de socios en el negocio
Disminución de clientes debido al cambio de necesidades por problemas económicos		Medio	El plan de Marketing posee un estrategia considerando estudios de mercado y evaluación continua de necesidades de clientes que se encontrará continuamente adaptándose.
Problemas con abastecimiento de productos		Bajo	De acuerdo a nuestro proceso operacional, se mantendrá una continua evaluación de calidad a nuestros proveedores y un listado de ellos en nuestra base de datos, por lo tanto existirán proveedores "Back Up" para resolver contingencias.
Alta rotación de personal que impacte en la calidad de servicio al cliente como en la operación.		Bajo	Se implementa un plan de compensaciones y beneficios superior a los que actualmente ofrece el mercado.
Demandas laborales		Medio	El desconocimiento en las leyes laborales podría afectar el negocio en multas, reputación y estructura de costos de la empresa. Por lo tanto el plan de contingencia es mantener un asesor legal que proporcionará apoyo tanto en el inicio como durante el transcurso del negocio.
No cumplimiento de despacho a clientes		Bajo	De acuerdo a nuestro proceso operacional y gestión de calidad, se mantendrán convenios con App con posicionamiento validado por los clientes en el mercado, los cuales estarán continuamente controlando rutas y horarios que ayudarán a la gestión y buena atención.
Falta en leyes relacionadas al manejo de alimentos		Bajo	El desconocimiento en las leyes relacionadas a la manipulación de alimentos podría afectar el negocio en multas, reputación y estructura de costos de la empresa. Por lo tanto el plan de contingencia es mantener un asesor legal que proporcionará apoyo tanto en el inicio como durante el transcurso del negocio.
No apertura de tienda por disturbios sociales		Medio	De acuerdo a nuestra estrategia de operacional, también se ha considerado la venta online robusta, con lo que mitigaríamos la disminución de ventas, por la tienda física.
Pandemia COVID-19	Externos	Bajo	De acuerdo a nuestra estrategia de operacional, también se ha considerado la venta online robusta, junto al <i>Delivery</i> , con lo que mitigaríamos la disminución de ventas, por la tienda física.
Aumento en la tasa de cesantía y/o desempleo		Bajo	Chile posee una economía abierta internacional, que es sensible a los cambios externos, por lo que podría afectar el poder adquisitivo de los clientes del segmento que abarca el proyecto (Ej. aumento de la cesantía y/o desempleo). Por lo tanto, la evaluación continua sobre los intereses de los clientes y el estado actual económico, se generarán promociones y descuentos a clientes actuales con beneficios exclusivos de acuerdo a nuestra base de datos y potenciales.
Entrada de nuevos competidores que imiten modelo de negocio		Medio	Evaluación continua de clientes y competidores, permitiendo mantener el posicionamiento destacado dentro de la industria, apoyado por las acciones

de marketing.

Tabla XI—67 Riesgos Críticos⁸⁵

12.18. Proveedores

Proveedor	Productos	Servicios/Declaración triple impacto	Certificación	Website
Elabal	Condimentos, sales y especias Frutas deshidratadas y frutos secos Semillas, Cereales y Productos naturales Repostería y coctel Maníes y Productos Snacks	Venta al por mayor de productos a granel y envasados Envasado Molienda Tostaduría	Esta empresa se encuentra certificada con ISO 9001:2008 y actualmente trabaja en la implementación de HACCP.	https://www.elabal.cl/
Prima Foods	Súper Alimentos Jugos Prensados Superpacks y Planes Detox	Línea completa de súper alimentos, jugos penados en frío, integrando productos innovadores y de alta calidad. Envío de productos rápidamente.	Certificación orgánica USDA y ECOCERT.	https://primalfoods.cl/clientes-mayoristas/
Morito	Frutos Secos Frutas Deshidratadas Semillas Harinas	Envasado según contenido neto que requiera cliente Selección de acuerdo al calibre y color.	Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) bajo la NCh 2861 (2004)	https://www.morito.cl/
Sugaut	Cacao Orgánico, Aceite de Coco, Barra Amaranto, Bombones, Calugas, Chocolatines, Chocolates, Gomititas, Gomititas Healthy, Glucosa, Manjar	Libre de sellos Compromiso social: Mejorar la vida de pacientes diabéticos, insulina resistentes. Dulces para celíacos y diabetes.	Certificación Orgánica USDA	https://www.sugaut.cl/cacao-organico/
Cosecha justa	Harinas: Arroz integral, Harinas de Lentejas, Harina de Arroz Integral, Arroz Integral, Garbanzos, Quínoa, Lentejas, Arroz blanco	Apoyo a pequeños agricultores nacionales	Harinas certificadas Sin Gluten y Comercio Justo	http://www.cosechajusta.cl/nuestroproyecto/
KOM	Miel	Apoyo a pequeños apicultores artesanales de la Zona Sur de Chile	Ninguna	https://www.komb.cl/
Sensorial	Té, Infusiones, Mate, Café, Chocolate	Valdivia	Ninguna	https://sensorial.cl/mayoristas/
FreeMet	Aromatizador, Detergente, Jabón Líquido, Lavalozas, Limpia Vidrios, Limpiador en Crema, Limpiador Multiuso	Compromiso con el medio ambiente, refill, formato de recarga	Ninguna	https://www.freemet.cl/pages/menosplastico

85 Fuente: Elaboración propia.

Tabla XI—68 Proveedores⁸⁶

⁸⁶ Fuente: Elaboración propia.