



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESADE MANUFACTURA Y COMERCIALIZADORA DE
BOCADILLOS

TOMO II

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

Presentado ante la

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Como parte de los requisitos para optar al título de

INGENIERO INDUSTRIAL

REALIZADO POR

ALVAREZ MORANTE, Jorge Luís
PRIETO MORALES, Héctor Edwards

TUTOR

Lic. Delfín González

FECHA

MARZO 2007



INDICE

Anexos Capítulo II.....	2
Anexo II-1- Normas Covenin.....	2
Anexos Capítulo IV.....	13
Anexo IV-1 Encuestas	13
Anexo IV-2 Cálculos Clientes potenciales.....	17
Anexo IV-3 Share del Mercado en la Muestra Tomada.....	18
Anexo IV-4 Resultados de Encuestas.....	20
Anexo IV-5 Frecuencia de Consumo.....	32
Anexo IV-6 Proyección Demanda por Presentación.....	34
Anexo IV-7 Comportamiento del Consumidor.....	37
Anexos Capítulo V.....	50
Anexo V-1 Amasadora.....	50
Anexo V-2 Envases Plásticos.....	53
Anexo V-3 Cuartos Refrigerados.....	53
Anexo V-4 Vehículo Refrigerado.....	57
Anexo V-5 Nevera Local.....	57
Anexo V-6 Moldes o Bandejas.....	58
Anexo V-7 Hornos Eléctricos.....	58
Anexo V-8 Vitrinas Exhibidoras.....	59
Anexo V-9 Capacidad de la Planta.....	59
Anexo V-10 Layout Planta.....	60
Anexo V-11 Balanza Digital.....	61
Anexo V-12 Layout Local.....	61
Anexo V-13 Maquina de Café Expreso.....	62
Anexo V-14 Maquina Dispensadora de Refresco.....	62
Anexo V-15 Ventiladores.....	62
Anexo V-16 Sistemas de Seguridad.....	63
Anexo V-17 Mobiliario y Equipos de Oficina.....	63
Anexos Capítulo VI.....	65
Anexo VI-1 Datos Económicos.....	65
Anexo VI-2 Costo Materia Prima por Presentación.....	79
Anexo VI-3- Calculo de Mano de Obra Directa e Indirecta.....	81
Anexo VI-4 Calculo Costo de Servicio.....	82
Anexo VI- 5 Calculo Costo de Acarreo.....	82
Anexo VI-6- Calculo Costos Materiales Indirectos.....	83
Anexo VI-7- Calculo Gastos Personal Administrativo.....	83
Anexo VI-8- Calculo Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno.....	85
Anexo VI-9 Periodo de Recuperación.....	85
Anexo VI-10- Punto de Equilibrio.....	86
Anexo VI-11 Estado de Ganancias y Pérdidas Análisis de Sensibilidad.....	92
Anexo VI-12 Perfil VPN.....	95



ANEXOS CAPITULO II

Anexo II.-1- Normas Covenin

NORMA VENEZOLANA

COV
1483

GALLETAS

(1^{ra} Revisión)



directrices del Comité Técnico de Normalización CT10 Productos Alimenticios, por el Subcomité Técnico SC10 Cereales, leguminosas y derivados y aprobada por FONDONORMA en la reunión del Consejo Superior N° 2001-11 de fecha 28/11/2001.

En la revisión de esta Norma participaron las siguientes entidades: Ministerio de Salud y Desarrollo Social; Instituto Nacional de Higiene; Instituto Nacional de Nutrición; CAVIDEA; PARMALAT; Nestlé de Venezuela; Galletas Puig; INDECU; Bimbo de Venezuela; Kraft-Foods.

PRÓLOGO

La presente norma sustituye totalmente a la Norma Venezolana COVENIN 1483:1983, fue revisada de acuerdo a las directrices del Comité Técnico de Normalización CT10 Productos



NORMA VENEZOLANA
GALLETAS

COVENIN
1483:2001
(1^{ra} Revisión)

1 OBJETO

Esta norma venezolana contempla los requisitos mínimos que deben cumplir las galletas para consumo humano.

2 REFERENCIAS NORMATIVAS

Las siguientes normas contienen disposiciones que al ser citadas en este texto, constituyen requisitos de esta Norma Venezolana. Las ediciones indicadas estaban en vigencia en el momento de esta publicación. Como toda norma está sujeta a revisión, se recomienda a aquellos que realicen acuerdos con base en ellas, que analicen la conveniencia de usar las ediciones más recientes de las normas citadas seguidamente.

COVENIN 52:1999	Chocolate.
COVENIN 69:2000	Grasas vegetales comestibles. Mantecas.
COVENIN 120:1994	Mantequilla.
COVENIN 178:1995	Sal comestible.
COVENIN 217:1994	Harina de trigo.
COVENIN 234-1995	Azúcar refinado.
COVENIN 409-1998	Alimentos. Principios generales para el establecimiento de criterios microbiológicos.
COVENIN 902-87	Alimentos. Método para recuento de colonias de bacterias aerobias en placa de Petri.
COVENIN 910:2000	Norma general para aditivo alimentarios.
COVENIN 1104-96	Alimentos. Determinación del Número Más Probable de coliformes, coliformes fecales y <i>Escherichia coli</i> .
COVENIN 1195-80	alimentos. Determinación de nitrógeno. Método de Kjeldahl.
COVENIN 1226-89	Alimentos. Identificación y preparación de muestras para el análisis microbiológico
COVENIN 1291-88	Alimentos. Aislamiento e identificación de <i>Salmonella</i> .
COVENIN 1292-89	Alimentos. Determinación y recuento de <i>Staphylococcus aureus</i> .
COVENIN 1315:79	Alimentos. Determinación de pH (acidez).
COVENIN 1337-90	Alimentos. Método para recuento de mohos y levaduras.
COVENIN 1479:1990	Cacao en polvo.
COVENIN 1481:2000	Leche en polvo.
COVENIN 1539:1983	Especias, condimentos y afines. Requisitos
COVENIN 1553:80	Productos cereales y leguminosas. Determinación de humedad.
COVENIN 2952:2001	Norma general para el rotulado de los alimentos envasados.



COVENIN 2952/1:1997 Directrices para la declaración de propiedades nutricionales y de salud en el rotulado de los alimentos envasados

COVENIN 3133/1:1997 (ISO 2859/1:1997). Procedimiento de muestreo para inspección por atributo. Parte I – Planes de muestreo por nivel de calidad aceptable (NCA) para inspección lote por lote.

COVENIN 3276:1997 Alimentos. Recuento de Coliformes y de *Escherichia coli*. Método en placas con películas secas rehidratables (Petrifilm®)

COVENIN 3338:1997 Alimentos. Recuento de aerobios mesófilos en placas con películas secas rehidratables (Petrifilm®)

COVENIN 3495:1999 Suero dulce en polvo

COVENIN 3585:2000 Análogos de chocolate

3 DEFINICIONES

Para los propósitos de esta norma Venezolana COVENIN se aplican las siguientes definiciones:

3.1 Galleta

Es el producto obtenido de la mezcla de harinas de trigo y/o de otros cereales, con los otros ingredientes y aditivos contemplados en esta norma, relleno o no, cubierto o no y sometido a proceso de horneo y empacado.

3.2 Relleno

Es el producto elaborado a base de los ingredientes y aditivos mencionados en esta norma y cualquier otro aprobado por la autoridad sanitaria competente y que se coloca en el interior del producto.

3.3 Cubierta

Es el producto elaborado a base de los ingredientes y aditivos mencionados en esta norma y cualquier otro aprobado por la autoridad sanitaria competente, que cubre externamente la galleta.

4 MATERIALES Y ELABORACIÓN

Los ingredientes y aditivos utilizados en la elaboración del producto deben cumplir con los requisitos establecidos en las Normas Venezolanas COVENIN y en las disposiciones sanitarias correspondientes.

4.1 Ingredientes

4.1.1 Harina de trigo y de otros cereales.

4.1.2 Leche y/o sus derivados

4.1.3 Grasa vegetal o animal

4.1.4 Azúcar refinada, azúcar invertido o glucosa (jarabe de maíz).

4.1.5 Mantequilla

4.1.6 Huevos

4.1.7 Cacao, chocolate y sus derivados

4.1.8 Féculas y/o derivados de cereales o tubérculos

4.1.9 Cereales enteros, trozos o en hijuelas

4.1.10 Sal comestible

4.1.11 Especias y condimentos, tales como: canela, clavo, jengibre, ajo, cebolla, entre otros.



- 4.1.12 Levadura.
- 4.1.13 Frutas deshidratadas , tales como: pasas, duraznos, fresa, coco
- 4.1.14 Frutos secos, semillas y nueces
- 4.1.15 Mermeladas y jaleas
- 4.1.16 El producto puede ser enriquecido con vitaminas y sales minerales aprobados por la autoridad sanitaria competente.
- 4.1.17 Cualquier otro ingrediente aprobado por la autoridad sanitaria competente.

4.2 Aditivos

En la galleta se permite utilizar los aditivos alimenticios indicados en la tabla 6 y cualquier otro aditivo aprobado por la autoridad sanitaria competente.

5 CLASIFICACIÓN

Las galletas se clasifican en:

- 5.1 **Galleta dulce:** Es el producto definido en el punto 3.1, con sabor predominante dulce puede ser relleno o no, cubierto o no.
- 5.2 **Galletas salada:** Es el producto definido en el punto 3.1, cuyo sabor tiene una connotación salada, pueden ser relleno o no, cubierto o no.
- 5.3 **Wafer:** Es el producto definido en el punto 3.1, obtenido a partir del horneado de una masa líquida, el cuál puede ser relleno o no, cubierto o no.

6 REQUISITOS

Las galletas deben cumplir con la normativa legal vigente de las Buenas Prácticas de Fabricación y los siguientes requisitos:

- 6.1 Mantener sus características a la temperatura ambiente, durante la vida útil establecida.
- 6.2 Debe presentar características sensoriales propias de producto (color, sabor, olor).
- 6.3 Requisitos fisicoquímicos (véase tabla 1)
- 6.4 Criterios microbiológicos (véase tablas 2, 3, 4 y 5)

7 INSPECCIÓN Y RECEPCIÓN

Este capítulo está redactado con el criterio de ofrecer una guía al consumidor para determinar la calidad de lotes aislados a ser comercializados.

7.1 Criterios de aceptación y rechazo

- 7.1.1 **Defectos críticos:** Corresponden al no cumplimiento de los criterios microbiológicos para *Staphylococcus aureus*, *Salmonella* (véase tabla 3, 4 y 5)
- 7.1.2 **Defectos mayores:** Corresponde al no cumplimiento de los criterios microbiológicos con carácter de recomendación (véase tabla 2, 3, 4 y 5), requisitos fisicoquímicos (véase tabla 1), requisitos sensoriales establecidos en el capítulo 6 y la tabla de aditivos (véase tabla 6)

En caso de litigio se aplican la Norma Venezolana COVENIN 3133-1 y el plan de muestreo establecido para los criterios microbiológicos (véase tabla 2, 3, 4 y 5).



8 ENVASES, MARCACIÓN Y ROTULACIÓN

8.1 Envases

Los envases deben mantener las características del producto, ser de un material inerte a la acción del mismo, de forma tal que no altere su composición fisicoquímica ni sus características organolépticas y deben estar aprobados por la autoridad sanitaria competente.

8.2 Marcación y Rotulación

8.2.1 Nombre descriptivo del producto es Galletas.

8.2.2 Debe cumplir con lo establecido en la Norma Venezolana COVENIN 2952

8.2.3 En aquellos productos en los cuales se hagan declaraciones de propiedades nutricionales y de salud, debe cumplir la Norma Venezolana COVENIN 2952/1

BIBLIOGRAFÍA

Gaceta Oficial de la República de Venezuela. N° 36.081. Ministerio de Sanidad y Asistencia Social. Buenas Prácticas de Fabricación, almacenamiento y transporte de alimentos para consumo humano. Caracas; 07-11-1996

ICMSF. Microorganisms in Foods 2. Sampling for Microbiological Analysis. Principles and Specific Applications. 2nd Edition. 1986. University of Toronto Press.

ICMSF. Microorganisms in Foods 6. Microbial Ecology of Foods Commodities. Blackie Academic & Professional. 1998.

Participaron en la elaboración de la norma: Anderson, Gladys; Algarbe, Antonieta; Cegarra, Joss; Cols, Manuel; Coronado, Mirian; Crona, Eduardo; Chavez, José Félix; Díaz, José; Galindo, Rosalía; Heredia, Luis; Key, Elsa; Lagonell, Reinaldo; Monfort, Arantza; Mora Liané; Rosales, Horacio; Ruiz, Alberto; Pasini, Lucía; Pernia, Viciani; Polanco, Millagros; Rolb, Meter; Tovar, Carmen; Ute, Morris; Vidaurreta, José.

Participaron en la revisión de este documento: Alvarez, Pedro; Chavez, José Félix; García, Cira; Esaa, Ingrid; Leonard, Ruth; Morillo, Laura; Morales, Arturo; Novoa, María Luisa; Ruiz, Alberto.

Tabla 1 Requisitos Fisicoquímicos

Características	Límite		Método de ensayo
	Galleta Sin relleno	Galleta con relleno	
pH al 10 % en solución (min) (p/v)	5,5	3,5	COVENIN 1315
Humedad (%) (max.) (p/p)	5,0	10,0	COVENIN 1553
Proteína (%) (min.) (p/p)			
N x 6,25 (SMS)		3,0	COVENIN 1195
(SMS) Sobre materia seca			



Tabla 2 Criterios microbiológicos (Galletas sin relleno y sin cobertura o con fruta secas, semillas y nueces)

Requisito	n	c	Límite		Método de ensayo
			M	M	
Mohos (ufc/g) (*)	5	2	50,0	5×10^2	COVENIN 1337

Donde:

n = número de muestras del lote

c = número de muestras defectuosas

m = Límite mínimo o único

M = Límite máximo

* : Requisito microbiológico recomendado (véase COVENIN 409)

Tabla 3 Criterios microbiológicos

Galletas rellenas (con crema no lácteas, frutas deshidratadas, jaleas y mermeladas de frutas)

Requisito	n	c	Límite		Método de ensayo
			m	M	
Escherichia coli (ufc/g) (*) (1)	5	2	10,0	1×10^2	COVENIN 3276
Salmonella en 25 g ** (2)	5	0	0	-	COVENIN 1291
Mohos (ufc/g) *	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 1337
Levaduras (ufc/g) *	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 1337

Donde: n = número de muestras del lote

c = número de muestras defectuosas

m = Límite mínimo o único

M = Límite máximo

* : Requisito microbiológico recomendado (véase COVENIN 409)

**: Requisito microbiológico obligatorio (Véase COVENIN 409)

(1) Galletas que contengan frutas deshidratadas

(2) Galletas que contengan coco o mantequilla de maní



Tabla 4 Criterios microbiológicos

Galletas rellenas o cubiertas y rellenas con crema lácteas y/o chocolate

Requisito	n	c	Límite		Método de ensayo
			m	M	
Aerobios mesófilos (ufc/g) *	5	2	5×10^3	1×10^4	COVENIN 902 / 3338
Coliformes Totales (NMP/g) *	5	2	9,0	93,0	COVENIN 1104
Coliformes Totales (ufc/g) *	5	2	10,0	1×10^2	COVENIN 3276
<i>Staphylococcus aureus</i> (ufc/g) (**)(1)	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 3276
Salmonella en 25 g **	5	0	0	-	COVENIN 1291
Mohos (ufc/g) *	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 1337
Levaduras (ufc/g) *	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 1337

Donde:

n = número de muestras del lote

c = número de muestras defectuosas

m = Límite mínimo o único

M = Límite máximo

* : Requisito microbiológico recomendado (véase COVENIN 409)

** : Requisito microbiológico obligatorio (véase COVENIN 409)

(1) Galleta que contengan queso



Tabla 5 Criterios microbiológicos

Galletas rellenas o cubiertas con especias

Requisito	n	c	Límite		Método de ensayo
			m	M	
Aerobios mesófilos (ufc/g) *	5	2	1×10^4	1×10^5	COVENIN 902 / 3338
<i>Escherichia coli</i> (NMP/g) *	5	2	9,0	93,0	COVENIN 1104
<i>Escherichia coli</i> (ufc/g) *	5	2	10,0	1×10^2	COVENIN 3276
Salmonella en 25 g **	5	0	0	-	COVENIN 1291
Mohos (ufc/g) *	5	2	1×10^2	1×10^3	COVENIN 1337

Donde:

n = número de muestras del lote

c = número de muestras defectuosas

m = Límite mínimo o único

M = Límite máximo

*: Requisito microbiológico recomendado (véase COVENIN 409)

**: Requisito microbiológico obligatorio (véase COVENIN 409)



Tabla N° 6 Aditivos Alimentarios

CLASIFICACIÓN	ADITIVO	DOSIS RECOMENDADA
ACENTUADORES	Ácido guanílico Ácido glutámico Etilmaltol Inosinato de sodio, de potasio, de calcio Maltol	BPF
ANTIOXIDANTES	Ácido L-ascórbico y su sal sódica Ácido eritroascórbico y su sal sódica L-Cisteína Palmitato de ascorbilo Tocoferoles (extractos naturales ricos en tocopheroles) TBHQ, BHA, BHT	BPF
COLORANTES (Artificiales) NOTA 1	Allura Red (Rojo N° 40) Azul Brillante (azul N° 1) Indigo carmín (Azul N° 2) Tartrazina (Amarillo N° 5) Amarillo ocreo (Amarillo N° 6) Ponceau 4R (Cochinilla)	BPF
COLORANTES (naturales)	Carotenos alfa, beta y gamma Apocarotenos Curcumina Onoto Remolacha (betaína) Uva (Enocianina) Cantaxantina Carmín Clorofila Color caramelo Carbon vegetal	BPF
CONSERVANTES NOTA 2	Ácido benzoíco y sus sales Ácido propiónico y sus sales Ácido sorbíco y sus sales	BPF
EDULCORANTES nutritivos	Aspartame Jarabe de glucosa hidrogenado	BPF
EDULCORANTES no nutritivos	Acesulfame de potasio Ciclamato de potasio y de sodio Sacarina sódica Sacarina cálcica Sucralosa	BPF
EMULSIFICANTE	Lecitina Gliceril monoestearato Estéres derivado de la glicerina	BPF
HUMECTANTES	Glicerol Jarabe de glucosa hidrogenado Lactitol Manitol	BPF
LEUDANTE	Polidextrosa Xilitol Sorbitol Isomaltitol	BPF
SABORIZANTES Y AROMATIZANTES	Bicarbonato de sodio Carbonato Bicarbonato de amonio Fosfato de calcio, sodio, potasio o en mezclas de ellos Sabor natural Sabor idéntico al natural Sabor artificial	BPF

BPF = Buenas Prácticas de Fabricación

NOTA 1: Solo aplica en el caso de los rellenos y coberturas

NOTA 2: Solo aplica en rellenos

FONDONORMA

Av. Andrés Bello Edif. Torre Fondo Común Pisos 11 y 12

Telf. 575.41.11 Fax: 574.13.12

CARACAS

**publicación de:**

I.C.S: 67.060

RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS

ISBN: 980-06-2854-1

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio.

Descriptores: Cereal, galleta.

COVENIN
1483:2001CATEGORÍA
C

Anexos Capítulo II

ANEXOS CAPITULO IV

Anexo IV-1 Encuesta

Edad _____ Sexo ___ M ___ F

1. Consume UD alimentos Bocadillos (*Snack*)?

Si _____ No _____

1.1 Con que frecuencia?

Una vez al día _____
Una vez por semana _____
Una vez cada quince días _____
Una vez al mes _____

2. Consume UD. Brownies?

Si _____ No _____

En caso de ser afirmativa su respuesta:

2.1 Con que frecuencia?

Una vez al día _____
Una vez por semana _____
Una vez cada quince días _____
Una vez al mes _____

2.2 Cual de estos Brownies consumiría UD?

Brownie Tradicional _____
Brownie Con Nueces _____
Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas _____

2.3 De las siguientes compañías de Bocadillos (Brownies) ubicadas en el centro comercial, cuales conoce?

Chip-A-Cookies _____
Miga's _____
Subway _____
Tutti Frutti _____
Tony Roma's _____
Otra _____



2.4 Tiene alguna preferencia por estas marcas?

Si _____ No _____

2.5 Su preferencia es debido a:

Precio _____

Sabor _____

Confianza en la marca _____

Acceso al producto _____

3. Consumo UD. Galletas?

Si _____ No _____

En caso de ser afirmativa su respuesta:

3.1 Con que frecuencia?

Una vez al día _____

Una vez por semana _____

Una vez cada quince días _____

Una vez al mes _____

3.2 Cual de estas galletas consumiría UD?

Galleta de Chispas de Chocolate _____

Galleta con Nueces _____

Galleta de Mantequilla _____

Galleta de Avena y Pasas _____

3.3 De las siguientes compañías de Bocadillos (Galletas) ubicadas en el centro comercial, cuales conoce?

Chip-A- Cookies _____

Subway _____

Otra _____

3.4 Tiene alguna preferencia por estas marcas?

Si _____ No _____

3.5 Su preferencia es debido a:

Precio _____

Sabor _____

Confianza en la marca _____

Acceso al producto _____



4. Si UD Consume Ambos Productos por cual tiene Preferencia

Brownies _____

Galletas _____

Ambos _____

5. Consume UD. Café?

Si _____ No _____

En caso de ser afirmativa su respuesta:

5.1 Con que frecuencia?

Una vez al día _____

Una vez por semana _____

Más de una vez a la semana _____

Una vez al mes _____

5.2 .Que Tamaño de Café Consume UD?

Café Pequeño _____

Café Grande _____

5.3 Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?

Si _____ No _____

6. Consume UD. Refresco?

Si _____ No _____

En caso de ser afirmativa su respuesta:

6.1 Con que frecuencia?

Una vez al día _____

Una vez por semana _____

Más de una vez a la semana _____

Una vez al mes _____

6.2 .Que Tamaño de Café Consume UD?

Refresco Pequeño _____

Refresco Mediano _____

Refresco Grande _____



6.3 Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?

Si _____ No _____

7. Si UD Consume Ambos Tipos de Bebidas por cual tiene preferencia

Café _____
Refresco _____

8. Compraría alguno de estos productos en una nueva franquicia?

Si _____ No _____

9. Que precio estaría dispuesto a pagar por cada una de los siguientes productos.

Por cualquiera de estos Brownies (Brownie normal, Brownies con Nueces, Brownies de chocolate blanco con avellanas)

Entre 2.000Bs y 3.000Bs _____
Entre 3.000Bs y 4.000Bs _____
Entre 4.000Bs y 6.000Bs _____
Otro _____

Por cualquiera de estas Galletas (Galletas con Chispas de Chocolate y Nueces, Galletas de Chispa de Chocolate, Galletas de Mantequilla, Galletas de Avena con Pasas)

Entre 1.000Bs y 2.000Bs _____
Entre 2.000Bs y 3.000Bs _____
Entre 3.000Bs y 4.000Bs _____
Otro _____

Por Café

Pequeño

Entre 500Bs y 1.000Bs _____
Entre 1.000Bs y 1.500Bs _____
Entre 1.500Bs y 2.000Bs _____
Otro _____

Grande

Entre 1.500Bs y 2.000Bs _____
Entre 2.000Bs y 2.500Bs _____
Entre 2.500Bs y 3.000Bs _____
Otro _____

Por Refresco

Pequeño	Mediano	Grande
Entre 1.900Bs y 2.200Bs _____	2.100Bs y 2.500Bs _____	2.500Bs y 2800Bs _____
Entre 2.200Bs y 2.500Bs _____	2.500Bs y 2.800Bs _____	2.800Bs y 3200Bs _____
Entre 2.500Bs y 3.000Bs _____	2.800Bs y 3.200Bs _____	3.200Bs y 3500Bs _____
Otro _____	Otro _____	Otro _____

Anexo IV-2 Cálculos Clientes potenciales

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011
Clientes potenciales por año	36.723.600,00	37.090.836,00	37.461.744,36	37.836.361,80	38.214.725,42
Proporción de gente que no consumen Bocadillos	6,64%	6,64%	6,64%	6,64%	6,64%
Sub-Total clientes potenciales	34.286.564,76	34.629.430,41	34.975.724,71	35.325.481,96	35.678.736,78
Proporción de gente que no consume Brownies	19,36%	19,36%	19,36%	19,36%	19,36%
Sub-Total clientes potenciales Brownies	27.647.744,62	27.924.222,07	28.203.464,29	28.485.498,93	28.770.353,92
Proporción de gente tienen preferencia por otra marca	45,43%	45,43%	45,43%	45,43%	45,43%
Sub-Total clientes potenciales Brownies	15.088.002,23	15.238.882,25	15.391.271,07	15.545.183,78	15.700.635,62
Proporción de gente que compraría en una nueva franquicia	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%
Sub Total clientes potenciales	7.248.157,93	7.320.639,51	7.393.845,91	7.467.784,37	7.542.462,21
Proporción que posee preferencia por brownies	54,46%	54,46%	54,46%	54,46%	54,46%
Sub Total clientes potenciales	3.947.657,45	3.987.134,02	4.027.005,36	4.067.275,41	4.107.948,17
Oportunidad de mercado según share	2,50%	3,70%	4,30%	5,90%	6,70%
Total clientes objetivos para brownies	98.691,44	147.523,96	173.161,23	239.969,25	275.232,53
Proporción de gente que no consume galletas	8,82%	8,82%	8,82%	8,82%	8,82%
Sub-Total clientes potenciales galletas	31.261.279,63	31.573.892,43	31.889.631,35	32.208.527,67	32.530.612,94
Proporción de gente tienen Preferencia por otra marca	46,77%	46,77%	46,77%	46,77%	46,77%
Sub-Total clientes potenciales galletas	16.639.068,19	16.805.458,87	16.973.513,46	17.143.248,60	17.314.681,08
Proporción de gente que compraría en una nueva franquicia	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%
Sub-. Total clientes potenciales de galletas	7.993.277,86	8.073.210,64	8.153.942,74	8.235.482,17	8.317.836,99
Proporción que posee preferencia por café	59,52%	59,52%	59,52%	59,52%	59,52%
Sub Total clientes potenciales	4.757.903,49	4.805.482,52	4.853.537,35	4.902.072,72	4.951.093,45
Oportunidad de mercado según share	2,50%	3,70%	4,30%	5,90%	6,70%
Total clientes objetivos para galletas	118.947,59	177.802,85	208.702,11	289.222,29	331.723,26

Proporción de gente que no consume café	25,74%	25,74%	25,74%	25,74%	25,74%
Sub-Total clientes potenciales café	25.462.816,48	25.717.444,64	25.974.619,09	26.234.365,28	26.496.708,93
Proporción de gente tienen preferencia en donde tomarlo	20,13%	20,13%	20,13%	20,13%	20,13%
Sub-Total clientes potenciales café	20.336.638,90	20.540.005,29	20.745.405,34	20.952.859,40	21.162.387,99
Proporción de gente que compraría en una nueva franquicia	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%
Sub-Total clientes potenciales café	9.769.561,83	9.867.257,44	9.965.930,02	10.065.589,32	10.166.245,21
Proporción que posee preferencia por galletas	72%	72%	72%	72%	72%
Sub Total clientes potenciales	6.987.501,17	7.057.376,18	7.127.949,95	7.199.229,45	7.271.221,74
Oportunidad de mercado según share	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
Total clientes objetivos para café	34.937,51	35.286,88	35.639,75	35.996,15	36.356,11
Proporción de gente que no consume refresco	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%	15,20%
Sub-Total clientes potenciales refresco	29.076.351,49	29.367.115,00	29.660.786,15	29.957.394,01	30.256.967,95
Proporción de gente tienen preferencia en donde tomarlo	9,83%	9,83%	9,83%	9,83%	9,83%
Sub-Total clientes potenciales refresco	26.219.137,76	26.481.329,14	26.746.142,43	27.013.603,85	27.283.739,89
Proporción de gente que compraría en una nueva franquicia	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%	48,04%
Sub-Total clientes potenciales refresco	12.595.468,14	12.721.422,82	12.848.637,05	12.977.123,42	13.106.894,65
Proporción que posee preferencia por refresco	46%	46%	46%	46%	46%
Sub Total clientes potenciales	5.797.251,89	5.855.224,41	5.913.776,65	5.972.914,42	6.032.643,57
Oportunidad de mercado según share	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
Total clientes objetivos para refresco	28.986,26	29.276,12	29.568,88	29.864,57	30.163,22

Tabla IV-1: Cálculo mercado Objetivo
Fuente: Elaboración Propia

Anexo IV-3 Share del mercado en la muestra tomada

Share del mercado de Brownies en el Sambil						
Conoce UD alguna compañía de brownie	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujeres	% Total
Chip-A-Cookies	142	122	992	14,31%	12,30%	26,61%
Miga's	66	78		6,65%	7,86%	14,52%
Subway	119	118		12,00%	11,90%	23,89%
Tutti Frutti	43	38		4,33%	3,83%	8,17%
Tony Roma's	96	66		9,68%	6,65%	16,33%
Otras	50	54		5,04%	5,44%	10,48%

Tabla IV-2: Share Del Mercado de Brownies en el Sambil
Fuente: Elaboración Propia

Share del mercado de Galletas en el Sambil						
Conoce UD alguna Compañía de Galletas	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujeres	% Total
Chip-A-Cookies	163	141		21,94%	18,98%	40,92%
Subway	153	138	743	20,59%	18,57%	39,17%
Otras	64	84		8,61%	11,31%	19,92%

Tabla IV-3: Share Del Mercado de Galletas en el Sambil

Fuente: Elaboración Propia

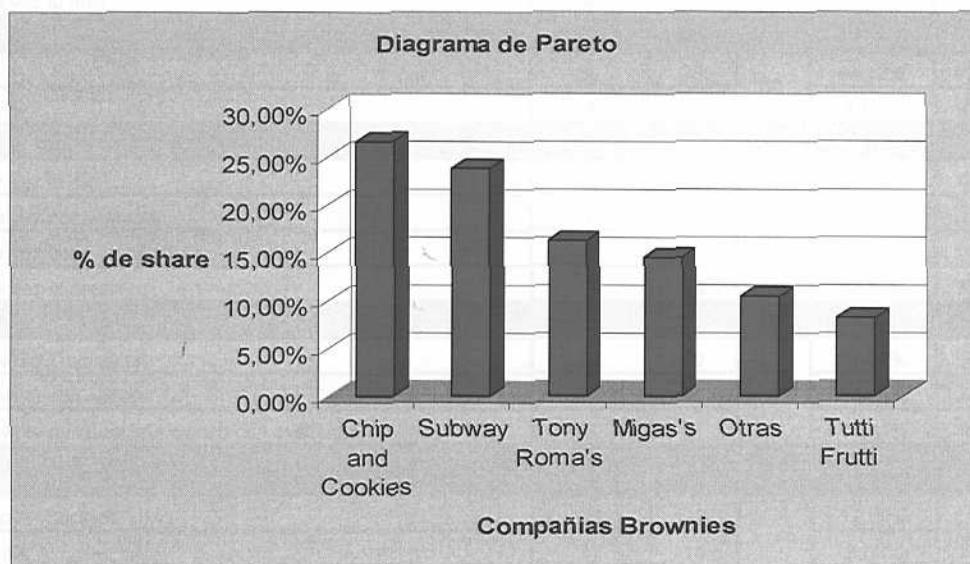


Gráfico IV-1: Diagrama de Pareto Share De Mercado de Brownies

Fuente: Elaboración Propia

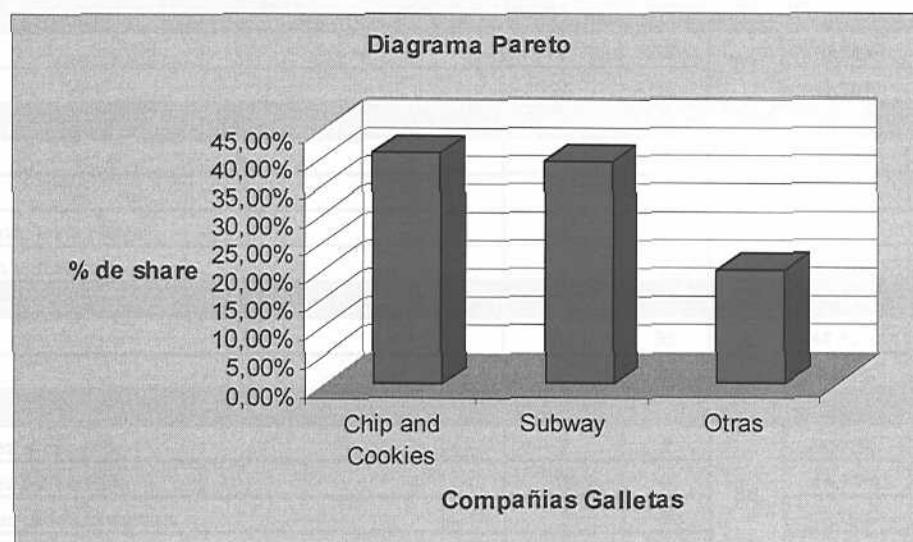


Gráfico IV-2: Diagrama de Pareto Share De Mercado de Galletas

Fuente: Elaboración Propia



Anexo IV-4. Resultados de encuestas

Edad < 20 años

1- Consumo UD bocadillos (Snack)?	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer
SI	33	35	75	44,00%	46,67%
NO	2	5		2,67%	6,67%
1.1 Con que frecuencia					
Una vez al día	8	10	68	11,76%	14,71%
Una vez por semana	13	10		19,12%	14,71%
Una vez cada quince días	8	13		11,76%	19,12%
Una vez al mes	4	2		5,88%	2,94%
2- Consumo UD Brownies?					
SI	30	28	68	44,12%	41,18%
NO	3	7		4,41%	10,29%
2.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	2	0	68	2,94%	0,00%
Una vez por semana	7	5		10,29%	7,35%
Una vez cada quince días	5	10		7,35%	14,71%
Una vez al mes	16	23		23,53%	33,82%
2.2- Cual de estos Brownies Consumiría UD?					
Brownie Tradicional	25	20	97	25,77%	5,81%
Brownie con nueces	21	15		21,65%	4,36%
Brownie de chocolate blanco con avellanas	10	6		10,31%	1,74%
2.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Brownies), Cuales conoce?					
Chip-A- Cookies	22	19	172	12,79%	11,05%
Miga's	17	14		9,88%	8,14%
Subway	20	13		11,63%	7,56%
Tutti Frutti	13	7		7,56%	4,07%
Tony Roma's	15	9		8,72%	5,23%
Otra	11	12		6,40%	6,98%
2.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	6	17	58	10,34%	29,31%
NO	24	11		41,38%	18,97%
2.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	0	1	23	0,00%	4,35%
Sabor	6	14		26,09%	60,87%
Confianza en la marca	0	0		0,00%	0,00%
Acceso al producto	0	2		0,00%	8,70%
3- Consumo UD Galletas?					
SI	30	35	68	44,12%	51,47%
NO	3	0		4,41%	0,00%
3.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	3	2	68	4,41%	2,94%
Una vez por semana	10	8		14,71%	11,76%
Una vez cada quince días	5	5		7,35%	7,35%
Una vez al mes	12	23		17,65%	33,82%
3.2- Cual de estas galletas consumiría UD'					
Galletas con nueces	18	15	109	16,51%	22,06%



Galletas de chispas de chocolate	23	18		21,10%	26,47%
Galletas de mantequilla	13	7		11,93%	10,29%
Galletas de avena y pasas	5	10		4,59%	14,71%
3.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Galletas), Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	30	30	150	20,00%	20,00%
Subway	25	30		16,67%	20,00%
Otra	15	20		10,00%	13,33%
3.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	5	16	65	7,69%	24,62%
NO	25	19		38,46%	29,23%
3.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	0	2	21	0,00%	9,52%
Sabor	5	10		23,81%	47,62%
Confianza en la marca	0	2		0,00%	9,52%
Acceso al producto	0	2		0,00%	9,52%
4- Si UD consume ambos Bocadillos por cual tiene mayor preferencia					
Brownies	7	3	58	12,07%	2,00%
Galletas	20	15		34,48%	10,00%
Ambos	3	10		5,17%	6,67%
5- Consumo UD Café?					
SI	15	14	68	22,06%	20,59%
NO	18	21		26,47%	30,88%
5.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	5	8	29	17,24%	27,59%
Una vez por semana	10	0		34,48%	0,00%
Mas de una vez a la semana	0	0		0,00%	0,00%
Una vez al mes	0	6		0,00%	20,69%
5.2- Que tamaño de café consume UD?					
Café Pequeño	10	14	29	34,48%	48,28%
Café Grande	5	0		17,24%	0,00%
5.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	2	5	29	6,90%	17,24%
NO	13	9		44,83%	31,03%
6- Consumo UD Refresco?					
SI	30	30	68	44,12%	44,12%
NO	3	5		4,41%	7,35%
6.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	15	10	60	25,00%	16,67%
Una vez por semana	7	11		11,67%	18,33%
Mas de una vez a la semana	3	7		5,00%	11,67%
Una vez al mes	5	2		8,33%	3,33%
6.2- Que tamaño de refresco consume UD?					
Refresco pequeño	16	22	60	26,67%	14,67%
Refresco mediano	9	8		15,00%	5,33%
Refresco Grande	5	0		8,33%	0,00%
6.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					



SI	5	8	60	8,33%	13,33%
NO	25	22		41,67%	36,67%
7.- Si UD consume ambos tipos de bebidas por cual tiene preferencia					
Café	2	0		6,90%	0,00%
Refresco	13	14	29	44,83%	9,33%
Ambos	0	0		0,00%	0,00%
8.-Compraría alguno de estos productos en una nueva franquicia?					
SI	10	22	68	14,71%	36,67%
NO	23	13		33,82%	21,67%
9.-Que Precio estaría dispuesto a pagar por cada una de los siguientes productos					
Por los Brownies					
Entre 2000Bs y 3000Bs	22	8	58	37,93%	13,79%
Entre 3000Bs y 4000Bs	5	10		8,62%	17,24%
Entre 4000Bs y 6000Bs	3	10		5,17%	17,24%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por las galletas					
Entre 1000Bs y 2000Bs	15	13	65	23,08%	20,00%
Entre 2000Bs y 3000Bs	10	13		15,38%	20,00%
Entre 3000Bs y 4000Bs	5	7		7,69%	10,77%
Otro	0	2		0,00%	3,08%
Por café pequeño					
Entre 500Bs y 1000Bs	16	8	30	53,33%	26,67%
Entre 1000Bs y 1500Bs	0	3		0,00%	10,00%
Entre 1500Bs y 2000Bs	0	3		0,00%	10,00%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por café grande					
Entre 1500Bs y 2000Bs	6	6	30	20,00%	20,00%
Entre 2000Bs y 2500Bs	10	6		33,33%	20,00%
Entre 2500Bs y 3000Bs	0	2		0,00%	6,67%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por refresco pequeño					
Entre 1900Bs y 2200Bs	30	17	60	50,00%	28,33%
Entre 2200Bs y 2500Bs	0	11		0,00%	18,33%
Entre 2500Bs y 3000Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	0	2		0,00%	3,33%
Por refresco mediano					
Entre 2100Bs y 2500Bs	28	17	60	46,67%	28,33%
Entre 2500Bs y 2800Bs	2	13		3,33%	21,67%
Entre 2800Bs y 3200Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por refresco grande					
Entre 2500Bs y 2800Bs	2	10	60	3,33%	16,67%
Entre 2800Bs y 3200Bs	28	20		46,67%	33,33%
Entre 3200Bs y 3500Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	0	0		0,00%	0,00%

Tabla IV-4: Resultados Encuestas a Personas < 20 años

Fuente: Elaboración Propia

Edad entre 21 años y 30 años					
	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer
1- Consume UD bocadillos (Snack)?					
SI	102	90	197	51,78%	45,69%
NO	2	3		1,02%	1,52%
1.1 Con que frecuencia					
Una vez al día	27	20	192	14,06%	10,42%
Una vez por semana	25	20		13,02%	10,42%
Una vez cada quince días	40	23		20,83%	11,98%
Una vez al mes	10	27		5,21%	14,06%
2- Consume UD Brownies?					
SI	80	75	192	41,67%	39,06%
NO	22	15		11,46%	7,81%
2.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	1	1	155	0,65%	0,65%
Una vez por semana	10	12		6,45%	7,74%
Una vez cada quince días	5	4		3,23%	2,58%
Una vez al mes	64	58		41,29%	37,42%
2.2- Cual de estos Brownies Consumiría UD?					
Brownie Tradicional	62	70	253	24,51%	20,35%
Brownie con nueves	50	32		19,76%	9,30%
Brownie de chocolate blanco con avellanas	29	10		11,46%	2,91%
2.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Brownies), Cuales conoce?					
Chip-A- Cookies	77	57	483	15,94%	11,80%
Miga's	30	40		6,21%	8,28%
Subway	60	60		12,42%	12,42%
Tutti Frutti	15	22		3,11%	4,55%
Tony Roma's	50	35		10,35%	7,25%
Otra	17	20		3,52%	4,14%
2.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	28	36	155	18,06%	23,23%
NO	52	39		33,55%	25,16%
2.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	3	0	64	4,69%	0,00%
Sabor	25	36		39,06%	56,25%
Confianza en la marca	0	0		0,00%	0,00%
Acceso al producto	0	0		0,00%	0,00%
3- Consume UD Galletas?					
SI	95	80	192	49,48%	41,67%
NO	7	10		3,65%	5,21%
3.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	1	2	175	0,57%	1,14%
Una vez por semana	23	15		13,14%	8,57%
Una vez cada quince días	10	5		5,71%	2,86%
Una vez al mes	61	58		34,86%	33,14%
3.2- Cual de estas galletas consumiría UD?					
Galletas con nueces	70	50	349	20,06%	28,57%
Galletas de chispas de chocolate	78	34		22,35%	19,43%



Galletas de mantequilla	38	10		10,89%	5,71%
Galletas de avena y pasas	42	27		12,03%	15,43%
3.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Galletas), .Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	80	65		23,26%	18,90%
Subway	80	62	344	23,26%	18,02%
Otra	22	35		6,40%	10,17%
3.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	52	38	175	29,71%	21,71%
NO	43	42		24,57%	24,00%
3.5- Su preferencia es debido a					
Precio	8	0		8,89%	0,00%
Sabor	30	33	90	33,33%	36,67%
Confianza en la marca	7	4		7,78%	4,44%
Acceso al producto	7	1		7,78%	1,11%
4- Si UD consume ambos Bocadillos por cual tiene mayor preferencia					
Brownies	40	34		25,81%	22,67%
Galletas	33	26	155	21,29%	17,33%
Ambos	7	15		4,52%	10,00%
5- Consumo UD Café?					
SI	80	62	192	41,67%	32,29%
NO	22	28		11,46%	14,58%
5.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	10	12		7,04%	8,45%
Una vez por semana	42	18	142	29,58%	12,68%
Mas de una vez a la semana	12	7		8,45%	4,93%
Una vez al mes	16	25		11,27%	17,61%
5.2- Que tamaño de café consume UD?					
Café Pequeño	59	35	142	41,55%	120,69%
Café Grande	21	27		14,79%	93,10%
5.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	17	17	142	11,97%	11,97%
NO	63	45		44,37%	31,69%
6- Consumo UD Refresco?					
SI	92	72	192	47,92%	37,50%
NO	10	18		5,21%	9,38%
6.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	10	5		6,10%	3,05%
Una vez por semana	27	25	164	16,46%	15,24%
Mas de una vez a la semana	17	13		10,37%	7,93%
Una vez al mes	38	29		23,17%	17,68%
6.2- Que tamaño de refresco consume UD?					
Refresco pequeño	25	48		15,24%	32,00%
Refresco mediano	37	19	164	22,56%	12,67%
Refresco Grande	30	5		18,29%	3,33%
6.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	10	8	164	6,10%	4,88%



NO	82	64		50,00%	39,02%
7.- Si UD consume ambos tipos de bebidas por cual tiene preferencia					
Café	42	34		27,10%	22,67%
Refresco	9	21	155	5,81%	14,00%
Ambos	29	20		18,71%	13,33%
8.-Compraría alguno de estos productos en una nueva franquicia?					
SI	67	28	192	34,90%	17,07%
NO	35	62		18,23%	37,80%
9.-Que Precio estaria dispuesto a pagar por cada una de los siguientes productos					
Por los Brownies					
Entre 2000Bs y 3000Bs	25	38		16,13%	24,52%
Entre 3000Bs y 4000Bs	38	32	155	24,52%	20,65%
Entre 4000Bs y 6000Bs	13	5		8,39%	3,23%
Otro	4	0		2,58%	0,00%
Por las galletas					
Entre 1000Bs y 2000Bs	50	45		28,57%	25,71%
Entre 2000Bs y 3000Bs	28	25	175	16,00%	14,29%
Entre 3000Bs y 4000Bs	17	10		9,71%	5,71%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por café pequeño					
Entre 500Bs y 1000Bs	35	37		24,65%	26,06%
Entre 1000Bs y 1500Bs	33	20	142	23,24%	14,08%
Entre 1500Bs y 2000Bs	12	5		8,45%	3,52%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por café grande					
Entre 1500Bs y 2000Bs	23	32		16,20%	22,54%
Entre 2000Bs y 2500Bs	40	17	142	28,17%	11,97%
Entre 2500Bs y 3000Bs	17	10		11,97%	7,04%
Otro	0	3		0,00%	2,11%
Por refresco pequeño					
Entre 1900Bs y 2200Bs	62	67		37,80%	40,85%
Entre 2200Bs y 2500Bs	28	3	164	17,07%	1,83%
Entre 2500Bs y 3000Bs	1	0		0,61%	0,00%
Otro	1	2		0,61%	1,22%
Por refresco mediano					
Entre 2100Bs y 2500Bs	62	50		37,80%	30,49%
Entre 2500Bs y 2800Bs	23	15	164	14,02%	9,15%
Entre 2800Bs y 3200Bs	6	7		3,66%	4,27%
Otro	1	0		0,61%	0,00%
Por refresco grande					
Entre 2500Bs y 2800Bs	34	37		20,73%	22,56%
Entre 2800Bs y 3200Bs	31	32	164	18,90%	19,51%
Entre 3200Bs y 3500Bs	24	3		14,63%	1,83%
Otro	3	0		1,83%	0,00%

Tabla IV-5: Resultados Encuestas a Personas entre 21 Años y 30 Años

Fuente: Elaboración Propia



Edad entre 31 años y 40 años

	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer
1- Consumo UD bocadillos (Snack)?					
SI	50	57	115	43,48%	49,57%
NO	1	7		0,87%	6,09%
1.1 Con que frecuencia					
Una vez al día	12	7	107	11,21%	6,54%
Una vez por semana	19	15		17,76%	14,02%
Una vez cada quince días	14	22		13,08%	20,56%
Una vez al mes	5	13		4,67%	12,15%
2- Consumo UD Brownies?					
SI	38	50	107	35,51%	46,73%
NO	12	7		11,21%	6,54%
2.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	0	0	88	0,00%	0,00%
Una vez por semana	12	10		13,64%	11,36%
Una vez cada quince días	5	3		5,68%	3,41%
Una vez al mes	21	37		23,86%	42,05%
2.2- Cual de estos Brownies Consumiría UD?					
Brownie Tradicional	40	22	157	25,48%	6,40%
Brownie con nueves	33	39		21,02%	11,34%
Brownie de chocolate blanco con avellanas	18	5		11,46%	1,45%
2.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Brownies), Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	26	38	261	9,96%	14,56%
Miga's	17	22		6,51%	8,43%
Subway	31	36		11,88%	13,79%
Tutti Frutti	12	7		4,60%	2,68%
Tony Roma's	19	22		7,28%	8,43%
Otra	14	17		5,36%	6,51%
2.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	14	30	88	15,91%	34,09%
NO	24	20		27,27%	22,73%
2.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	0	0	44	0,00%	0,00%
Sabor	12	25		27,27%	56,82%
Confianza en la marca	2	4		4,55%	9,09%
Acceso al producto	0	1		0,00%	2,27%
3- Consumo UD Galletas?					
SI	41	54	107	38,32%	50,47%
NO	9	3		8,41%	2,80%
3.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	0	0	95	0,00%	0,00%
Una vez por semana	15	20		15,79%	21,05%
Una vez cada quince días	7	10		7,37%	10,53%
Una vez al mes	19	24		20,00%	25,26%
3.2- Cual de estas galletas consumiría UD?					
Galletas con nueces	37	22	198	18,69%	23,16%
Galletas de chispas de chocolate	30	27		15,15%	28,42%



Galletas de mantequilla	24	14		12,12%	14,74%
Galletas de avena y pasas	14	30		7,07%	31,58%
3.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Galletas), Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	41	33		22,28%	17,93%
Subway	31	36	184	16,85%	19,57%
Otra	19	24		10,33%	13,04%
3.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	24	16	95	25,26%	16,84%
NO	17	38		17,89%	40,00%
3.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	0	0		0,00%	0,00%
Sabor	15	11	40	37,50%	27,50%
Confianza en la marca	5	5		12,50%	12,50%
Acceso al producto	4	0		10,00%	0,00%
4- Si UD consume ambos Bocadillos por cual tiene mayor preferencia					
Brownies	15	30		15,79%	20,00%
Galletas	23	16	95	24,21%	10,67%
Ambos	3	8		3,16%	5,33%
5- Consumo UD Café?					
SI	43	55	107	40,19%	51,40%
NO	7	2		6,54%	1,87%
5.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	17	9		17,35%	9,18%
Una vez por semana	10	13	98	10,20%	13,27%
Mas de una vez a la semana	2	6		2,04%	6,12%
Una vez al mes	14	27		14,29%	27,55%
5.2- Que tamaño de café consume UD?					
Café Pequeño	37	47	98	37,76%	162,07%
Café Grande	6	8		6,12%	27,59%
5.3 - Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	10	5	98	10,20%	5,10%
NO	33	50		33,67%	51,02%
6- Consumo UD Refresco?					
SI	46	46	107	42,99%	42,99%
NO	4	11		3,74%	10,28%
6.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	8	3		8,70%	3,26%
Una vez por semana	26	19	92	28,26%	20,65%
Mas de una vez a la semana	7	15		7,61%	16,30%
Una vez al mes	5	9		5,43%	9,78%
6.2- Que tamaño de refresco consume UD?					
Refresco pequeño	12	30		13,04%	20,00%
Refresco mediano	16	16	92	17,39%	10,67%
Refresco Grande	18	0		19,57%	0,00%
6.3- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	0	0	92	0,00%	0,00%



NO	46	46		50,00%	50,00%
7.- Si UD consume ambos tipos de bebidas por cual tiene preferencia					
Café	29	34	89	32,58%	22,67%
Refresco	12	12		13,48%	8,00%
Ambos	2	0		2,25%	0,00%
8.-Compraría alguno de estos productos en una nueva franquicia?					
SI	34	18	107	31,78%	19,57%
NO	16	39		14,95%	42,39%
9.-Que Precio estaría dispuesto a pagar por cada una de los siguientes productos					
Por los Brownies					
Entre 2000Bs y 3000Bs	26	10		29,55%	11,36%
Entre 3000Bs y 4000Bs	7	28	88	7,95%	31,82%
Entre 4000Bs y 6000Bs	5	12		5,68%	13,64%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por las galletas					
Entre 1000Bs y 2000Bs	26	41		27,37%	43,16%
Entre 2000Bs y 3000Bs	11	13	95	11,58%	13,68%
Entre 3000Bs y 4000Bs	3	0		3,16%	0,00%
Otro	1	0		1,05%	0,00%
Por café pequeño					
Entre 500Bs y 1000Bs	4	24		4,08%	24,49%
Entre 1000Bs y 1500Bs	39	29	98	39,80%	29,59%
Entre 1500Bs y 2000Bs	0	2		0,00%	2,04%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por café grande					
Entre 1500Bs y 2000Bs	32	43		32,65%	43,88%
Entre 2000Bs y 2500Bs	4	10	98	4,08%	10,20%
Entre 2500Bs y 3000Bs	7	2		7,14%	2,04%
Otro	0	0		0,00%	0,00%
Por refresco pequeño					
Entre 1900Bs y 2200Bs	44	43		47,83%	46,74%
Entre 2200Bs y 2500Bs	1	3	92	1,09%	3,26%
Entre 2500Bs y 3000Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	1	0		1,09%	0,00%
Por refresco mediano					
Entre 2100Bs y 2500Bs	35	38		38,04%	41,30%
Entre 2500Bs y 2800Bs	7	8	92	7,61%	8,70%
Entre 2800Bs y 3200Bs	3	0		3,26%	0,00%
Otro	1	0		1,09%	0,00%
Por refresco grande					
Entre 2500Bs y 2800Bs	26	3		28,26%	3,26%
Entre 2800Bs y 3200Bs	20	30	92	21,74%	32,61%
Entre 3200Bs y 3500Bs	0	13		0,00%	14,13%
Otro	0	0		0,00%	0,00%

Tabla IV-6: Resultados Encuestas a Personas entre 31 Años y 40 Años

Fuente: Elaboración Propia



Edad > 41 años

1- Consumo de bocadillos (Snack)?	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer
SI	27	14	50	54,00%	28,00%
NO	7	2		14,00%	4,00%
1.1 Con que frecuencia					
Una vez al día	2	2		4,88%	4,88%
Una vez por semana	10	1	41	24,39%	2,44%
Una vez cada quince días	3	2		7,32%	4,88%
Una vez al mes	12	9		29,27%	21,95%
2- Consumo UD Brownies?					
SI	19	9	41	46,34%	21,95%
NO	8	5		19,51%	12,20%
2.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	1	0		3,57%	0,00%
Una vez por semana	1	3	28	3,57%	10,71%
Una vez cada quince días	6	0		21,43%	0,00%
Una vez al mes	11	6		39,29%	21,43%
2.2- Cual de estos Brownies Consumiría UD?					
Brownie Tradicional	17	10		36,17%	2,91%
Brownie con nueves	12	4	47	25,53%	1,16%
Brownie de chocolate blanco con avellanas	3	1		6,38%	0,29%
2.3 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Brownies), Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	17	8		22,37%	10,53%
Miga's	2	2		2,63%	2,63%
Subway	8	9	76	10,53%	11,84%
Tutti Frutti	3	2		3,95%	2,63%
Tony Roma's	12	0		15,79%	0,00%
Otra	8	5		10,53%	6,58%
2.4.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	9	7	28	32,14%	25,00%
NO	10	2		35,71%	7,14%
2.5.- Su preferencia es debido a					
Precio	0	1		0,00%	6,25%
Sabor	8	5		50,00%	31,25%
Confianza en la marca	0	1		0,00%	6,25%
Acceso al producto	1	0		6,25%	0,00%
3- Consumo UD Galletas?					
SI	25	12	41	60,98%	29,27%
NO	2	2		4,88%	4,88%
3.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	0	0		0,00%	0,00%
Una vez por semana	5	2	37	13,51%	5,41%
Una vez cada quince días	6	5		16,22%	13,51%
Una vez al mes	14	5		37,84%	13,51%
3.2- Cual de estas galletas consumiría UD?					
Galletas de chispas de chocolate y nueces	5	0	55	9,09%	0,00%
Galletas de chispas de chocolate	13	2		23,64%	5,41%



Galletas de mantequilla	1	7		1,82%	18,92%
Galletas de avena y pasas	17	10		30,91%	27,03%
3.2 De las siguientes Compañías de Bocadillos (Galletas), Cuales conoce?					
Chip-A-Cookies	12	13		18,46%	20,00%
Subway	17	10	65	26,15%	15,38%
Otra	8	5		12,31%	7,69%
3.3.- Tiene alguna preferencia por estas marcas?					
SI	14	9	37	37,84%	24,32%
NO	11	3		29,73%	8,11%
3.4.- Su preferencia es debido a					
Precio	3	0		13,04%	0,00%
Sabor	10	7	23	43,48%	30,43%
Confianza en la marca	0	2		0,00%	8,70%
Acceso al producto	1	0		4,35%	0,00%
4- Si UD consume ambos Bocadillos por cual tiene mayor preferencia					
Brownies	5	2		17,86%	1,33%
Galletas	13	7	28	46,43%	4,67%
Ambos	1	0		3,57%	0,00%
5- Consumo UD Café?					
SI	24	10	41	58,54%	24,39%
NO	3	4		7,32%	9,76%
5.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	1	3		2,94%	8,82%
Una vez por semana	5	2	34	14,71%	5,88%
Mas de una vez a la semana	8	0		23,53%	0,00%
Una vez al mes	10	5		29,41%	14,71%
5.2- Que tamaño de café consume UD?					
Café Pequeño	10	8	34	29,41%	27,59%
Café Grande	14	2		41,18%	6,90%
5.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	16	3			
NO	8	7			
6.- Consumo UD. Refresco					
SI	19	11	41	46,34%	26,83%
NO	8	3		19,51%	7,32%
6.1- Con que frecuencia					
Una vez al día	3	1		10,00%	3,33%
Una vez por semana	4	3	30	13,33%	10,00%
Mas de una vez a la semana	3	4		10,00%	13,33%
Una vez al mes	9	3		30,00%	10,00%
6.2- Que tamaño de refresco consume UD?					
Refresco pequeño	2	7		7,41%	4,67%
Refresco mediano	9	4	27	33,33%	2,67%
Refresco Grande	5	0		18,52%	0,00%
6.3.- Tiene alguna preferencia de tomarlo en algún sitio en específico?					
SI	1	2	30	3,33%	6,67%



NO	18	9		60,00%	30,00%
7.- Si UD consume ambos tipos de bebidas por cual tiene preferencia					
Café	17	5		58,62%	3,33%
Refresco	2	3	29	6,90%	2,00%
Ambos	0	2		0,00%	1,33%
8.-Compraría alguno de estos productos en una nueva franquicia?					
SI	15	2	41	36,59%	6,67%
NO	12	12		29,27%	40,00%
9.-Que Precio estaria dispuesto a pagar por cada una de los siguientes productos					
Por los Brownies					
Entre 2000Bs y 3000Bs	16	6		57,14%	21,43%
Entre 3000Bs y 4000Bs	2	3	28	7,14%	10,71%
Entre 4000Bs y 6000Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	1	0		3,57%	0,00%
Por las galletas					
Entre 1000Bs y 2000Bs	16	7		43,24%	18,92%
Entre 2000Bs y 3000Bs	6	4	37	16,22%	10,81%
Entre 3000Bs y 4000Bs	2	1		5,41%	2,70%
Otro	1	0		2,70%	0,00%
Por café pequeño					
Entre 500Bs y 1000Bs	4	7		11,76%	20,59%
Entre 1000Bs y 1500Bs	14	3	34	41,18%	8,82%
Entre 1500Bs y 2000Bs	5	0		14,71%	0,00%
Otro	1	0		2,94%	0,00%
Por café grande					
Entre 1500Bs y 2000Bs	19	8		55,88%	23,53%
Entre 2000Bs y 2500Bs	3	2	34	8,82%	5,88%
Entre 2500Bs y 3000Bs	1	0		2,94%	0,00%
Otro	1	0		2,94%	0,00%
Por refresco pequeño					
Entre 1900Bs y 2200Bs	18	11		60,00%	36,67%
Entre 2200Bs y 2500Bs	0	0	30	0,00%	0,00%
Entre 2500Bs y 3000Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	1	0		3,33%	0,00%
Por refresco mediano					
Entre 2100Bs y 2500Bs	5	8		16,67%	26,67%
Entre 2500Bs y 2800Bs	13	3	30	43,33%	10,00%
Entre 2800Bs y 3200Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	1	0		3,33%	0,00%
Por refresco grande					
Entre 2500Bs y 2800Bs	2	7		6,67%	23,33%
Entre 2800Bs y 3200Bs	16	4	30	53,33%	13,33%
Entre 3200Bs y 3500Bs	0	0		0,00%	0,00%
Otro	1	0		3,33%	0,00%

Tabla IV-7: Resultados Encuestas a Personas > 41 años

Fuente: Elaboración Propia

Anexo IV-5. Frecuencia de consumo

Con que Frecuencia Consume UD	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer	% Total
Brownies						
Una vez al día	4	1	339	1,18%	0,29%	1,47%
Una vez a la semana	30	30		8,85%	8,85%	17,70%
Una vez cada quince días	21	17		6,19%	5,01%	11,21%
Una vez al mes	112	124		33,04%	36,58%	69,62%
Galletas						
Una vez al día	4	4	375	1,18%	1,18%	2,36%
Una vez a la semana	53	45		15,63%	13,27%	28,91%
Una vez cada quince días	28	25		8,26%	7,37%	15,63%
Una vez al mes	106	110		31,27%	32,45%	63,72%
Café						
Una vez al día	33	32	303	9,73%	9,44%	19,17%
Una vez a la semana	67	33		19,76%	9,73%	29,50%
Mas de una vez a la semana	22	13		6,49%	3,83%	10,32%
Una vez al mes	40	63		11,80%	18,58%	30,38%
Refresco						
Una vez al día	36	19	346	10,62%	5,60%	16,22%
Una vez a la semana	64	58		18,88%	17,11%	35,99%
Mas de una vez a la semana	30	39		8,85%	11,50%	20,35%
Una vez al mes	57	43		16,81%	12,68%	29,50%

Tabla IV-8: Frecuencia de Consumo Según Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

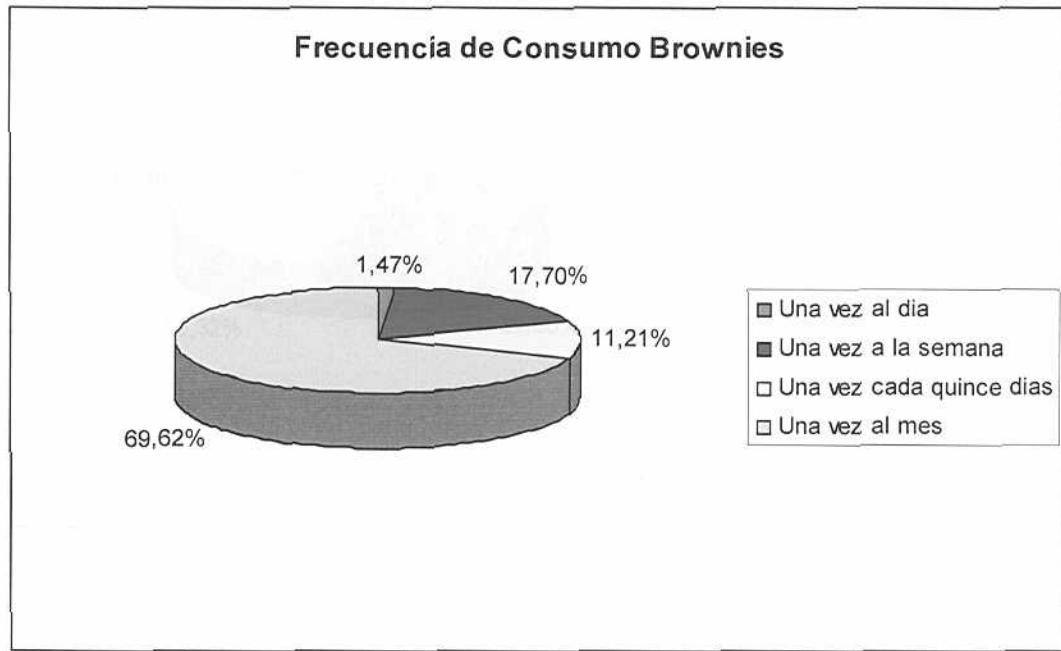


Gráfico IV-3: Frecuencia de Consumo Brownies

Fuente: Elaboración Propia

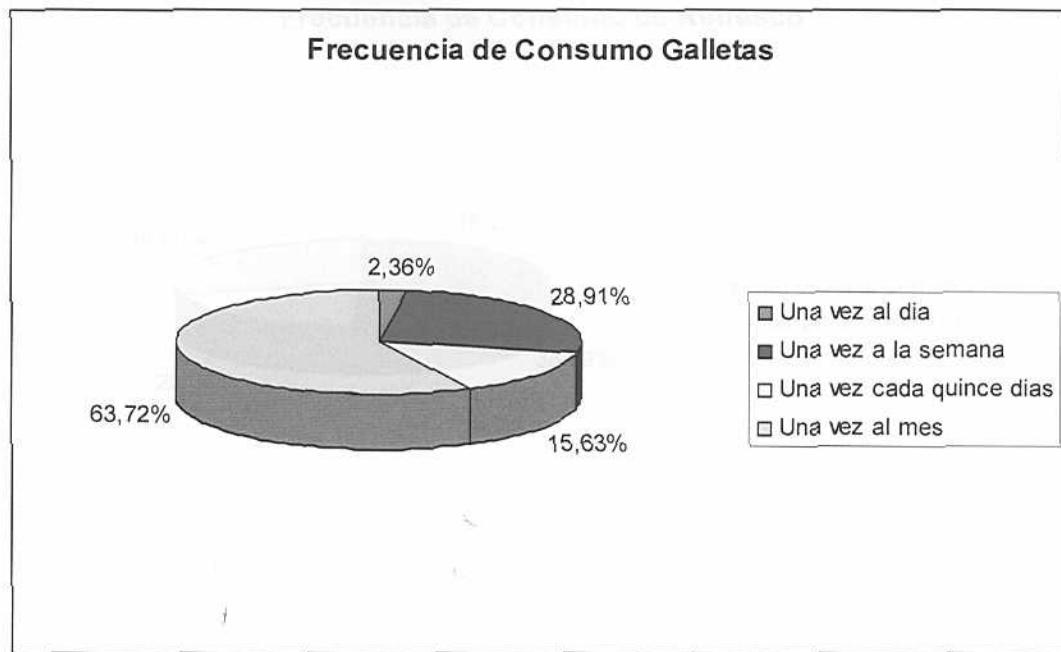


Gráfico IV-4: Frecuencia de Consumo Galletas

Fuente: Elaboración Propia

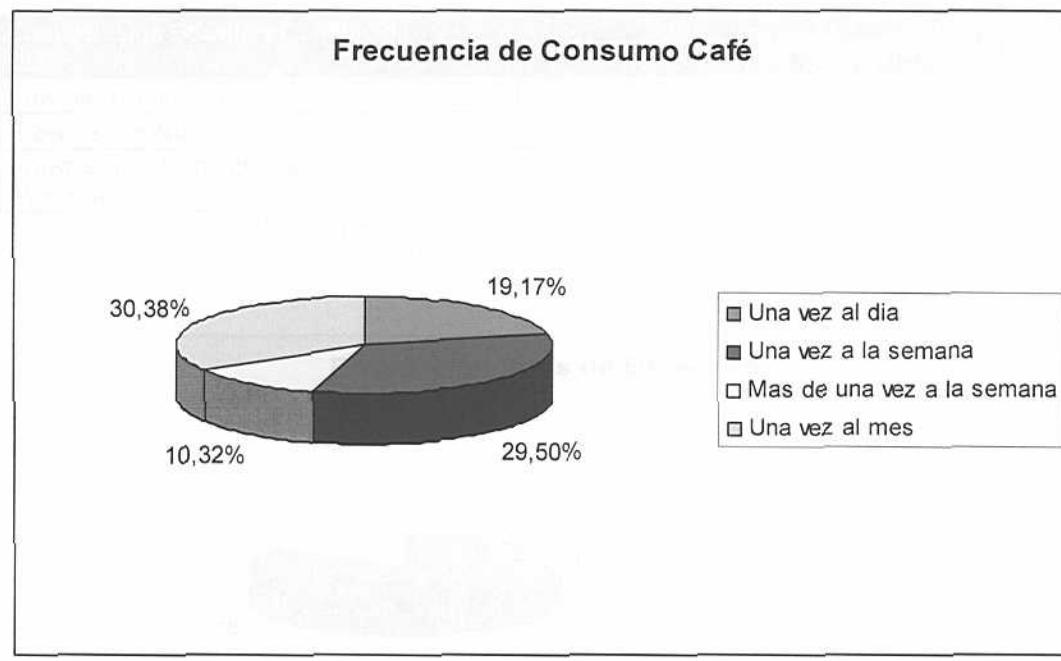


Gráfico IV-5: Frecuencia de Consumo Café

Fuente: Elaboración Propia

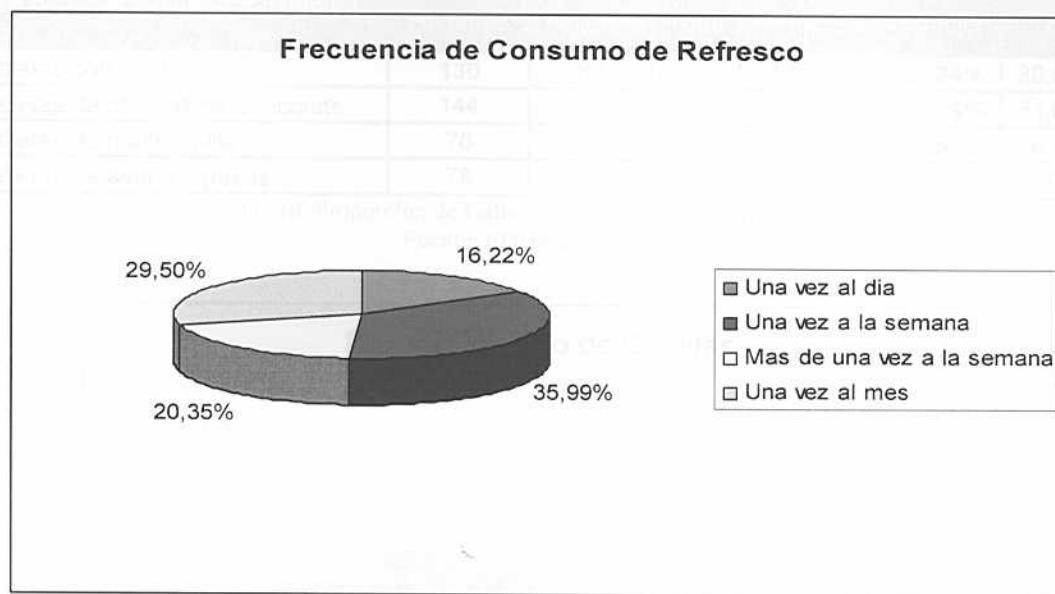


Gráfico IV-6: Frecuencia de Consumo Refresco

Fuente: Elaboración Propia

Anexo IV-6. Proyección demanda por presentación

Cual de estos Brownies Consumiría UD.?	Hombres	Mujeres	Total	%Hombre	%Mujer	Total
Brownie Tradicional	144	122	554	25,99%	22,02%	48,01%
Brownie con Nueves	116	90		20,94%	16,25%	37,18%
Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas	60	22		10,83%	3,97%	14,80%

Tabla IV-9: Proporción de Brownies a Producir Según Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

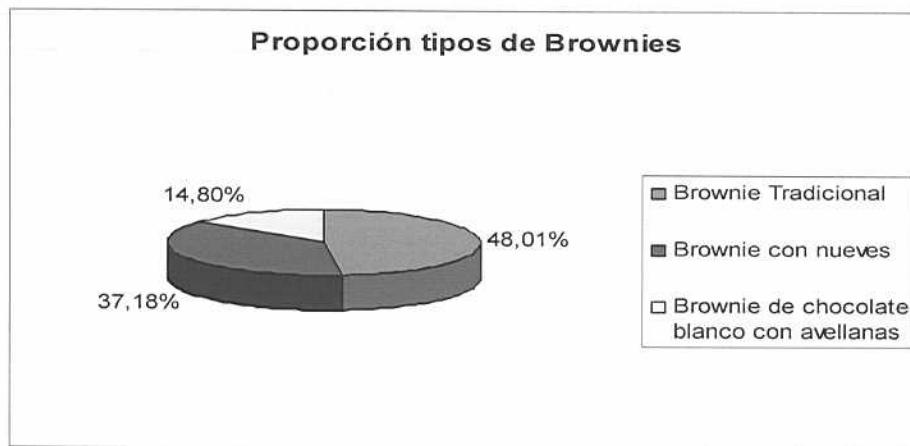


Gráfico IV-7: Proporción Brownies por Preferencia del Consumidor Según Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia



Cual de estas Galletas consumiría UD?	Hombres	Mujeres	Total	%Hombre	%mujer	Total
Galletas con nueces	130	87	711	18,28%	12,24%	30,52%
Galletas de chispas de chocolate	144	81		20,25%	11,39%	31,65%
Galletas de mantequilla	76	38		10,69%	5,34%	16,03%
Galletas de avena y pasas	78	77		10,97%	10,83%	21,80%

Tabla IV-10: Proporción de Galletas a Producir Según Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

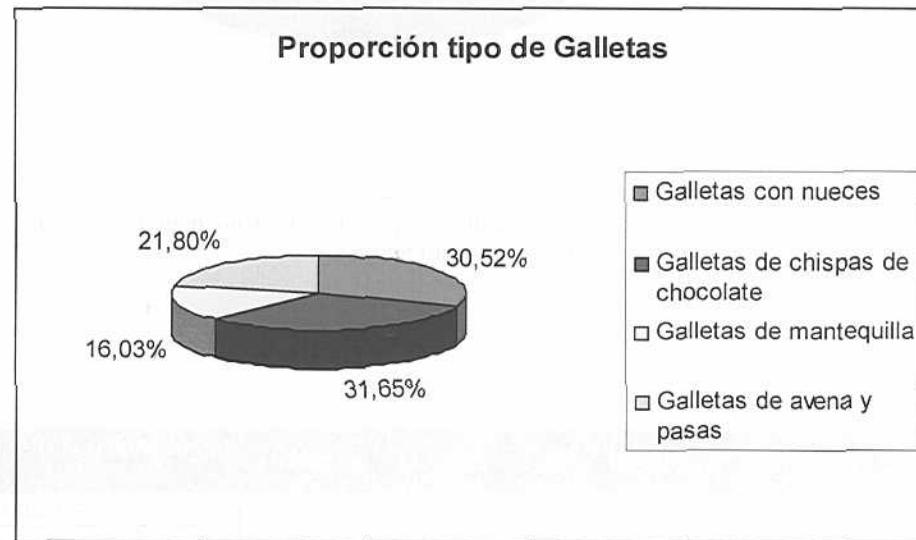


Gráfico IV-8: Proporción Galletas por Preferencia del Consumidor Segundo Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

Cual de estos Café consume UD?	Hombres	Mujeres	Total	%Hombre	%Mujer	Total
Café pequeño	116	104	303	38,28%	34,32%	72,61%
Café Grande	46	37		15,18%	12,21%	27,39%

Tabla IV-11: Proporción de Café a Vender Segundo Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

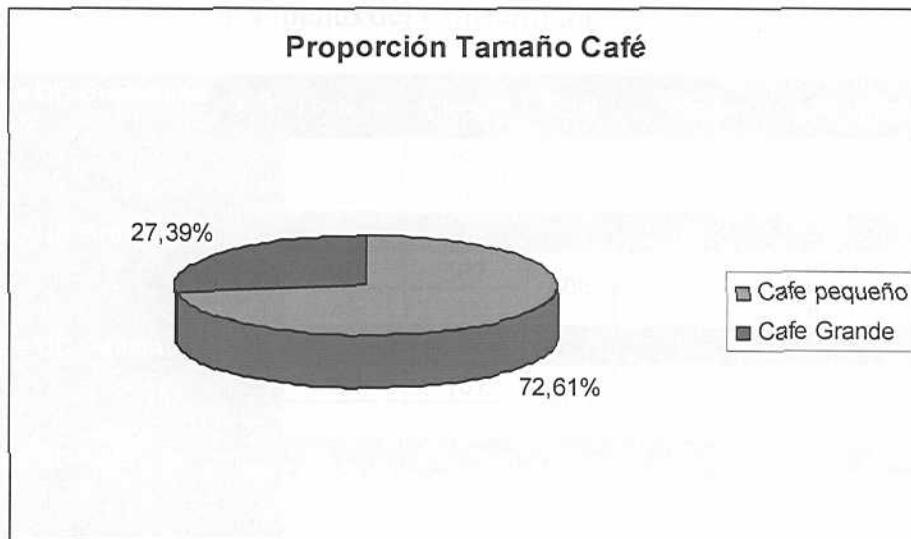


Gráfico IV-9: Proporción Tamaño Café por Preferencia del Consumidor Según Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia

Cual refresco consume UD?	Hombres	Mujeres	Total	%Hombre	%mujer	Total
Refresco pequeña	55	107		16,03%	31,20%	47,23%
Refresco mediano	71	47	343	20,70%	13,70%	34,40%
Refresco grande	58	5		16,91%	1,46%	18,37%

Tabla IV-12: Proporción de Refresco a Vender Según Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia

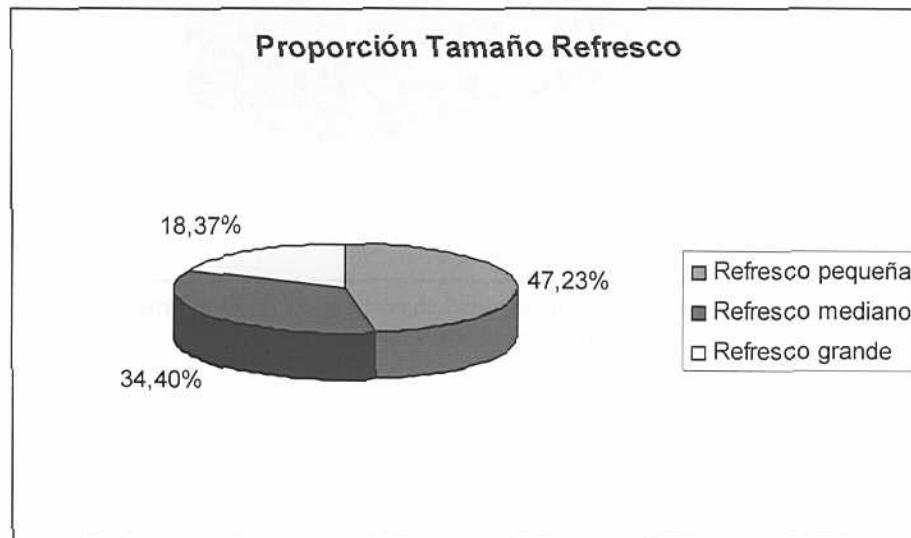


Gráfico IV-10: Proporción Tamaño Refresco por Preferencia del Consumidor Según Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia



Anexo IV-7. Comportamiento del Consumidor

Consumo UD Bocadillos (Snack)

Consumo UD Bocadillos (Snack)	Hombre	Mujeres	Total	% Hombre	% Mujeres	% Total
SI	212	196	437	48,51%	44,85%	93,36%
NO	12	17		2,75%	3,89%	6,64%
Consumo UD Brownies						
SI	167	162	408	40,93%	39,71%	80,64%
NO	45	34		11,03%	8,33%	19,36%
Consumo UD Galletas						
SI	191	181	408	46,81%	44,36%	91,18%
NO	21	15		5,15%	3,68%	8,82%
Consumo UD Café						
SI	162	141	408	39,71%	34,56%	74,26%
NO	50	55		12,25%	13,48%	25,74%
Consumo UD Refresco						
SI	187	159	408	45,83%	38,97%	84,80%
NO	25	37		6,13%	9,07%	15,20%

Tabla IV-13: Proporción de Consumo de Cada Producto Según la Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

Consumo UD Bocadillos (Snack)?

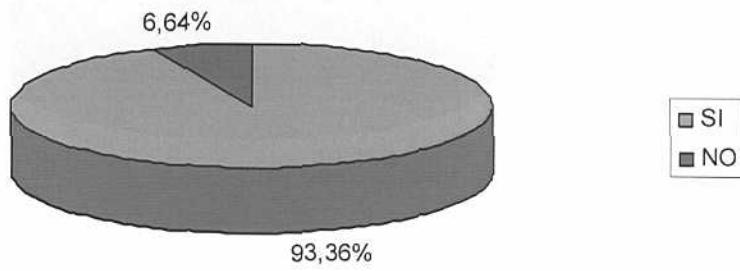


Gráfico IV-11: Proporción de Personas que Consumen Bocadillos

Fuente: Elaboración Propia

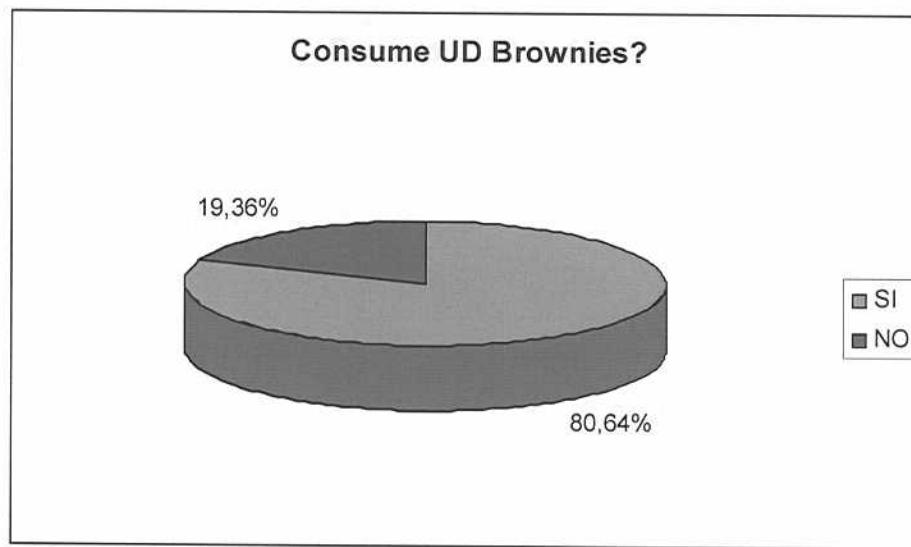


Gráfico IV-12: Proporción de Personas que Consumen Brownies
Fuente: Elaboración Propia

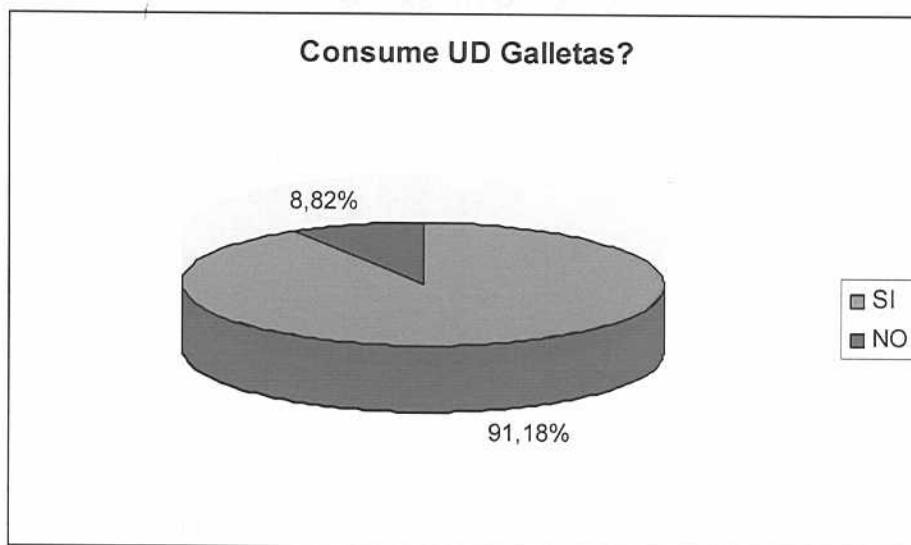


Gráfico IV-13: Proporción de Personas que Consumen Galletas
Fuente: Elaboración Propia

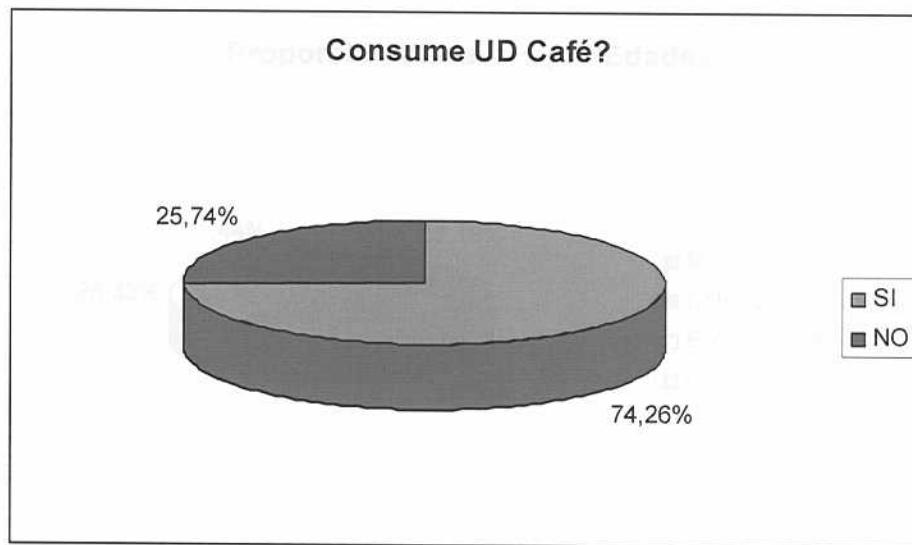


Gráfico IV-14: Proporción de Personas que Consumen Café
Fuente: Elaboración Propia

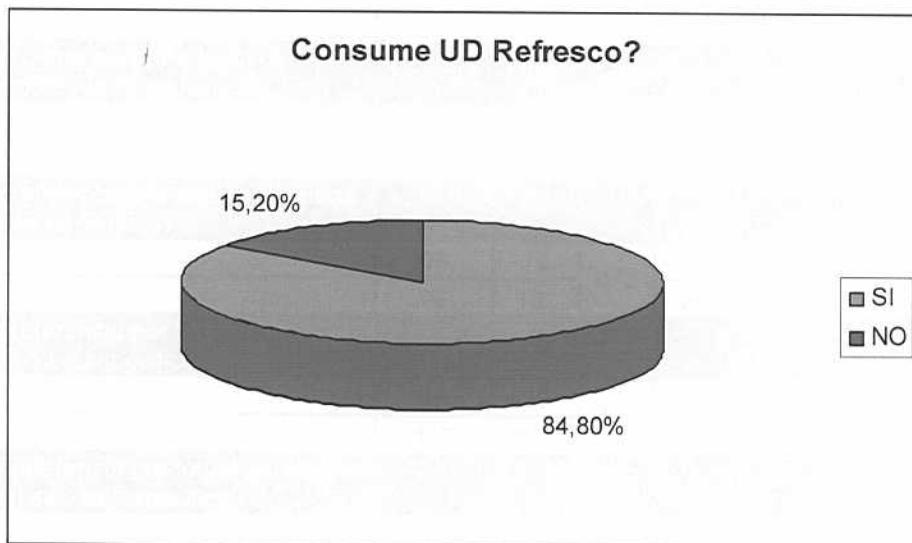


Gráfico IV-15: Proporción de Personas que Consumen Refresco
Fuente: Elaboración Propia

Edades	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Menores de 20 años	35	40		8,01%	9,15%	17,16%
Entre 21 y 30 años	104	93	437	23,80%	21,28%	45,08%
Entre 31 Y 40 años	51	64		11,67%	14,65%	26,32%
Mayores de 41 años	34	16		7,78%	3,66%	11,44%

Tabla IV-14: Proporción en Edades de Personas que Visitan el Sambil Según la Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia

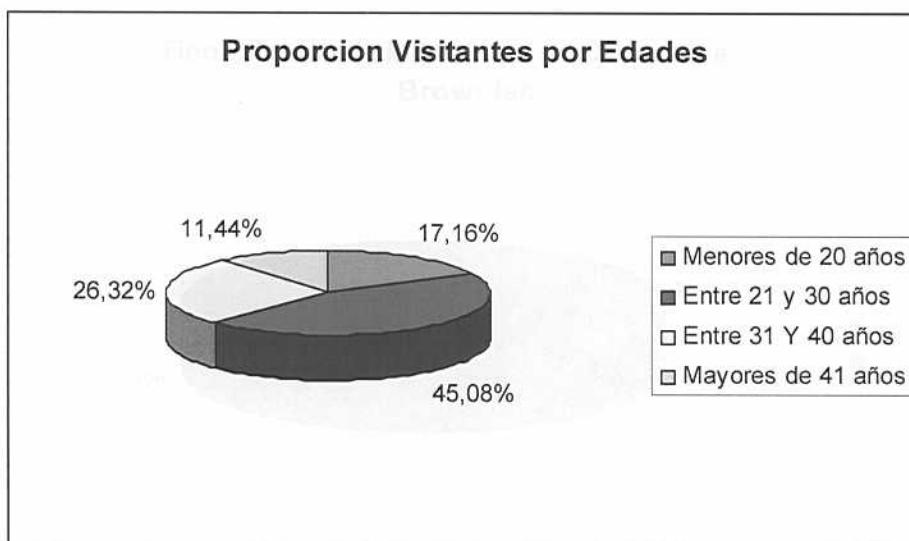


Gráfico IV-16: Proporción en Edades de Personas que Visitan el Sambil

Fuente: Elaboración Propia

Tiene preferencia por alguna de estas empresas de brownies	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujer	Total
SI	57	90	329	17,33%	27,36%	44,68%
NO	110	72		33,43%	21,88%	55,32%
Tiene preferencia por alguna de estas empresas de Galletas						
SI	95	79	372	25,54%	21,24%	46,77%
NO	96	102		25,81%	27,42%	53,23%
Tiene preferencia por tomar el café en algún sitio en específico						
SI	45	30	303	14,85%	9,90%	24,75%
NO	117	111		38,61%	36,63%	75,25%
Tiene preferencia por tomar el refresco en algún sitio en específico						
SI	16	18	346	4,62%	5,20%	9,83%
NO	171	141		49,42%	40,75%	90,17%
Compraría el producto en una nueva franquicia						
SI	126	70	408	30,88%	17,16%	48,04%
NO	86	126		21,08%	30,88%	51,96%

Tabla IV-15: Proporción de Personas con Preferencia de lugar de Consumos según la Muestra Tomada

Fuente: Elaboración Propia

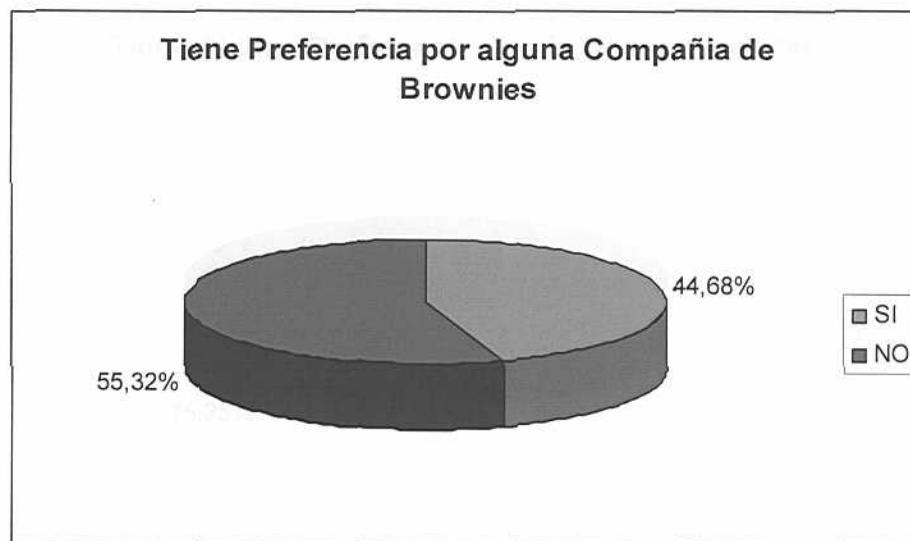


Gráfico IV-17: Proporción de Personas que Tienen Preferencia por Alguna Compañía de Brownies
Fuente: Elaboración Propia

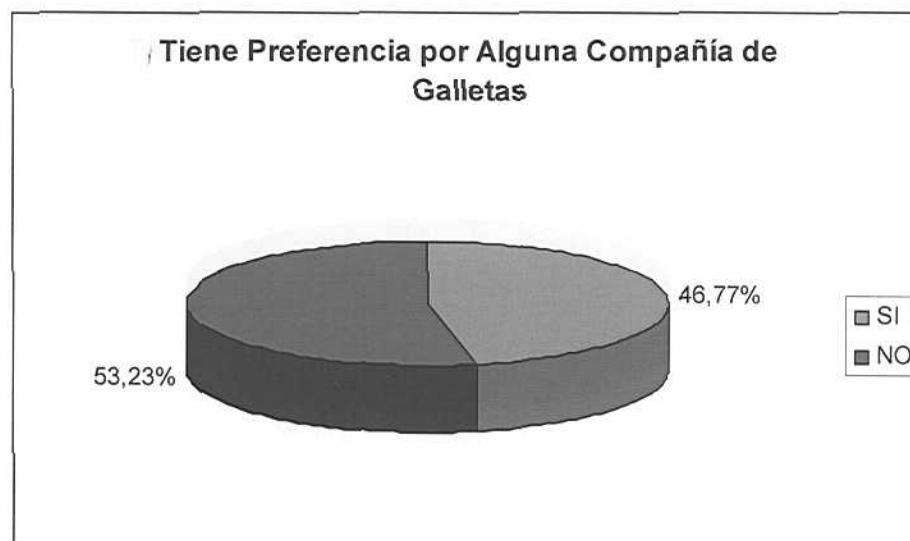


Gráfico IV-18: Proporción de Personas que Tienen Preferencia por Alguna Compañía de Galletas
Fuente: Elaboración Propia

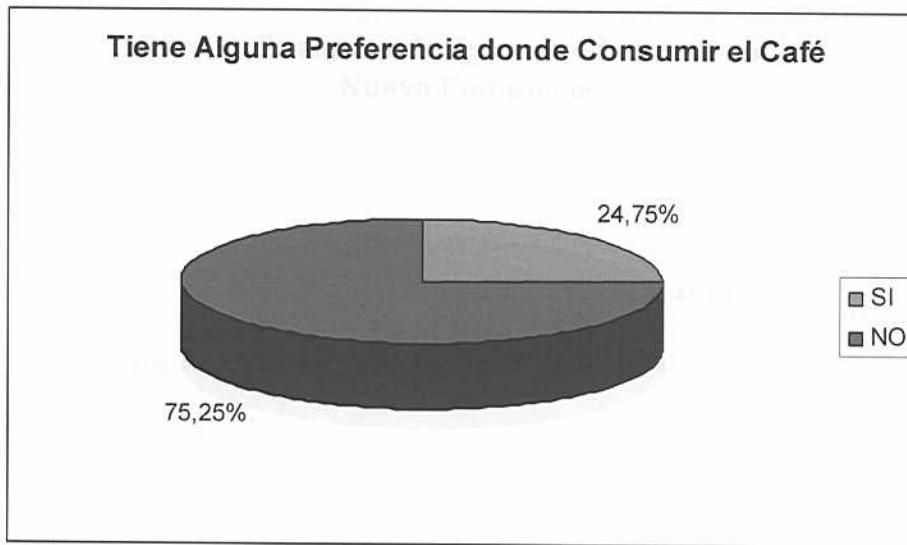


Gráfico IV-19: Proporción de Personas que Tienen Preferencia de Consumir Café en Algún Sitio
Elaboración Propia

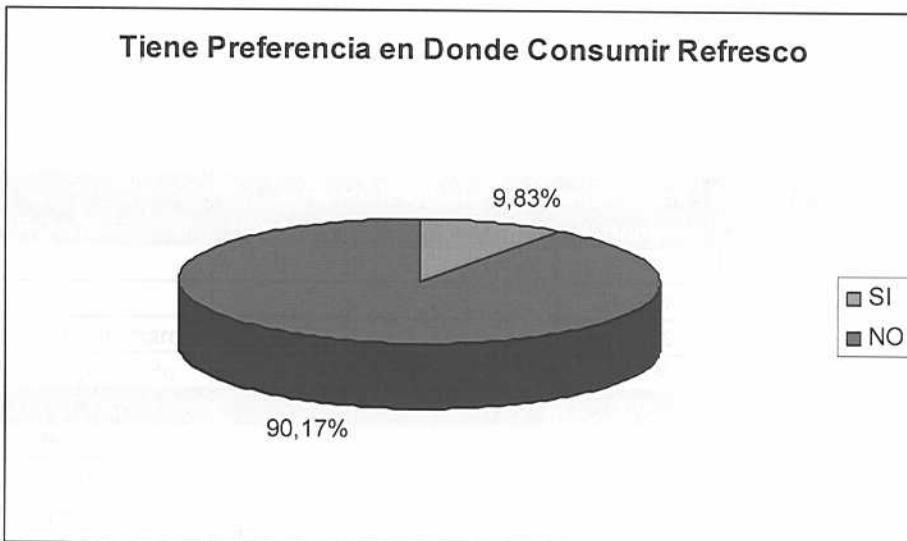


Gráfico IV-20 : Proporción de Personas que Tienen Preferencia de Consumir Refresco en Algún Sitio
Fuente: Elaboración Propia

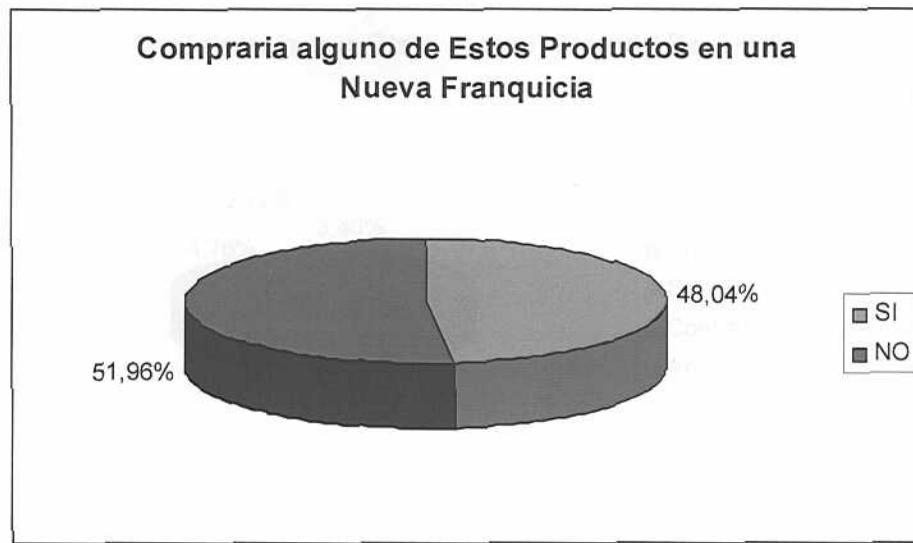


Gráfico IV-21: Proporción de Personas que Están Dispuestas a Comprar en una Nueva Franquicia
Fuente: Elaboración Propia

Su Preferencia es Debido A						
BROWNIES	Hombres	Mujeres	Total	% Hombres	% Mujeres	% Total
Precio	3	2	147	2,04%	1,36%	3,40%
Sabor	51	80		34,69%	54,42%	89,12%
Confianza en la marca	2	5		1,36%	3,40%	4,76%
Acceso al producto	1	3		0,68%	2,04%	2,72%
GALLETAS						
Precio	11	2	174	6,32%	1,15%	7,47%
Sabor	60	61		34,48%	35,06%	69,54%
Confianza en la marca	12	13		6,90%	7,47%	14,37%
Acceso al producto	12	3		6,90%	1,72%	8,62%

Tabla IV-16: Proporción de el Factor de Preferencia según la Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia

Preferencia por Otras Compañías de Brownies

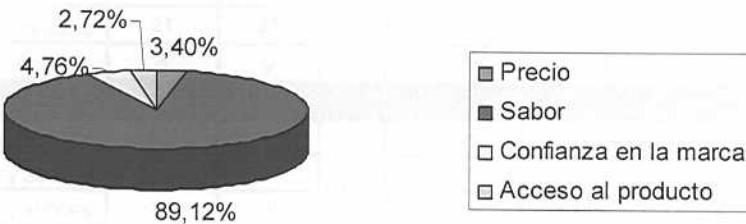


Gráfico IV-22: Proporción de Factor de Preferencia para Brownies

Fuente: Elaboración Propia

Preferencia Por Otras Compañías de Galletas

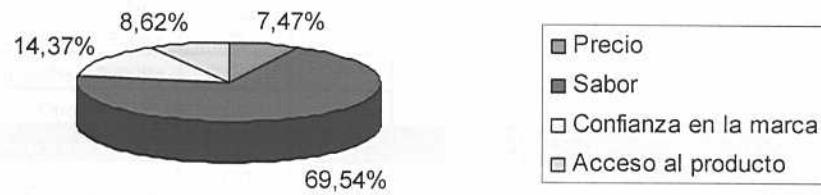


Gráfico IV-23: Proporción de Factor de Preferencia para Galletas

Fuente: Elaboración Propia



Que precio estaría dispuesto a pagar						
Por Brownies	Hombres	Mujeres	total	% Hombres	% Mujeres	% total
Entre 2000Bs y 3000Bs	89	62	329	27,05%	18,84%	45,90%
Entre 3000Bs y 4000Bs	52	73		15,81%	22,19%	37,99%
Entre 4000Bs y 6000Bs	21	27		6,38%	8,21%	14,59%
Otro	5	0		1,52%	0,00%	1,52%
Por las galletas						
Entre 1000Bs y 2000Bs	107	106	372	32,52%	32,22%	64,74%
Entre 2000Bs y 3000Bs	55	55		16,72%	16,72%	33,43%
Entre 3000Bs y 4000Bs	27	18		8,21%	5,47%	13,68%
Otro	2	2		0,61%	0,61%	1,22%
Por café pequeño						
Entre 500Bs y 1000Bs	59	76	304	17,93%	23,10%	41,03%
Entre 1000Bs y 1500Bs	86	55		26,14%	16,72%	42,86%
Entre 1500Bs y 2000Bs	17	10		5,17%	3,04%	8,21%
Otro	1	0		0,30%	0,00%	0,30%
Por café grande						
Entre 1500Bs y 2000Bs	80	89	304	24,32%	27,05%	51,37%
Entre 2000Bs y 2500Bs	57	35		17,33%	10,64%	27,96%
Entre 2500Bs y 3000Bs	25	14		7,60%	4,26%	11,85%
Otro	1	3		0,30%	0,91%	1,22%
Por refresco pequeño						
Entre 1900Bs y 2200Bs	154	138	346	46,81%	41,95%	88,75%
Entre 2200Bs y 2500Bs	29	17		8,81%	5,17%	13,98%
Entre 2500Bs y 3000Bs	1	0		0,30%	0,00%	0,30%
Otro	3	4		0,91%	1,22%	2,13%
Por refresco mediano						
Entre 2100Bs y 2500Bs	130	113	346	39,51%	34,35%	73,86%
Entre 2500Bs y 2800Bs	45	39		13,68%	11,85%	25,53%
Entre 2800Bs y 3200Bs	9	7		2,74%	2,13%	4,86%
Otro	3	0		0,91%	0,00%	0,91%
Por refresco grande						
Entre 2500Bs y 2800Bs	64	57	346	19,45%	17,33%	36,78%
Entre 2800Bs y 3200Bs	95	86		28,88%	26,14%	55,02%
Entre 3200Bs y 3500Bs	24	16		7,29%	4,86%	12,16%
Otro	4	0		1,22%	0,00%	1,22%

Tabla IV-17: Proporción de Precio que Esta Dispuesto a Pagar el Consumidor Según la Muestra Tomada
Fuente: Elaboración Propia

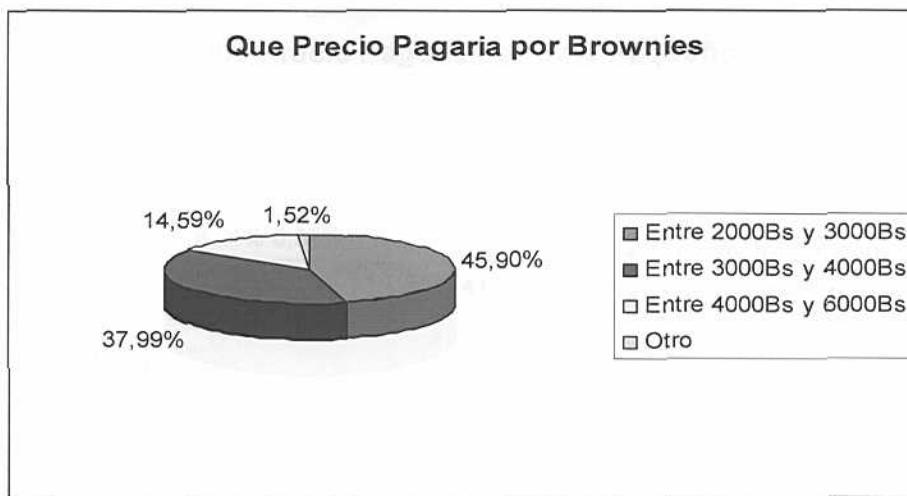


Gráfico IV-24: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Brownies
Fuente: Elaboración Propia

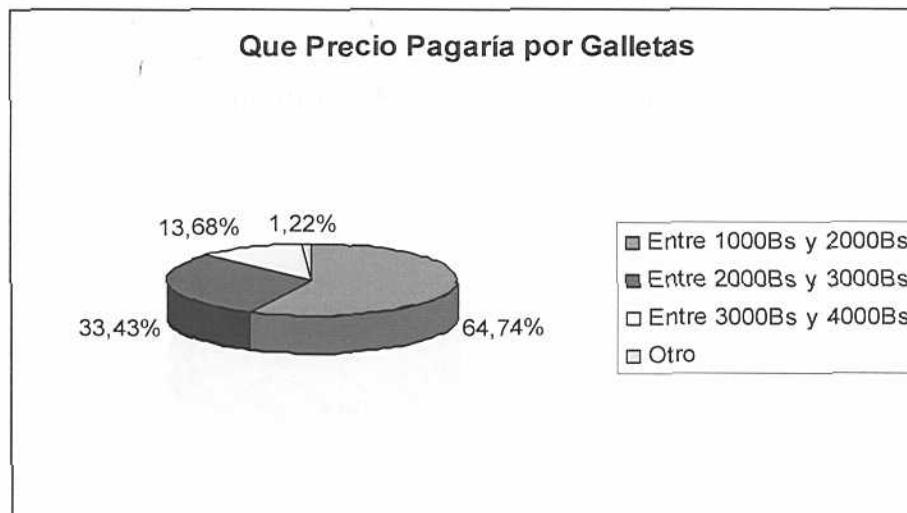


Gráfico IV-25: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Galletas
Fuente: Elaboración Propia

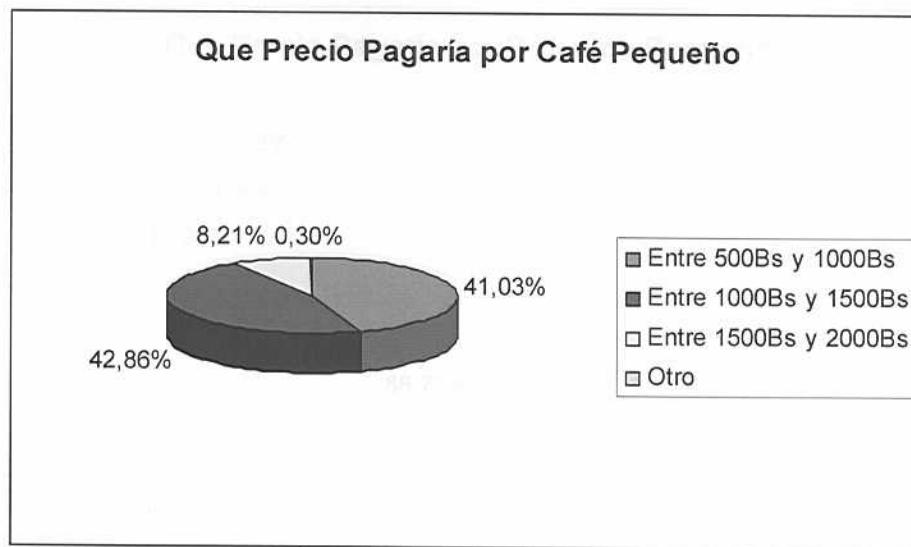


Gráfico IV-26: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Café Pequeño
Fuente: Elaboración Propia

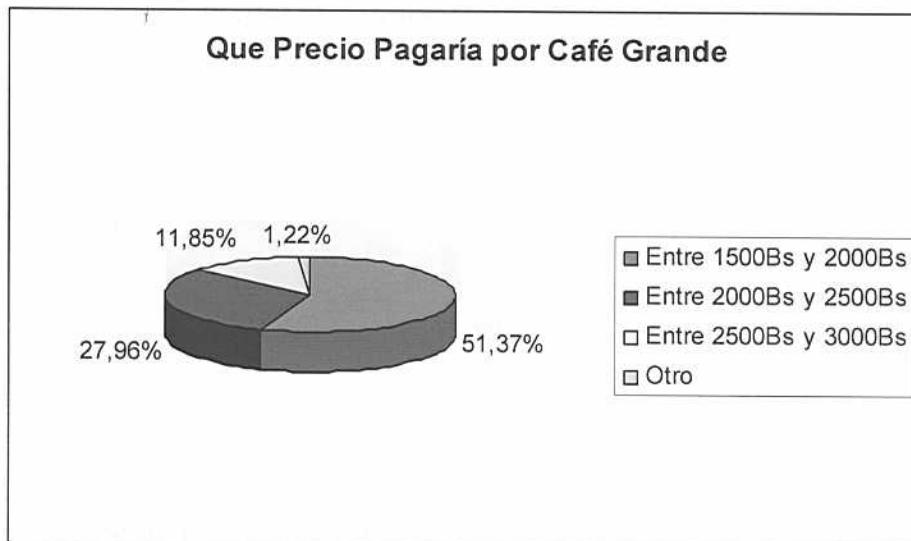


Gráfico IV-27: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Café Grande
Fuente: Elaboración Propia

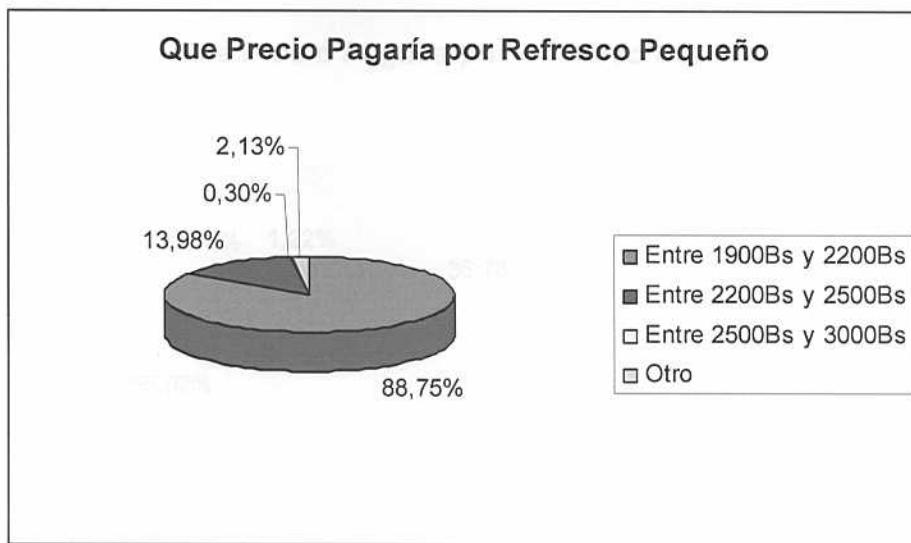


Gráfico IV-28: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Refresco Pequeño
Fuente: Elaboración Propia

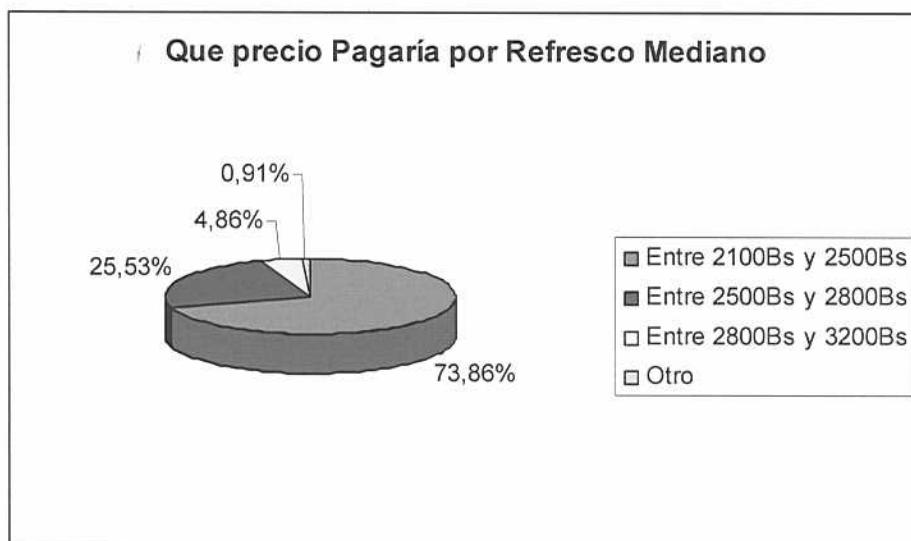


Gráfico IV-29: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Refresco Mediano
Fuente: Elaboración Propia

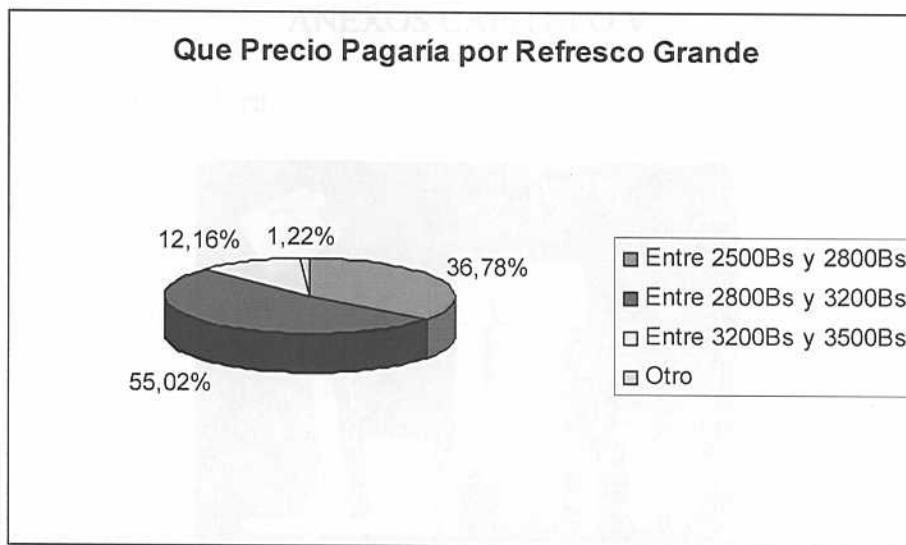
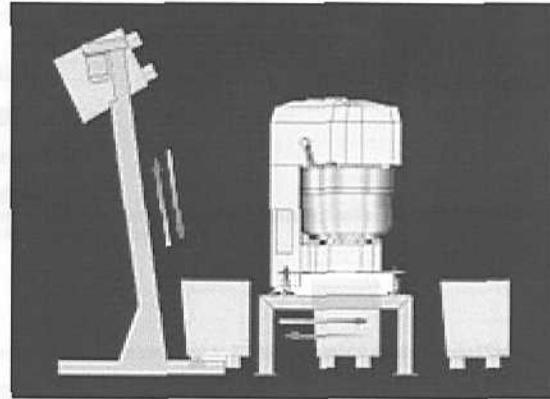


Gráfico IV-30: Proporción del Precio Dispuesto a Pagar el Consumidor por Refresco Grande

Fuente: Elaboración Propia

ANEXOS CAPITULO V

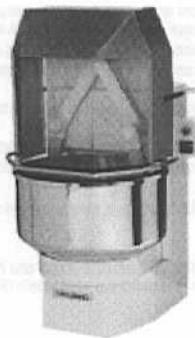
Anexo V-1. Amasadora



 SANCASSIANO
MACCHINE E IMPIANTI
PER L'ARTE BIANCA

 SANCASSIANO
DOSOSISTEM
IMPIANTI PER LA MANIFATTURA

AMASADORA DE BRAZOS, MODELO BTF



Características: Estructura reforzada de acero soldado. Motor para los brazos y la artesa de dos velocidades. Brazos y artesa en acero inox reforzado. Transmisión por correas y engranajes en seco autorubricados. Es también posible la máquina con estructura en acero inoxidable.

BTF 80

€ 5.022,00

CONDICIONES GENERALES DE VENTA



SANCASSIANO
MACHINERY & INDUSTRIAL
PER L'ARTE BANCA

DIRETTORETTA PER LA MARCHIATA

1) PRECIOS:

Ver páginas anteriores.

2) FORMA DE PAGO:

- * 50% al pedido
- * 50% al día de expedición

3) RESERVA DE COMUNICACIÓN

El presente suministro se entiende cubierto de RESERVA DE DOMINIO en favor de Sancassiano S.p.A. y permanece, por lo tanto, el dominio sobre su propiedad hasta el pago total de precio pactado.

4) ENTREGA:

EX-WORKS

5) ENVASES:

Las mercancías están embaladas en su más tempranado. Eventuales embalajes diferentes serán facturados al cliente.

6) PLAZO DE ENTREGA:

80-100 días desde el pedido (contando por llegada de trabajo de pago o C/C, y por llegada de los datos técnicos necesarios para emprender la producción). La entrega se hace en diez lavoratori, no se hacen entregas/paquetes en mismo el sábado y el domingo ; los días de Negocios Italianos, excepto en caso de desventajas distintas. (caso particular de embajador en caso de fábricación)

7) ENVÍO FINAL:

Realizado en nuestra planta de Fossi d'Asba (Cuneo, Italia). En esta ocasión es necesario la presencia de nuestros técnicos. La fecha de prueba es comunicada por adelantado.

8) SEMINARIOS DEL PERSONAL Y PUESTA EN MARCHA:

Será realizado por técnico Sancassiano. El tiempo medio previsto para estas operaciones es de ... días (comprobadas) y los medios costes del personal Sancassiano estarán excluidos de la cotización. Los trabajos básicos serán facturados según la tarifa horaria de 02 EURO. Los honorarios en exceso a los 8 días serán facturados con una tarifa superior del 30% y los honorarios en días restantes serán facturados con una tarifa superior del 50%. Quedan excluidos los gastos de viaje, diaria y alojamiento. Instalación y ensayo estarán referidos al solo equipo Sancassiano, sin reservas con el valor elemento de la línea de producción (mercancía de serie, servicio en días inservibles, no se hace el sábado y el domingo y en los días de feriados nacionales, excepto en caso de acuerdo económico diferente).

En caso de pedido de montaje más largo del previsto, por razones no debidas a SANCASSIANO, los costes suplementarios serán a cargo del Cliente. La solicitud de intervención de los técnicos Sancassiano para estas operaciones tendrá que ser hecha por lo menos 10 días antes que la intervención misma.

El Cliente comprobará y firmará el informe clínico de intervención de los técnicos SANCASSIANO.

10) MANUALES DE INSTRUCCIÓN:

Con ocasión del montaje les seña entregado (en una copia) el manual de uso, programación y mantenimiento de los máquinas. Eventuales copias suplementarias se suministraran al cliente. El cliente tiene que conocer el manual de instrucciones provisto y de aplicar los procedimientos de manejo normalmente ordinarios en las máquinas.

12) INSTRUCCIONES DE PERSONAL.

En relación a los puntos 6, 9a y 9c, por todo el periodo de estas operaciones es requerida la presencia continua de los técnicos del Cliente (personal, mecánico/técnico y "cliente de linea"), el fin de hacer las instrucciones fundamentales que los técnicos SANCASSIANO desarrollarán durante estas mismas operaciones. Los días necesarios para esta formación están incluidos en los puntos 6, 9a y 9c.

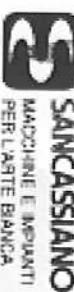
13) TENSIONES DE ALIMENTACION:

..... Vario 50 Hz, 3-fases + Neutro (para tierra suministradas por SANCASSIANO) 48 VAC/ 400 con P.L.C.

14) GARANTÍA:

Los garantizamos la buena conservación del completo por un periodo de 12 meses, a parir de la placa en marcha o 15 meses de la entrega de la mercancía instalacionada en su establecimiento. Nos comprometemos, por lo tanto, a reparar o sustituir gratuitamente cualquier pieza que, por defecto de calidad de material o por efectos de desgaste, o por imperfección misteriosa, se demuestre defectuosa segun opinion de los técnicos SANCASSIANO. El Cliente está vendido a devolver el controlador la pieza considerada defectuosa y sustituirla.

Cada garantía viene individualmente aplicable también a la instalación eléctrica. La garantía prevista para la Unidad Electrónica de Mando y Control es de seis meses.



SANCASSIANO
03505/57EM
PRODUCE IMPORTADO POR ITALIA/PRODUCE

El Cliente tendrá que enviar una denuncia escrita del defecto de la máquina dentro de los 7 días de su adquisición. Sancassiano resguarda el dispositivo total de Su persona en todos los días siguientes, exceptuando que permanezca inoperante. La garantía no es extensible a daños causados por uso incorrecto o incorrecto o incorrecta utilización. La garantía será limitada al suministro de las partes a sustituir, fianza fábrica SANCASSIANO (Fiscal establecida) y no se extiende a la presentación de mano de obra por su instalación. El Cliente tiene facultad de efectuar modificaciones y cambios durante el periodo de garantía, que serán a cargo Sancassiano solo previa autorización técnica y económica por su lado del constructor. Están excluidas de dicha garantía, las sustituciones de piezas y las intervenciones de personas no autorizadas técnicamente y económicamente por escrito por SANCASSIANO S.p.A., también si realizadas durante el periodo de garantía. La activación del procedimiento de garantía no da derecho al Cliente a la devolución del pago o a reducción del precio pagado. Dicho acuerdo no es extensible a los repuestos ni a los servicios. Garantizado. Junto con el suministro de la maquinaria establece, Sancassiano incorpora la compra de una serie de repuestos específicos. Cuáquiera que garantía, para cualquier otro caso, está excluida.

16. ANTIACCIDENTES

La instalación está dotada de mecanismos de protección antivibraciones, según las vigentes disposiciones. Las máquinas SANCASSIANO están conformadas en conformidad de la Certificación Europea CE.

17. EXCLUSIÓNES

Excluidas son: daños, consecuencias eléctricas a nuestras cláusulas, exceso de las causas de fuerza mayor, y causadas otra obra o materia no contemplada en la presente oferta.

La mano de obra y los medios destinados a colocación de las máquinas en su piso (pines, corriels, elevaciones, ...).

Excluidas también de puesta a nivel del suelo de trabajo de las máquinas (al fin de garantizar un buen funcionamiento es necesario proporcionar un suelo con una tolerancia máxima de planimetría de 3 mm por metro, no cumulativo). Todo lo no contemplado en la presente oferta. SANCASSIANO no tiene la obligación de entregar al Cliente todos aquellos tipos de las máquinas suministradas o los trabajos de los proveedores conforme la gestión de las mismas.

18. DOCUMENTACIÓN

Dichas condiciones establecen que esta oferta se consideran provisoria y no constituye SANCASSIANO (firma de estipulación, dibujos, ...) la documentación tecnológica definitiva, se entiende al cliente despose de la firma del contrato. El cliente verifica y da cuenta de esta documentación por escrito dentro de los 4 días siguientes a la recepción de la misma. Retraso excesivo determinará un retraso proporcional de plazo de entrega. En el caso que se considere el envío de documentación que se refiere a programas software de gestión de los maquinarios, SANCASSIANO queda la única propiedad intelectual de esta misma documentación.

19. CAPACIDAD

La capacidad de trabajo de las máquinas, indicada por los "horizontes" de las instalaciones, se refiere a una medida con absorción de agua del 65%. Máquinas más correspondientes (con humedad menor indicada) indicarán una reducción proporcional de la capacidad.

19. DESBLOQUEO DE MATERIALES:

SANCASSIANO se reserva en base de realización el siguiente eventualas modificaciones a los materiales y a las soluciones técnicas que sean correspondiente, para mejorar el resultado final de la instalación.

20. JURISDICCIÓN:

Frente cualquier controversia relativa al presente contrato, será decidida por árbitro único según el régimen de la Oficina Arrendadora del Perú, (sede de arbitraje es la Oficina de Comercio de Cuenca; el idioma utilizado es español).

21) VALIDEZ DE LA OFERTA

2 meses

PARA ACEPTACIÓN

SANCASSIANO S.p.A.



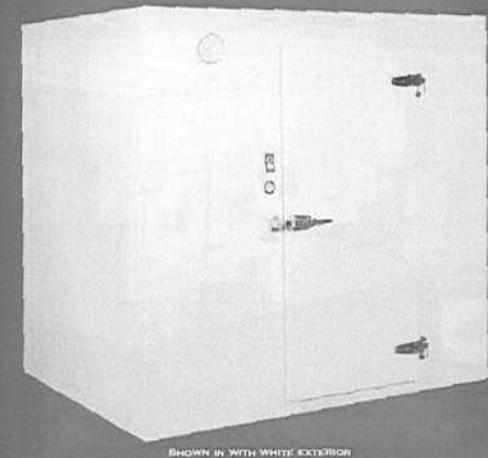
Anexo V-2. Envases Plásticos.



Size	For 512 oz. Tub
Color	White
Neck Size	300 mm Vapor Lock. Food grade.
Case/Skid Pack	100 per case
In Stock	Yes - Price: \$0.89 each

Anexo V-3. Cuartos Refrigerados.

BUSH REFRIGERATION
WALK-IN COOLERS & FREEZERS



SHOWN IN WITH WHITE EXTERIOR

1-800-220-2874

MANUFACTURED TO MEET YOUR REQUIREMENTS
WWW.BUSHREFRIGERATION.COM



BUSH REFRIGERATION

EXCLUSIVE STANDARD FEATURES

On Every Bush Walk-In

SHOWN IN WITH WHITE EXTERIOR

Walls: Interior and exterior skins are constructed of 20-gauge metal in enameled, galvanized or white.

Light: Heavy-duty light fixture with 150-watt incandescent bulb.

Floor: Stainless steel floor (optional). Constructed of 2" x 4" or 2" x 6" joists, finished-in-place insulation covered with 1/8" COLD-TEK® polyurethane.

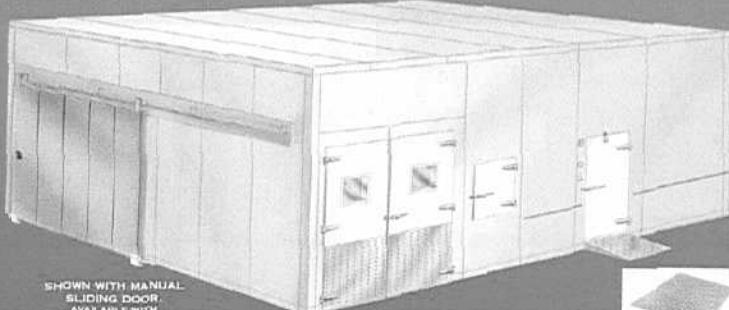
Door: Chrome-plated, self-closing hinge are standard.

Handle: Chrome-plated, self-closing hinge are standard.

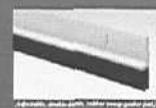
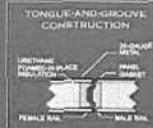
Lock: Standard, no padlock required.

1-800-220-2874

FROM 24 SQ. FT. TO A LARGE REFRIGERATED WAREHOUSE



SHOWN WITH MANUAL
SLIDING DOOR.
AVAILABLE WITH
ELECTRIC SLIDING
DOORS WITH REMOTE CONTROL.



OPTIONS

- Custom door (10'P)
- Kick-in doors
- Sliding doors
- Range



CALL 1-800-220-2874 FOR AN INSTANT QUOTE.

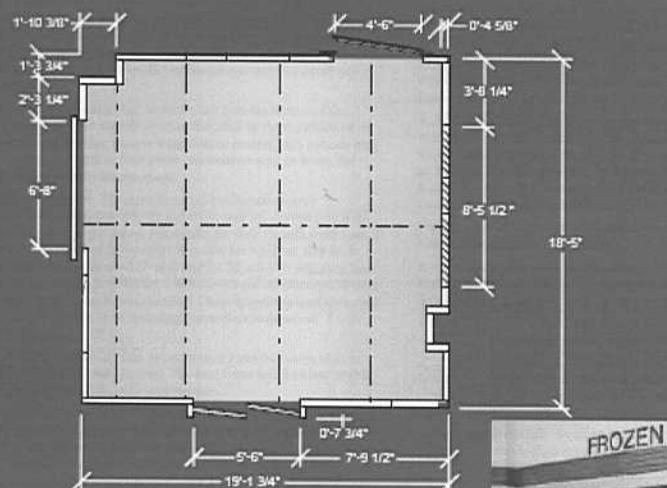
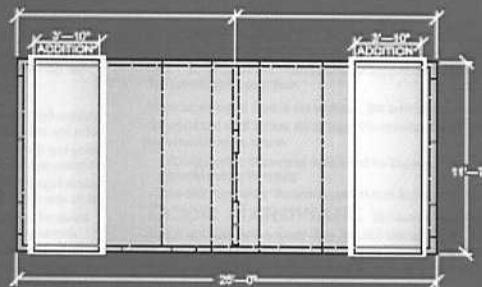


FLEXIBILITY

Bush cold storage modular panels are built to last for years, but can be disassembled for moving to a different location. In addition, when a business needs more cold storage space, Bush panel structures can be expanded to meet new requirements. Consistency in panel construction means new or additional panels will be compatible with existing ones.

Solid line indicates new panels.
Dashed line indicate existing Walk-In.

To expand existing Walk-In, disassemble and move end wall sections. Add new panels for expanded room requirement and reusable end wall sections to new panel additions.



Flexibility is built into Bush panel construction. Wide choices of panel finishes are available in addition to different panel thicknesses, configurations and reinforcement. Door selections include swinging, bi-part, manual or electrical slide, and a variety of options that can be added to the door requirements.

BUSH REFRIGERATION

1-800-220-2874 OR WWW.BUSHREFRIGERATION.COM



SPECIFICATIONS

GENERAL Walk-in coolers and freezers provided under this section of the specifications shall be fabricated of machine design and construction. They shall be designed to allow convenient and economic field assembly and future enlargement by the simple addition of panels.

PANEL CONSTRUCTION The panels shall consist of interior and exterior metal skins properly formed with stiffeners and roll-form equipment and thoroughly checked with gauges for uniformity and accuracy. The insulation shall be bonded-in-place polyurethane and when completely heat cured, shall bond tenaciously to the metal skins and form a rigid nominal 1-1/2" thick or 3-1/2" thick polyurethane insulated panel. All panels shall have wood perimeter that provide structural strength and rigidity. To ensure that all joints are straight and vapor proof, panels shall have a tongue-and-groove edge on all sides of every panel. A flexible vinyl gasket shall extend around the interior and exterior perimeter of each male edge. Gaskets shall be resistant to damage from oil, greases, water, detergents and sunlight, must be NSF Certified and shall be flame retardant. All standard panels must be inter-changeable for fast and easy assembly.

CAM LOCKS Cam-action locking devices shall be accurately and precisely positioned in the panels to assure a positive seal. These locking devices shall consist of a cam-action rotating locking arm in the hinge edge. This locking arm shall engage a slot rod which is firmly anchored in the groove edge. This action shall draw all tongue-and-groove panels firmly and tightly together.

All locking of standard panels shall be performed from the interior of the Walk-in by means of a key wrench which is furnished by the manufacturer of the cooler or freezer. The hex wrench hole shall be covered with a plastic plug button; in the event the wall or floor panels are standard steel or white, the plug button shall match the interior steel.

INSULATION The insulation shall be bonded-in-place polyurethane. The thermal conductivity factor (K) shall not exceed 0.12 BTU per hour, per square foot, per degree Fahrenheit, per inch. Overall coefficient of heat transfer (U-factor) shall not be more than .024 for 3-1/2" or .023 for 5-1/2" walls. The R-factor for a 3-1/2" wall shall be 29, a 5-1/2" wall shall have an R-factor of 44. Insulation shall have a 90% closed-cell structure and average in-place density of 2.2 pounds per cubic foot. The polyurethane insulation must retain dimensional stability in an operating temperature range of -40° F (-40° C) to 250° F (day heat) (121.2° C).

WALK-IN DOORS Manufacturer's standard doors shall be semi-overlap unless otherwise specified. The door frame and door leaf shall be similar construction and finish to wall panels.

The door leaf shall consist of a PVC perimeter strip which the interior and exterior metal skins are secured and shall create a thermal break between metal frames. The PVC frame shall include a ribbed channel around the entire perimeter strip which the magnetic gasket shall mate and be firmly held.

Each door leaf shall have a single semi-conductive heater and shall be concealed behind the edge of the door panel on all sides to prevent condensation and frost formation. This heater shall be easily accessible for replacement or service. No heater shall be required around the perimeter of the door leaf. Application of 135° F and above shall not require a door heater.

A dial thermometer shall be mounted on the door panel. The thermometer shall provide temperature readings in a nominal range of -40° F to +60° F and be accurate to plus or minus 1° F. The thermometer shall be NSF Certified.

PANEL DIMENSIONS

Standard wall, ceiling and floor panels shall be 11-13/16", 23", 35" and 49" wide. Corners, inside ceiling and floor panels shall be 13", 28-3/16", 23", 35" and 41". All panels shall be interchangeable with standard panels. The corners shall form a precise 90° angle with an NSF cover to assure maximum strength and perfect alignment.

Specifications subject to change without notice.

STANDARD WALK-IN	
Wall Panel	Window Panel
11-13/16"	23"
35"	35"
49"	49"
13"	13"
28-3/16"	23"
23"	35"
35"	41"
41"	41"
13"	13"
23"	23"
35"	35"
41"	41"

FLOOR CONSTRUCTION When a floor is required, the floor panels shall be 4-1/8" x 6-1/8" back including the NSF cover. The floor shall be designed and manufactured to support uniformly distributed loads up to 350 pounds per square foot.

When an insulated floor is not required, flat bottom wall or wood screeds shall be furnished and shall be set out or lagged to existing floor for rigidity. Vinyl screeds are available as an option.

NSF Application: The bearing surface shall be 12-gauge, type 306 stainless steel with 5/8" square edges for rigidity.

Non-NSF Application: The bearing surface shall be 16-gauge bright galvanized steel.

DOOR HARDWARE The door hinges shall be of a cam-lift design and shall have a heavy-duty treated chrome finish. The hinges shall have pins with nylon bushings. The hinges shall have a minimum V-strip and shall be mounted in sufficient numbers to carry twice the weight of the door. The door latch shall be constructed of similar materials and finish as the door hinges. The latch shall be designed to open the door easily with an inside safety release feature that complies with OSHA standards.

All doors shall be self closing and a heavy-duty door closer that shall close the door easily and without assistance shall be available as an option.

DOOR GASKETS The door gaskets shall be of a compression design that maintains an airtight seal. The gasket shall allow for a quick and easy replacement if the gasket ever needs to be replaced. The bottom of the door shall have an adjustable and flexible double vapor gasket.

LIGHTING Each entrance door shall be provided with an incandescent vapor-proof light for mounting on the interior of the door section. The light shall have a coated glass shatterproof globe. A moon pilot light and toggle switch shall be furnished for flush mounting on the exterior of the door section and shall have a standard steel cover. The door panel and door leaf shall be UL approved. All components are shipped loose.

The vapor-proof light shall be capable of accepting up to a 100-watt appliance bulb (not furnished by manufacturer).

A safety caution sign shall be affixed to the spine of the door section that clearly explains proper instructions for the walk out from the cooler or freezer.

INSTALLATION AND MAINTENANCE INSTRUCTIONS

A complete set of instructions covering both the maintenance and the installation of the cooler shall be provided.

NSF CERTIFIED Components shall be of a design approved by the National Sanitation Foundation and shall carry the NSF Certification label mounted on each door section.

UL ELECTRIC APPROVAL All door sections shall be approved by Underwriters Laboratories and each door section shall carry the UL Listing mark.

UL 25 FLAME SPREAD CERTIFIED

The polyurethane foam shall have a flame spread rating of 25 or less and have a smoke development of 300 or less. Each Walk-In shall have affixed to it a label stating the above ratings (Class 1 Composite Panel). If damaged, each panel can be affixed with the UL label.

The above rating is not intended to reflect hazard presented by the or any other material under usual fire conditions (per UL Classified Building Materials Index).

PANEL WARRANTY The manufacturer shall warrant to the original purchaser, the full bonded-in-place panels to be free from defects in material and workmanship under normal use and service for a period of ten (10) years from the date of original installation by an authorized representative and shall be obligated to repair or replace (F.O.B. factory) any section which proves to be defective.

This warranty shall not apply to equipment which, in the manufacturer's opinion, has been subjected to misuse, maladjustment, improper installation or acts of God.

BUSH
REFRIGERATION

PRINTED IN USA 08100

BUSH REFRIGERATION

1700 ADMIRAL WILSON BLVD CAMDEN, NJ. 08109
CALL TOLL FREE 1-800-220-2874 FAX 856-963-0770



Anexo V-4. Vehículo Refrigerado



DATOS DEL VEHICULO

MODELO	NPR	AÑO	1997
PLACA	24X-ABO	RECORRIDO	1 Kms.
COLOR	BLANCO	MOTOR	Diesel
TRANSMISION	SINCRÓNICO	DIRECCION	HIDRÁULICA
VIDRIOS	MANUALES	A/ACOND.	NO
ASIENTOS	TELA	SONIDO	NO TIENE

EXTRAS

Cauchos nuevos, motor recién hecho, thermoking.

PRECIO

Bs. 65.000.000 (negociable)

Anexo V-5. Nevera Local.





Anexo V-6. Moldes o Bandejas.

Bandeja para hornear de 23x33cm. Pyrex



La bandeja de vidrio transparente trae una tapa de plástico azul.

Peso del producto: 1.8 Kg.

Precio rattan: Bs 31.850,00

Referencia en US\$: 14,81

AÑADIR AL CARRITO DE COMPRAS

DILE A UN AMIGO

REGRESAR

Anexo V-7. Hornos Eléctricos.

HBN-574850



Bosch HBN-574850

Horno - Eléctrico - con programador - Alto: 60 cm - Ancho: 60 cm
3 ofertas de EUR 509,00 a EUR 569,00

★★★★½ / 13 opiniones | Escribir una opinión

La verdad es que me lo acabo de comprar y lo he usado una vez pero llevo mucho tiempo detrás de el (me encanta cocinar, pero en plan aficionado) a primera vista las prestaciones son lo mejor del horno y el diseño es muy vanguardista con el panel de mandos táctil y estéticamente es muy bonito, pero... [Leer opinión](#)

Información técnica



Anexo V-8. Vitrinas Exhibidoras.

Coroto
Categoría: Equipos para Comercios
Vitrina Comercial
Vitrina exhibidora de alimentos para comercios, con muy poco uso, como nueva, color blanca, de tres niveles
Coroto Usado
Precio Bs.: 600.000
Negociable: Sí

Para la compra contactar a:
Isabel T. Sayago
Telf. Casa: (0212) 632 4361
Telf. Oficina:
Celular: (0412) 729 2222
Email: bacanolasp@yahoo.com

Ubicación del Coroto:
Gran Caracas
Caracas

[Vea más Corotos de esta Categoría](#)
 [Regresar](#)



Anexo V-9. Capacidad de la Planta,

La capacidad instalada de la planta está calculada en función de las necesidades del mercado y el cumplimiento de la demanda esperada en todo el horizonte de planificación del proyecto, debido a que éstas fueron nuestras limitantes a considerar en el estudio de mercado.

Brownies

Año	Horas por Jornada	Días Laborales al Mes	Horas Laborales al Mes	Producción por Hora	Maquinaria Requerida	Producción Mensual	Capacidad Instalada	Demanda Estimada	Diferencia	Capacidad Ociosa
2007	8	20	160	240	1	38.400	460.800	160.701	300.099	65,13%
2008	8	20	160	240	1	38.400	460.800	240.216	220.584	47,87%
2009	8	20	160	240	1	38.400	460.800	281.962	178.838	38,81%
2010	8	20	160	240	1	38.400	460.800	390.746	70.054	15,20%
2011	8	20	160	240	1	38.400	460.800	448.166	12.634	2,74%

Tabla V-1 Cálculo de Capacidad Instalada Brownies

Fuente: Elaboración Propia

Galletas

Año	Horas por Jornada	Días Laborales al Mes	Horas Laborales Mes	Producción por Hora	Maquinaria Requerida	Producción Mensual	Capacidad Instalada	Demanda Estimada	Diferencia	Capacidad Ocupada
2007	8	20	160	350	1	56.000	672.000	226.476	445.524	66,30%
2008	8	20	160	350	1	56.000	672.000	338.537	333.463	49,62%
2009	8	20	160	350	1	56.000	672.000	397.369	274.631	40,87%
2010	8	20	160	350	1	56.000	672.000	550.679	121.321	18,05%
2011	8	20	160	350	1	56.000	672.000	631.601	40.399	6,01%

Tabla V-2 Calculo de Capacidad Instalada Galletas

Fuente: Elaboración Propia

Anexo V-10. Layout Planta.

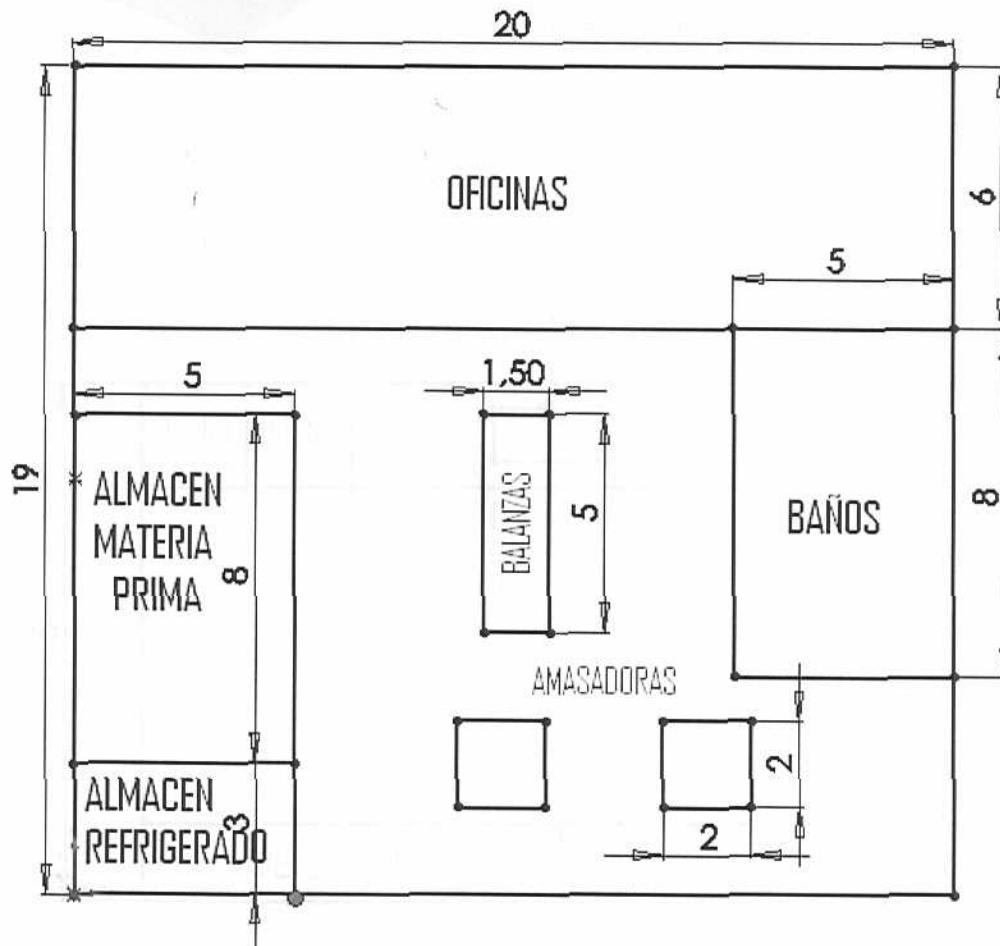


Figura V-1 Lay Out Planta
Fuente: Elaboración Propia



Anexo V-11. Balanza Digital.

Anexo V-11. Balanza Digital.

BALANZA ELECTRONICA MORETTI DE 15 KG CON GARANTIA

Industrias y Oficinas → Balanzas

Artículo: #26086195

Precio Final: \$ 399.00 c/u [Compra Inmediata](#)

Vendedor: FLECHAT (207)

Puntaje del vendedor: 207
99% calificaciones positivas (1% negativas)
Miembro desde: 02/04/2001 | [Ver reputación](#)
[Ver artículos del vendedor](#)

Tipo de producto: Usado

Ubicación: BUENOS AIRES

Finaliza en: 42d 21h (05/04/2007 10:59)

Cant. de ofertas: 3 [Ver compradores](#) Visitas: 472

Cantidad: 1 de 10 disponibles [Comprar](#)

Tu Oferta: \$ 399.00 c/u

Programa de Protección al Comprador ([Ver requisitos](#))

Anexo V-12. Layout Local.

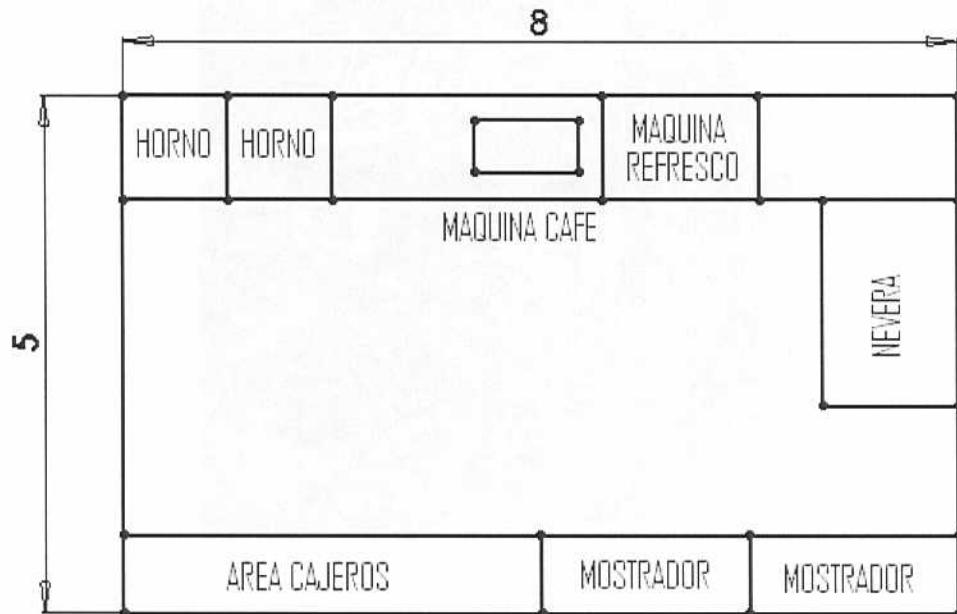


Figura V-2 Lay Out Local
Fuente: Elaboración Propia





Anexo V-13. Maquina de Café Expreso.

Máquina de café Faema de 2 grupos. Sistema completo

Hogar y Electrodomésticos → Cocina → Accesorios Manuales

Artículo: #6061784

Precio Final: Bs. 12500000.00

Vendedor: ZARZAR2003 (99) Compra inmediata

Puntaje del vendedor: 99
100% calificaciones positivas (0% negativas)

Miembro desde: 06/02/2003 | Ver reputación

Ver artículos del vendedor

Tipo de producto: Usado

Ubicación: ARAGUA

Finaliza en: 9d 3h (21/02/2007 20:46)

Cant. de ofertas: 0 Visitas: 80

Cantidad: 1

Tu Oferta: Bs. 12500000.00

Comprar

Programa de Protección al Comprador (Ver requisitos)

Anexo V-14. Maquina Dispensadora de Refresco.



Anexo V-15. Ventiladores



Minka Aire F518-WH Concept II Three 44 Blade Ceiling Fan in White
(MPN: F518WH)

Rango de precios: US\$189.95 - US\$200.00 en 10 Tiendas



Anexo V-16. Sistemas de Seguridad.

EXTINTOR DE ABC 2LBS

Otras categorías → Otros Artículo: #6012098



Precio Final: Bs. 168400.00 c/u Compra Inmediata
Compra seguro con MercadoPago.
Puedes hacerlo con tarjeta u otros medios.

Vendedor: JLSOCORRO (23)  
Puntaje del vendedor: 23
100% calificaciones positivas (0% negativas)
Miembro desde: 25/05/2006 | Ver reputación
Ver artículos del vendedor

Tipo de producto: Nuevo
Ubicación: DISTRITO FEDERAL
Finaliza en: 9d 21h (03/03/2007 10:04)
Cant. de ofertas: 1 Ver compradores Visitas: 128

Cantidad: 1 de 19 disponibles Tu Oferta: Bs. 168400.00 c/u **Comprar**

Detector Sensor De Humo Incendio Autonomo Inalambrico Alarma

Electrónica, Audio y Video → Seguridad y Vigilancia → Alarmas y Sensores Artículo: #25461172



Precio Final: U\$S 25.00 c/u Compra Inmediata
o 6 cuotas de U\$S 4.83 (con MercadoPago)
Ver formas de pago con MercadoPago

Vendedor: BUENASONDAS (1091)  
Puntaje del vendedor: 1091
100% calificaciones positivas (0% negativas)
Miembro desde: 08/09/2000 | Ver reputación
Ver artículos del vendedor | Ver eShop

Tipo de producto: Nuevo
Ubicación: CAPITAL FEDERAL
Finaliza en: 4d 8h (25/02/2007 22:36)
Cant. de ofertas: 4 Ver compradores Visitas: 281

Cantidad: 1 de 96 disponibles Tu Oferta: U\$S 25.00 c/u **Comprar**

Anexo V-17. Mobiliario y Equipos de Oficina.

TELEFONO PANASONIC KX-TS500 (PARA CENTRALES Y NORMAL)

Celulares y Teléfonos → Teléfonos Fijos → Teléfonos Fijos Artículo: #6126390



Precio Final: Bs. 59900.00 c/u Compra Inmediata
Compra seguro con MercadoPago.
Puedes hacerlo con tarjeta u otros medios.

Vendedor: JAVIERTPULGAR. (30)  
Puntaje del vendedor: 30
100% calificaciones positivas (0% negativas)
Miembro desde: 14/05/2003 | Ver reputación
Ver artículos del vendedor | Ver eShop

Tipo de producto: Nuevo
Ubicación: CARABOBO
Finaliza en: 32d 20h (26/03/2007 08:15)
Cant. de ofertas: 1 Ver compradores Visitas: 53

Cantidad: 1 de 49 disponibles Tu Oferta: Bs. 59900.00 c/u **Comprar**



Fotocopiadora, Impresora, Escáner, Fax Samsung SCX 4521 F

Otras categorías → Industrias → Oficina → Fotocopiadoras y Accesorios → Fotocopiadoras Artículo: #6037199

Precio Final: Bs. 990000.00 c/u Compra Inmediata

Vendedor: EQUIPOFFICE (510) Puntaje del vendedor: 510
100% calificaciones positivas (0% negativas)
Miembro desde: 22/09/2004 | Ver reputación
Ver artículos del vendedor

Tipo de producto: Nuevo
Ubicación: MIRANDA
Finaliza en: 15d 23h (09/03/2007 11:46)
Cant. de ofertas: 18 Ver compradores Visitas: 2128

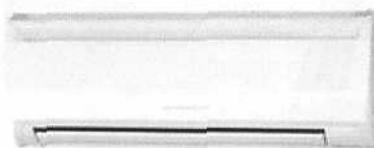
Cantidad: 1 de 10 disponibles Tu Oferta: Bs. 990000.00 c/u Comprar

Programa de Protección al Comprador (Ver requisitos)



EQUIP OFFICE COMPUTER S.C.A.

Mitsubishi MSZ-GA35VA



Mitsubishi MSZ-GA35VA

Aire Acondicionado - Potencia: 12040 btu - Split - Fijo

[Escribir una opinión](#)

ESCRITORIO CON ALA, PORTATECLADO Y ARTURITO

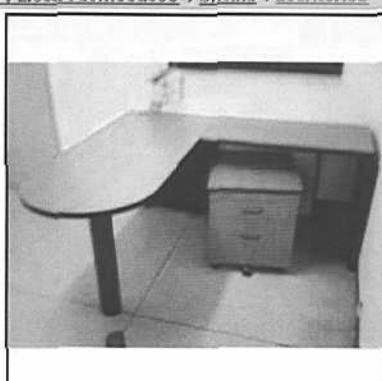
Hogar y Electrodomésticos → Oficina → Escritorios Artículo: #6106182

Precio Final: Bs. 599990.00 c/u Compra Inmediata

Vendedor: INTERVENTAS3000 (72) Puntaje del vendedor: 72
100% calificaciones positivas (0% negativas)
Miembro desde: 15/09/2005 | Ver reputación
Ver artículos del vendedor

Tipo de producto: Nuevo
Ubicación: DISTRITO FEDERAL
Finaliza en: 28d 7h (21/03/2007 20:50)
Cant. de ofertas: 17 Ver compradores Visitas: 1778

Cantidad: 1 de 15 disponibles Tu Oferta: Bs. 599990.00 c/u Comprar





ANEXOS CAPITULO VI

Anexo VI-1. Datos Económicos

The image shows the front cover of a publication titled "Análisis y Perspectivas Económicas y Sociales de Venezuela 2006-2009". The logo "ME" and "MetroEconómica" are visible at the top left. The cover features several black and white photographs: a bridge, a person's face, a slum area, a construction site, and a mobile phone displaying a video.

**Análisis y
Perspectivas
Económicas y
Sociales
de Venezuela
2006-2009**

**Reunión de
Subscpridores**

Expositores:
Cristina Rodríguez
Pedro A. Palma
Elba Julieta García
Elsa Cardozo

Caracas, 11 de Julio 2006

Ponentes Invitadas:

Elba Julieta García Terrero.

Elba Julieta García T. es economista, graduada en la Universidad Central de Venezuela en el año 1979, con estudios de Maestría en Ciencia Política en la USB -mención Políticas Públicas; estudios de Gobernabilidad en la UCAB; estudios de especialización de Gerencia en el IESE (Programa Avanzado de Gerencia); curso Gerencia para Resultados en el Desarrollo dictado por el INDES- Banco Interamericano de Desarrollo y Curso de Política Comercial en el GATT hoy Organización Mundial del Comercio (OMC). Ha realizado cursos de negociación tanto en la Universidad de Harvard como en Venezuela.

Dentro del sector público, ejerció una carrera por veinticuatro años, destacándose en las siguientes áreas: se desempeñó en las áreas planificación estratégica y de políticas públicas; alcanzó en su carrera el cargo de Directora General Sectorial de Comercio y Servicios y Vice Ministro encargado y luego, consultora de los Despachos de los Ministros del área económica e industrial y de comercio internacional y finalmente, su último cargo en la administración pública fue de Superintendente Adjunta de Pro-Competencia en el año 2002.

En la década de los noventa tuvo la responsabilidad de coordinar la política comercial implantada a partir del año 1989-1992 y fue responsable durante esos años de las negociaciones comerciales en el marco del Grupo Andino. Participó también como negociadora de la Adhesión de Venezuela en el GATT y en el año 1994 se incorpora como asesora en las negociaciones comerciales en el marco del G-3 y del Acuerdo de la OMC, principalmente en los temas agrícolas y luego se incorporó en los inicios de las negociaciones CAN-MERCOSUR.

Ha participado como conferencista en distintos foros nacionales e internacionales sobre temas comerciales agrícolas. Sus áreas de interés son: Las negociaciones comerciales a nivel internacional y nacional, apoyar los procesos de negociación de las empresas con el gobierno en materia de políticas públicas; la formulación y evaluación de políticas públicas y el desarrollo de los temas públicos vinculados con la gobernabilidad y participación ciudadana tanto en el ámbito local, regional y nacional.

Desde el punto de vista académico ha dictado clases en la Universidad Santa María en la materia de Contabilidad Nacional y en la Universidad Humboldt en el área de Comercio Internacional e Introducción a la Economía y el Centro de Estudios Estratégicos y Relaciones Internacionales le publicó el artículo titulado «Los aspectos fundamentales del ALCA» (2005) Cuaderno N2.

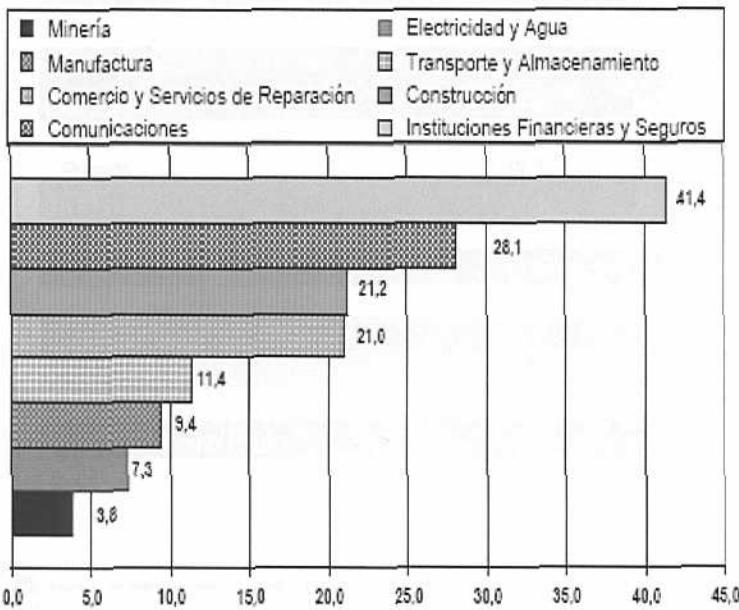
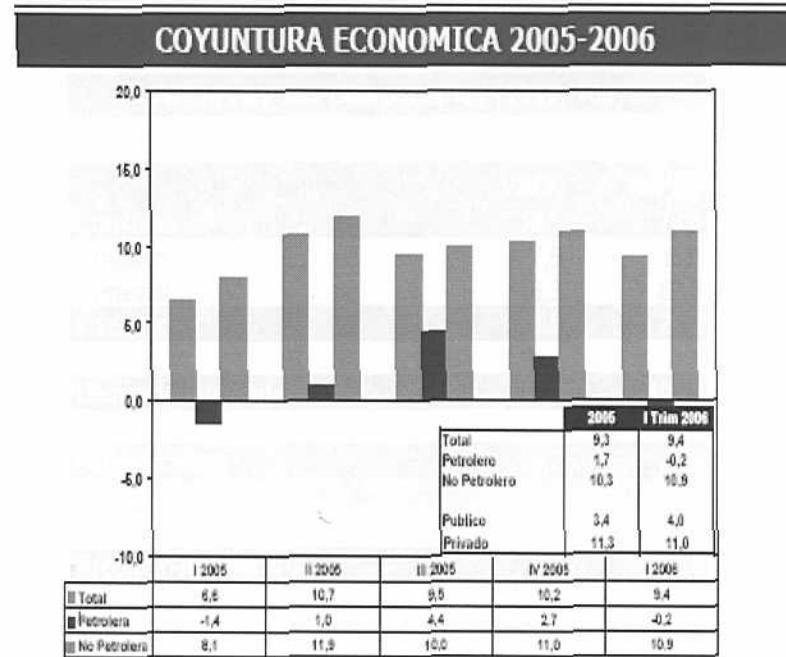
Actualmente se desempeña como consultora independiente de algunas organizaciones empresariales e internacionales en temas vinculados con Políticas Públicas y Negociaciones Internacionales.

Elsa Cardozo

Caraqueña nacida en enero de 1951, es licenciada en Estudios Internacionales y doctora en Ciencias Políticas de la Universidad Central de Venezuela. Como profesora titular en la Escuela de Estudios Internacionales, participó en la fundación y coordinación del programa de Postgrado en Relaciones Internacionales. Desde septiembre de 2005 se desempeña como directora de la Escuela de Estudios Liberales de la Universidad Metropolitana.

Ha sido profesora visitante en Macalester College, Minnesota, dentro del Programa Fulbright; investigadora del Programa Faculty Research for Foreign Scholars del Gobierno de Canadá; profesora visitante en St. John Fisher College, Nueva York, como directora asociada del Programa de Afiliación Fisher - UCV.

Es autora de *Continuidad y consistencia* en quince años de política exterior venezolana (Caracas: UCV, 1992), *Latinoamérica en transición* (Caracas: Panapo, 1995); Esteban Gil Borges (Caracas: Biblioteca Biográfica Venezolana, 2005); y *Cuatro escritos / Cuatro momentos* (Caracas: Libros de El Nacional, en prensa); Coautora y compiladora de *Transformaciones en el estudio de las Relaciones Internacionales* (Caracas: UCV, 1995). De una a otra gobernabilidad (Caracas: UCV, 1997), *Democracy and Human Rights in Latin America* (Westport CT: Praeger, 2002) así como de capítulos en revistas y obras colectivas entre los que destaca «El mundo no es ajeno: el juego de poder visto desde aquí», en Venezuela siglo XX. Visiones y testimonios, editado por Adrián Baptista (Caracas: Fundación Polar, 2000). Desde enero de 2005 es columnista en el diario *El Nacional*.





COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006

2005-PIB y sus Componentes (1997=100)

	Var%	% PIB
Consumo	14,5	78,4
Público	7,5	15,6
Privado	16,3	62,8
Inversión	20,5	28,5
Demandada Agregada Interna	16,0	106,9
Exportaciones	5,2	25,6
Importaciones	30,0	32,5
Producto Interno Bruto	9,3	100,0

2006-PIB y sus Componentes (1997=100)

	Var %	% PIB
Consumo	28,5	80,1
Público	9,2	14,2
Privado	19,3	65,9
Inversión	20,3	25,7
Demandada Agregada Interna	12,8	105,9
Exportaciones	0,2	25,2
Importaciones	12,6	31,0
Producto Interno Bruto	9,4	100,0





COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006

Empleo y Salarios

	2006*	2005	2004	1998
Desempleo	10,8%	12,2%	16,3%	11,0%
Informalidad **	46,8%	47,3%	48,8%	48,8%

* Dicero-Mayo

** Como % de la población ocupada

Mayo 2006

Población Activa	11,302
Empleo	10,000
Sector Formal	5,300
Sector Informal	4,320
Desempleo*	1,218

Miles de personas

* Tasa de desempleo Mayo 2006 11,2%

Valor de la Canasta Alimentaria (Abril 2006)

Bs. 397.615,91

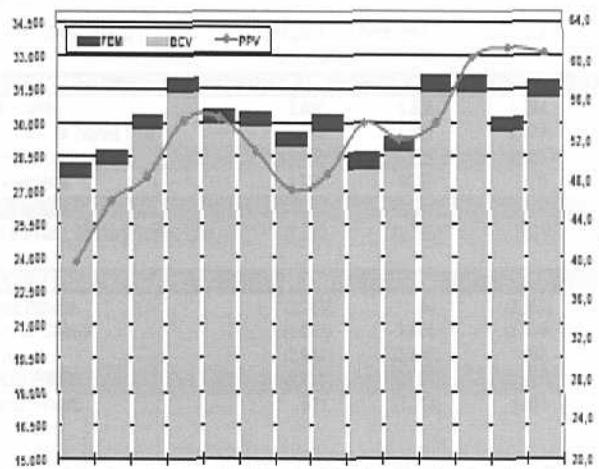
Salario Mínimo (Febrero 2006)

Bs. 465.750,00

Índice de Remuneraciones N° I Trimestre 2006/I Trimestre 2005

	Nominal	Real
Total	20,6	7,1
Sector Privado	17,0	3,5
Sector Público	29,8	15,3

Activos de Reservas Internacionales y Precios del Petróleo



	2003	2004	2005	2006 (Ene-Junio)
Reservas Internacionales (cierre)	21.386	24.280	30.311	31.881
Precio Petróleo (promedio)	26,78	32,81	46,39	57,08



COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006

BALANZA DE PAGOS

RESUMEN GENERAL 2005-2004

(Millones de US \$)

Descripción	2.005	2.004	Var. Absoluta	Var. Relativa
CUENTA CORRIENTE	25.359	13.830	11.529	83,4
Saldo en Bienes	31.532	21.430	10.102	47,1
Exportaciones de Bienes f.o.b.	55.487	35.745	19.742	53,2
Petroleras	48.059	31.917	16.142	50,6
No Petroleras	7.426	6.631	597	6,7
Importaciones de Bienes f.o.b.	(33.955)	(17.315)	(16.640)	38,3
Saldo en Servicio, Renta y Trans. Cte	(6.173)	(7.600)	1.427	(16,8)
CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA	(16.139)	(8.971)	(7.168)	73,9
Inversión Directa	1.497	1.865	(368)	(19,8)
Inversión de Cartera	2.737	(1.943)	4.680	(240,9)
Otra Inversión	(20.373)	(6.694)	(11.479)	129,1
Sector Público	(12.501)	(4.083)	(8.418)	206,2
Sector Privado	(7.872)	(4.611)	(3.061)	63,6
ERRORES Y OMISIONES	(3.763)	(2.961)	(802)	27,1
BALANZA DE PAGOS	5.457	1.898	3.559	187,5

BALANZA DE PAGOS

Primer Trimestre 2006-2005

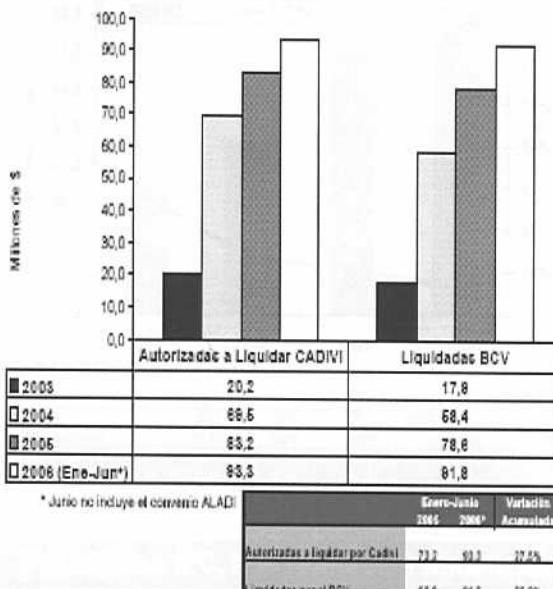
(Millones de US \$)

Descripción	I Trim 2006	I Trim 2005	Var. Absoluta	Var. Relativa
CUENTA CORRIENTE	7.470	4.689	2.781	59,3
Saldo en Bienes	9.800	6.506	3.294	50,6
Exportaciones de Bienes f.o.b.	15.699	11.526	4.173	36,2
Petroleras	13.906	9.805	4.103	41,8
No Petroleras	1.791	1.721	70	4,1
Importaciones de Bienes f.o.b.	(5.699)	(5.000)	(599)	11,8
Saldo en Servicio, Renta y Trans. Cte	(2.330)	(1.799)	(531)	29,5
CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA	(6.268)	(2.555)	(3.712)	145,2
Inversión Directa	(2.243)	44	(2.267)	(5.197,7)
Inversión de Cartera	(1.081)	1.454	(2.535)	(174,3)
Otra Inversión	(2.944)	(3.840)	896	(23,3)
Sector Público	(3.615)	(2.590)	(1.025)	39,6
Sector Privado	671	(1.214)	1.885	(155,3)
ERRORES Y OMISIONES	(158)	(645)	487	(75,5)
BALANZA DE PAGOS	1.044	1.720	(676)	(39,3)

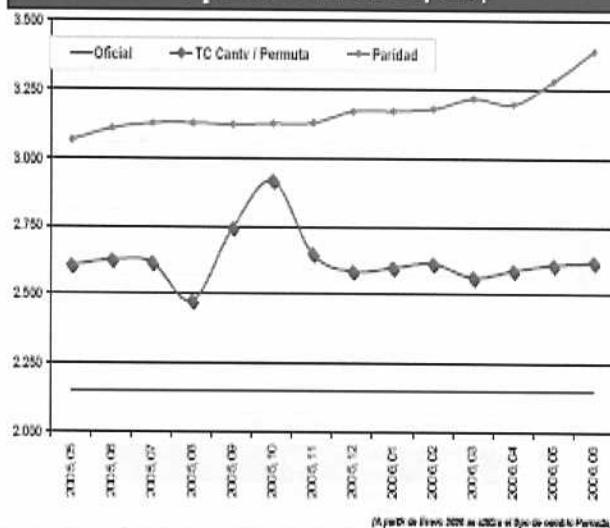


COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006

Divisas Promedios Diarias (US\$ millones/día) CADIVI - BCV

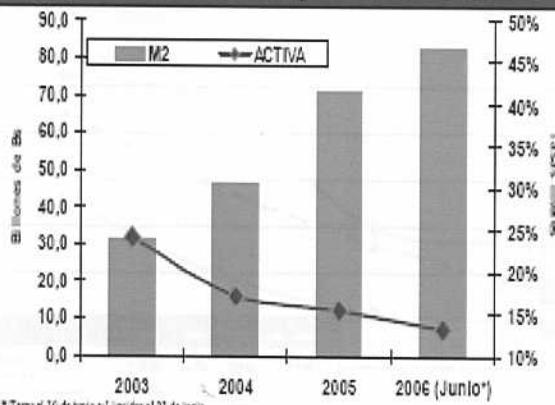


Tipo de Cambio Bs/US\$



COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006

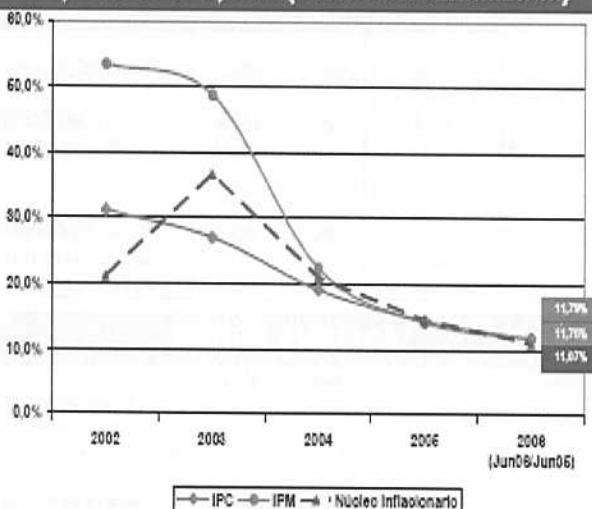
Liquidez Monetaria y Tasas de Interés



	2003	2004	2005	2006 (Mayo/Mayo 05)
Liquidez Monetaria	57,5%	56,4%	55,7%	55,3%
Tasa activa (promedio anual)	24,1%	17,1%	15,8%	14,8%
Tasa pasiva (promedio anual)	12,6%	12,3%	11,7%	10,2%

Fuente: BCV

IPC, Núcleo IPC, IPM (Variación Anualizada)



	2003	2004	2005	Junio 2006/2005
IPC	27,1%	19,2%	14,4%	11,0%
IPM	43,2%	22,5%	14,2%	11,0%
Núcleo Inflacionario	32,7%	21,1%	14,8%	11,1%

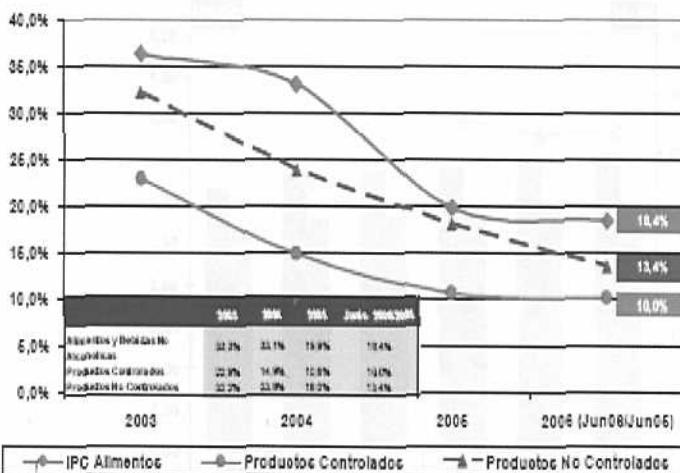


Reunión de Subscriptores / Análisis y Perspectivas Económicas 2006-2009 / Junio 2006





COYUNTURA ECONOMICA 2005-2006



Gestión Fiscal Billones de Bs.				
Descripción:	2006	2005	Var % Ene-Abr 06/05	% del PIB (2005)
Ingresos Ordinarios	32,453	21,276	48,36	7%
Total Egresos	36,651	23,331	55,79	13%
Gastos Operacionales	33,512	19,491	71,93	11%
	0,000			
	0,000			
Financiamiento	6,227	1,456	327,61	2%
Ingresos Extraordinarios	2,484	10,121	-75,46	1%
Var Reservas del Tesoro	3,743	-8,668	-143,20	7%

DEUDA PÚBLICA*

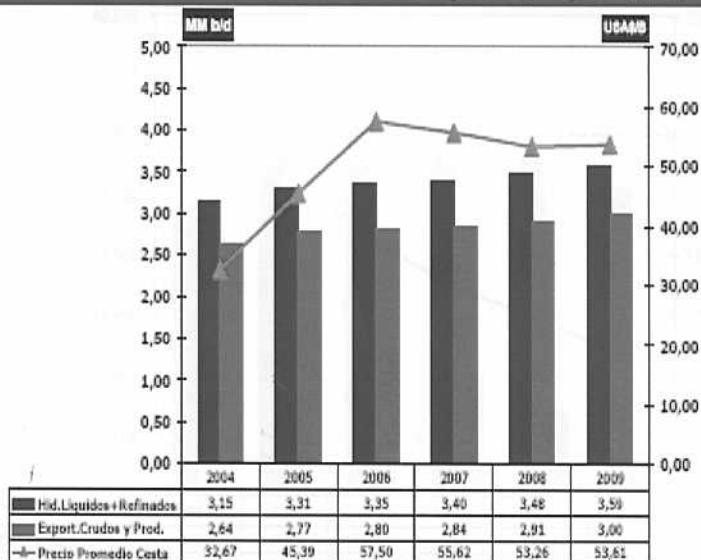
	2006*	2005	2004	2003	1998
Deuda Pública Interna Expresado en Billones de Bs.					
Baldo de Deuda Pública Interna	30,469	33,422	29,531	23,754	23,313
Deuda Pública Externa Expresado en Millones de U\$D					
Balco de Deuda Pública Externa	30,476	31,202	27,479	24,797	23,186
Baldo Deuda/PIB corriente	30,2*	33,7	39,2	47,4	32,6

* Estimaciones de Metrópolis Consultores

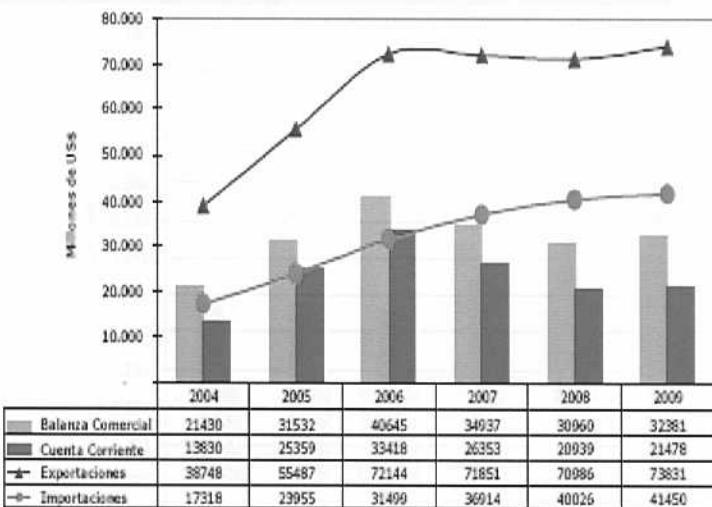


PERSPECTIVAS ECONOMICAS 2006-2009

Mercado Petrolero 2004-2009 (MMB/D y US\$/B)



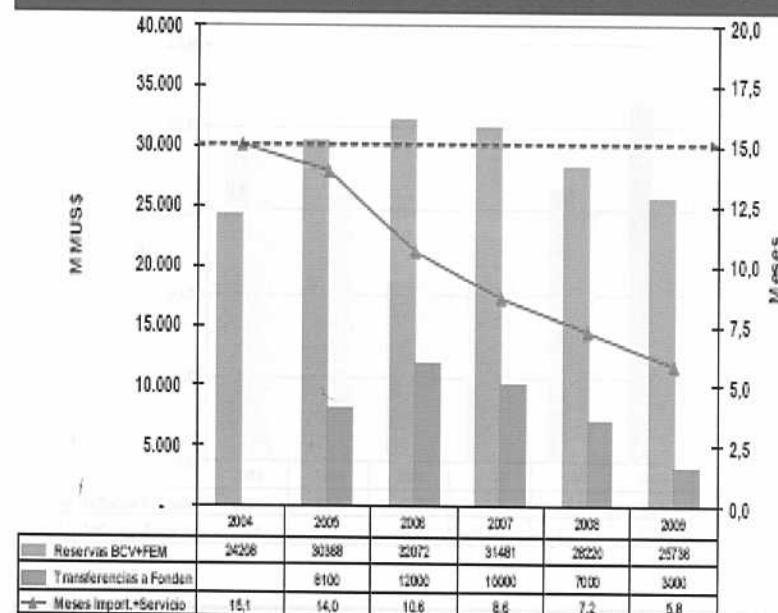
Cuenta Corriente 2004-2009 (MM US\$)



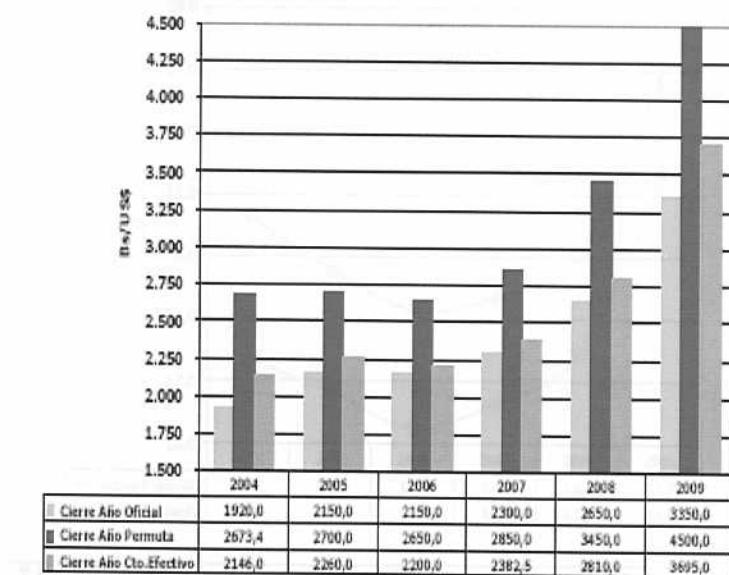


PERSPECTIVAS ECONOMICAS 2006-2009

Reservas Internacionales y Transferencias Fonden 2004-2009



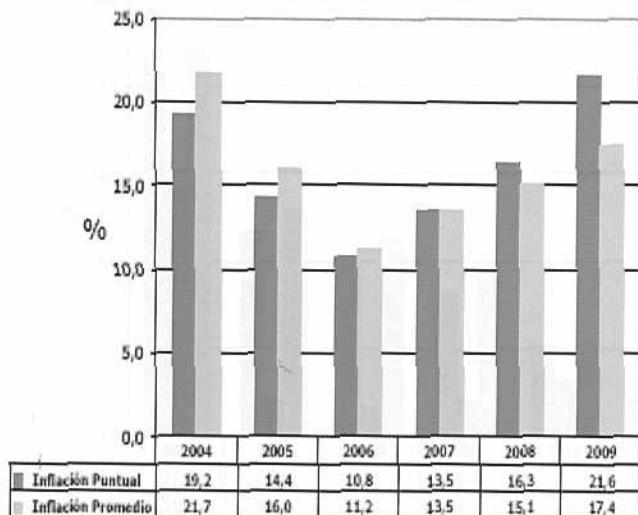
Tipo de Cambio Bs/US\$ 2004-2009



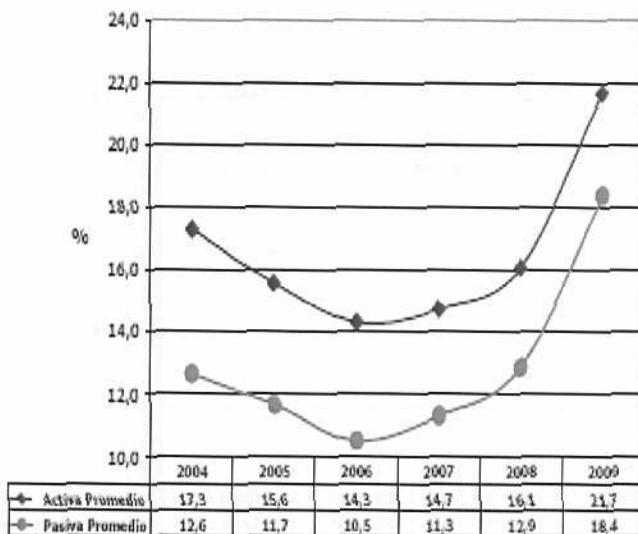


PERSPECTIVAS ECONOMICAS 2006-2009

Inflación Consumidor (%) 2004-2009



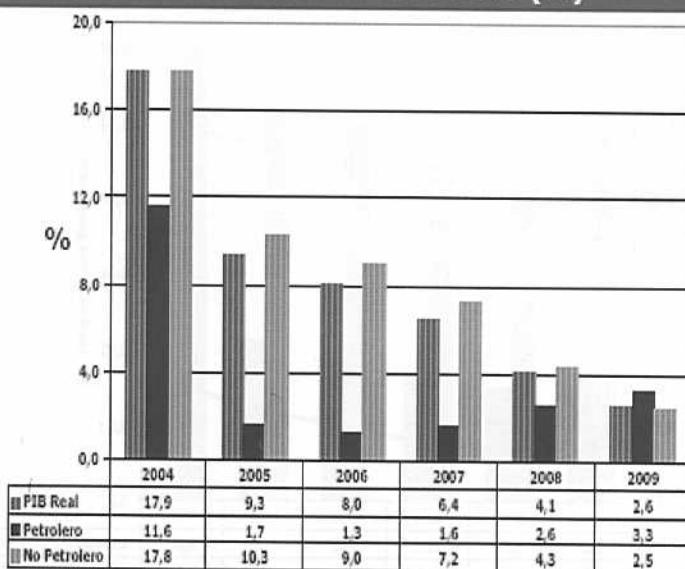
Tasas de Interés (%) 2004-2009



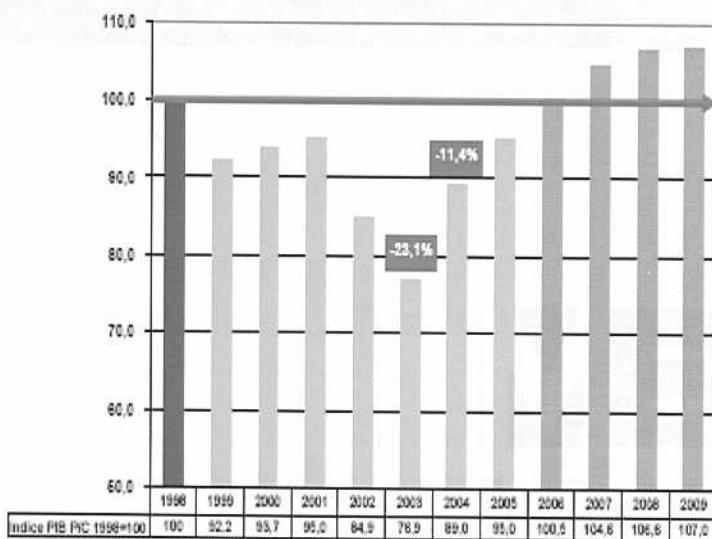


PERSPECTIVAS ECONOMICAS 2006-2009

Actividad Económica 2004-2009 (%)



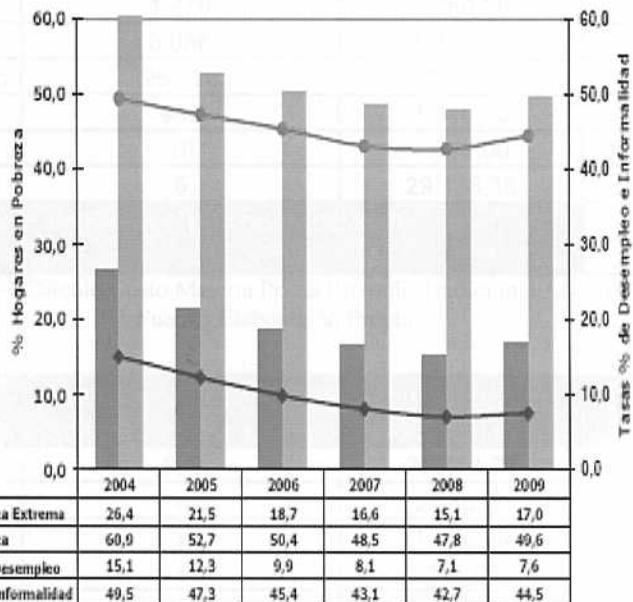
Indice de PIB Per Capita 1998-2009 (1998=100)





PERSPECTIVAS ECONOMICAS 2006-2009

Indicadores Sociales 2004-2009 (%)



MetroEconómica

Anexo VI-2- Costo Materia Prima por Presentación

Costo Materia Prima Brownie Tradicional				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Chocolate	Kg.	772	21.714,28	16.754.680,63
Mantequilla	Kg.	1.479	3.780,00	5.590.222,71
Azúcar	Kg.	3.086	1.300,00	4.012.306,15
Huevos	unidad	25.720	375,00	9.644.966,72
Harina	Kg.	900	1.510,00	1.359.297,31
Sal	Kg.	19	1.085,00	20.929,58
Levadura	Kg.	6	29.136,36	187.346,15
Total Costo Materia Prima Para Brownie Tradicional del 2007				37.569.749,24
Costo Unitario De Brownie Tradicional				486,91

Tabla VI-1 Cálculo Costo Materia Prima Brownie Tradicional Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Costo Materia Prima Brownie con Nueces				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Chocolate	Kg.	598	21.714,28	12.975.429,36
Mantequilla	Kg.	1.145	3.780,00	4.329.270,22
Azúcar	Kg.	2.390	1.300,00	3.107.274,69
Huevos	unidad	19.918	375,00	7.469.410,31
Harina	Kg.	697	1.510,00	1.052.688,89
Sal	Kg.	15	1.085,00	16.208,62
Levadura	Kg.	5	29.136,36	145.087,62
Nueces	Kg.	747	39.990,00	29.870.171,84
Total Costo Materia Prima Para Brownie con Nueces del 2007				58.965.541,55
Costo Unitario Para Brownie con Nueces				986,78

Tabla VI-2 Cálculo Costo Materia Prima Brownie con Nueces Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Costo Materia Prima Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Chocolate Blanco	Kg.	595	37.406,00	22.243.555,82
Mantequilla	Kg.	396	3.780,00	1.498.523,25
Azúcar	Kg.	595	1.300,00	773.047,71
Huevos	unidad	7.929	375,00	2.973.260,42
Harina	Kg.	278	1.510,00	419.031,50
Sal	Kg.	6	1.085,00	6.451,98
Levadura	Kg.	2	29.136,36	57.753,32
Avellanas	Kg.	595	32.435,00	19.287.540,32
Total Costo Materia Prima Para Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas del 2007				47.259.164,32
Costo Unitario Para Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas				1986,84

Tabla VI-3 Cálculo Costo Materia Prima Brownie de Chocolate Blanco con Avellanas Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Costo Materia Prima Galletas con Chispas de Chocolate				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Mantequilla	Kg.	1.194	3.780,00	4.515.190,18
Azúcar	Kg.	896	1.300,00	1.164.632,39
Azúcar Morena	Kg.	1.493	3.450,00	5.151.258,64
Huevos	unidad	11.945	375,00	4.479.355,34
Harina	Kg.	2.688	1.510,00	4.058.295,94
Vainilla	L	18	21.750,00	389.703,91
Sal	Kg.	18	1.085,00	19.440,40
Levadura	Kg.	9	29.136,36	261.024,22
Chispas de Chocolate	Kg.	1.792	27.108,00	48.570.545,81
Total Costo Materia Prima Para Galletas con Chispas de Chocolate del 2007				68.609.446,84
Costo Unitario Para Galletas con Chispas de chocolate				957,30

Tabla VI-4 Cálculo Costo Materia Prima Galleta con Chispas de Chocolate Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Costo Materia Prima Galletas con Nueces				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Mantequilla	Kg.	864	3.780,00	3.265.987,56
Azúcar	Kg.	403	1.300,00	524.170,84
Azúcar Morena	Kg.	864	3.450,00	2.980.861,67
huevos	unidad	5.760	375,00	2.160.044,69
Vainilla	L	17	21.750,00	375.847,78
Harina	Kg.	2.016	1.510,00	3.044.222,98
Sal	Kg.	17	1.085,00	18.749,19
Levadura	Kg.	9	29.136,36	251.743,36
Nueces	Kg.	1.152	39.990,00	46.069.433,06
Total Costo Materia Prima Para Galletas con Nueces del 2007				58.691.061,12
Costo Unitario Para Galletas con Nueces				849,10

Tabla VI-5 Cálculo Costo Materia Prima Galleta con Nueces Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Costo Materia Prima Galletas de Mantequilla				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Mantequilla	Kg.	605	3.780,00	2.287.696,36
Azúcar	Kg.	605	1.300,00	786.773,88
Huevos	Unidad	6.052	375,00	2.269.540,04
Vainilla	L	18	21.750,00	394.899,97
Harina	Kg.	1.210	1.510,00	1.827.736,24
Sal	Kg.	18	1.085,00	19.699,61
Nueces	Kg.	605	39.990,00	24.202.374,97
Total Costo Materia Prima Para Galletas de Mantequilla del 2007				31.788.721,07
Costo Unitario Para Galletas de Mantequilla				875,42

Tabla VI-6 Cálculo Costo Materia Prima Galleta de Mantequilla Año 2007

Fuente: Elaboración Propia



Costo Materia Prima Galletas de Avena con Pasas				
Materia Prima	Unidad	Cantidad Estimada Anual	Precio Unidad(Bs.)	Total Costo Anual
Mantequilla	Kg.	823	3.780,00	3.110.464,35
Azúcar Morena	Kg.	1.029	3.480,00	3.579.502,62
Huevos	Unidad	8.229	375,00	3.085.778,12
Vainilla	L	12	21.750,00	268.462,70
Harina	Kg.	1.029	1.510,00	1.553.174,99
Levadura	Kg.	6	29.136,36	179.816,68
Canela	Kg.	12	120.000,00	1.481.173,50
Pasas	Kg.	823	5.370,00	4.418.834,27
Avena	Kg.	1.646	2.775,00	4.566.951,62
Total Costo Materia Prima Para Galletas de Avena con Pasas del 2007				22.244.158,85
Costo Unitario Galletas de Avena y Pasas				450,54

Tabla VI-7 Cálculo Costo Materia Prima Galleta de Avena con Pasas Año 2007

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-3- Cálculo de Mano de Obra Directa e Indirecta

- Nomina Personal Obrero

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	700.000,20	23.333,34	933.333,60	0,00	0,00	350.000,10	9.683.336,10
2008	805.000,23	26.833,34	1.610.000,46	187.833,39	53.666,68	402.500,12	11.914.003,40
2009	925.750,26	30.858,34	1.851.500,53	246.866,74	123.433,37	462.875,13	13.793.678,94
2010	1.064.612,80	35.487,09	2.129.225,61	319.383,84	212.922,56	532.306,40	15.969.192,06
2011	1.224.304,72	40.810,16	2.448.609,45	408.101,57	326.481,26	612.152,36	18.487.001,34

Tabla VI-8 Cálculo Nomina Personal Obrero

Fuente: Elaboración Propia

- Nomina Supervisor de Producción

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	1.200.000,00	40.000,00	1.600.000,00	0,00	0,00	600.000,00	16.640.000,00
2008	1.380.000,00	46.000,00	2.760.000,00	322.000,00	92.000,00	690.000,00	20.470.000,00
2009	1.587.000,00	52.900,00	3.174.000,00	423.200,00	211.600,00	793.500,00	23.699.200,00
2010	1.825.050,00	60.835,00	3.650.100,00	547.515,00	365.010,00	912.525,00	27.436.585,00
2011	2.098.807,50	69.960,25	4.197.615,00	699.602,50	559.682,00	1.049.403,75	31.761.953,50

Tabla VI-9 Cálculo Nomina Supervisor de Producción

Fuente: Elaboración Propia



- Nomina Encargado de Mantenimiento

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	512.000,00	17.066,67	682.666,67	0,00	0,00	256.000,00	7.082.666,67
2008	588.800,00	19.626,67	1.177.600,00	137.386,67	39.253,33	294.400,00	8.714.240,00
2009	677.120,00	22.570,67	1.354.240,00	180.565,33	90.282,67	338.560,00	10.089.088,00
2010	778.688,00	25.956,27	1.557.376,00	233.606,40	155.737,60	389.344,00	11.680.320,00
2011	895.491,20	29.849,71	1.790.982,40	298.497,07	238.797,65	447.745,60	13.521.917,12

Tabla VI-10 Cálculo Nomina Encargado de Mantenimiento

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-4 Calculo Costo de Servicio

Concepto	Unidad	Requerimiento Estimado	Costo Unitario	Total
Café	Kg.	2.468,32	11.850,00	29.249.639,22
Agua	L	35.259,16	1,10	38.785,08
Refresco	Concentrado 10 L	62,00	250.000,00	15.500.000,00
Total Costo Servicio Año 2007				44.788.424,30

Tabla VI-11 Cálculo Costo de Servicio

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI- 5 Calculo Costo de Acarreo

- Salario Transportista y Ayudante Transportista

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	650.000,00	21.666,67	866.666,67	0,00	0,00	325.000,00	8.991.666,67
2008	747.500,00	24.916,67	1.495.000,00	174.416,67	49.833,33	373.750,00	11.063.000,00
2009	859.625,00	28.654,17	1.719.250,00	229.233,33	114.616,67	429.812,50	12.808.412,50
2010	988.568,75	32.952,29	1.977.137,50	296.570,63	197.713,75	494.284,38	14.828.531,25
2011	1.136.854,06	37.895,14	2.273.708,13	378.951,35	303.161,08	568.427,03	17.166.496,34

Tabla VI-12 Nomina Transportista y Ayudante

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-6- Cálculo Costos Materiales Indirectos

Materiales	Unidad	Requerimiento Estimado	Costo Unitario	Total
Vasos 90 cc	Unidad	240.527,62	29,35	7.059.485,55
Vasos 150cc	Unidad	90.744,51	47,35	4.296.752,54
Vasos 16 oz.	Unidad	121.313,50	145,35	17.632.916,77
Vasos 21 oz.	Unidad	88.364,15	187,35	16.555.023,89
Vasos 32 oz.	Unidad	47.177,47	283,35	13.367.736,41
Servilletas	Unidad	777.355,00	9,27	7.206.080,85
Bolsas cartón	Unidad	388.677,50	20,00	7.773.550,00
Azúcar	Unidad	422.016,64	15,00	6.330.249,55
Total Costo Materiales Indirectos Año 2007				80.221.795,56

Tabla VI-13 Cálculo Costo Materiales Indirectos

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-7- Cálculo Gastos Personal Administrativo

- Nomina Gerente General

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	2.700.000,00	90.000,00	3.600.000,00	0,00	0,00	1.350.000,00	37.440.000,00
2008	3.105.000,00	103.500,00	6.210.000,00	724.500,00	207.000,00	1.552.500,00	46.057.500,00
2009	3.570.750,00	119.025,00	7.141.500,00	952.200,00	476.100,00	1.785.375,00	53.323.200,00
2010	4.106.362,50	136.878,75	8.212.725,00	1.231.908,75	821.272,50	2.053.181,25	61.732.316,25
2011	4.722.316,88	157.410,56	9.444.633,75	1.574.105,63	1.259.284,50	2.361.158,44	71.464.395,38

Tabla VI-14 Cálculo Nomina Gerente General

Fuente: Elaboración Propia

- Nomina Supervisor de Comercialización

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	1.200.000,00	40.000,00	1.600.000,00	0,00	0,00	600.000,00	16.640.000,00
2008	1.380.000,00	46.000,00	2.760.000,00	322.000,00	92.000,00	690.000,00	20.470.000,00
2009	1.587.000,00	52.900,00	3.174.000,00	423.200,00	211.600,00	793.500,00	23.699.200,00
2010	1.825.050,00	60.835,00	3.650.100,00	547.515,00	365.010,00	912.525,00	27.436.585,00
2011	2.098.807,50	69.960,25	4.197.615,00	699.602,50	559.682,00	1.049.403,75	31.761.953,50

Tabla VI-15 Cálculo Nomina Supervisor de Comercialización

Fuente: Elaboración Propia

- Nomina Vendedores y Cajeros

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	650.000,00	21.666,67	866.666,67	0,00	0,00	325.000,00	8.991.666,67
2008	747.500,00	24.916,67	1.495.000,00	174.416,67	49.833,33	373.750,00	11.063.000,00
2009	859.625,00	28.654,17	1.719.250,00	229.233,33	114.616,67	429.812,50	12.808.412,50
2010	988.568,75	32.952,29	1.977.137,50	296.570,63	197.713,75	494.284,38	14.828.531,25
2011	1.136.854,06	37.895,14	2.273.708,13	378.951,35	303.161,08	568.427,03	17.166.496,34

Tabla VI-16 Cálculo Nomina Vendedores y Cajeros

Fuente: Elaboración Propia

- Nomina Contador

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	1.200.000,00	40.000,00	1.600.000,00	0,00	0,00	600.000,00	16.640.000,00
2008	1.380.000,00	46.000,00	2.760.000,00	322.000,00	92.000,00	690.000,00	20.470.000,00
2009	1.587.000,00	52.900,00	3.174.000,00	423.200,00	211.600,00	793.500,00	23.699.200,00
2010	1.825.050,00	60.835,00	3.650.100,00	547.515,00	365.010,00	912.525,00	27.436.585,00
2011	2.098.807,50	69.960,25	4.197.615,00	699.602,50	559.682,00	1.049.403,75	31.761.953,50

Tabla VI-17 Cálculo Nomina Contador

Fuente: Elaboración Propia

- Nomina Secretaria

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	900.000,00	30.000,00	1.200.000,00	0,00	0,00	450.000,00	7.500.000,00
2008	1.035.000,00	34.500,00	2.070.000,00	241.500,00	69.000,00	517.500,00	9.625.500,00
2009	1.190.250,00	39.675,00	2.380.500,00	317.400,00	158.700,00	595.125,00	11.188.350,00
2010	1.368.787,50	45.626,25	2.737.575,00	410.636,25	273.757,50	684.393,75	13.003.481,25
2011	1.574.105,63	52.470,19	3.148.211,25	524.701,88	419.761,50	787.052,81	15.111.414,00

Tabla VI-18 Cálculo Nomina Secretaria

Fuente: Elaboración Propia



• Nomina Encargados de Limpieza

Año	Salario Mensual	Salario Diario	Prestaciones	Bono Vacacional	Fracción Adicional por Prestaciones Sociales	Utilidades	Paquete Anual
2007	512.000,00	17.066,67	682.666,67	0,00	0,00	256.000,00	7.082.666,67
2008	588.800,00	19.626,67	1.177.600,00	137.386,67	39.253,33	294.400,00	8.714.240,00
2009	677.120,00	22.570,67	1.354.240,00	180.565,33	90.282,67	338.560,00	10.089.088,00
2010	778.688,00	25.956,27	1.557.376,00	233.606,40	155.737,60	389.344,00	11.680.320,00
2011	895.491,20	29.849,71	1.790.982,40	298.497,07	238.797,65	447.745,60	13.521.917,12

Tabla VI-19 Cálculo Nomina Encargados de Limpieza

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-8- Cálculo Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		545.532.361,71	834.723.950,76	1.127.681.016,84	1.830.777.604,67	2.542.163.751,24
Depreciación Eq. Producción		27.285.099,53	27.285.099,53	27.285.099,53	27.285.099,53	27.285.099,53
Depreciación Eq. Oficina		4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91
Amortización deuda		0	0	-354.106.832,28	-354.106.832,28	-354.106.832,28
inversiones	-1.162.320.497					
Flujo de caja	-1.162.320.497	576.870.935,15	866.062.524,20	804.912.757,99	1.508.009.345,82	2.219.395.492,39

TMAR	24%
VPN	1.683.221.670,75
TIR	68,71%

Tabla VI-20 Cálculo Indicadores Financieros

Fuente: Elaboración Propia

Anexo VI-9 Periodo de Recuperación

Inversión Inicial	Utilidad Neta 2007	Utilidad Neta 2008	Utilidad Neta 2009	Utilidad Neta 2010	Utilidad Neta 2011
- 1.160.737.934,00	545.532.361,71	834.723.950,76	1.127.681.016,84	1.830.777.604,67	2.542.163.751,24
Restante	- 615.205.572,29	219.518.378,47	N/A	N/A	N/A
Utilidad Mensual	45.461.030,14	69.560.329,23	93.973.418,07	152.564.800,39	211.846.979,27
Meses	12	9			
Total Meses		21			

Tabla VI-21 Cálculo Periodo de Recuperación

Fuente: Elaboración Propia



Anexo VI-10- Punto de Equilibrio

Brownies		
Año	Costo Fijo	Costo Variable
2007	81.215.554	1.477
2008	94.840.947,07	1.609,86
2009	109.671.019,40	1.919,33
2010	127.194.417,15	2.257,07
2011	147.911.553,26	2.714,70

Tabla VI-22 Cálculo de Costos Brownies

Fuente: Elaboración Propia

Punto Equilibrio Brownies 2007

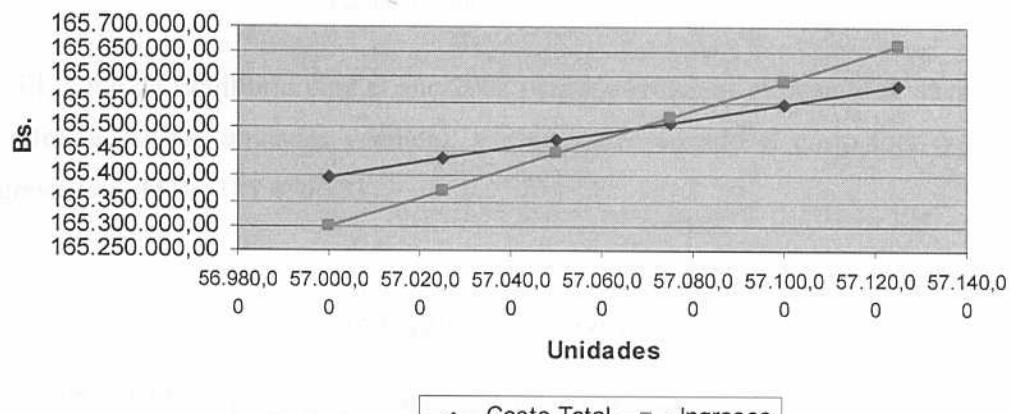


Gráfico VI-1 Punto de Equilibrio Brownies 2007

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2007 para los brownies es cuando se alcance la cifra de 57.074 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 165.514.600

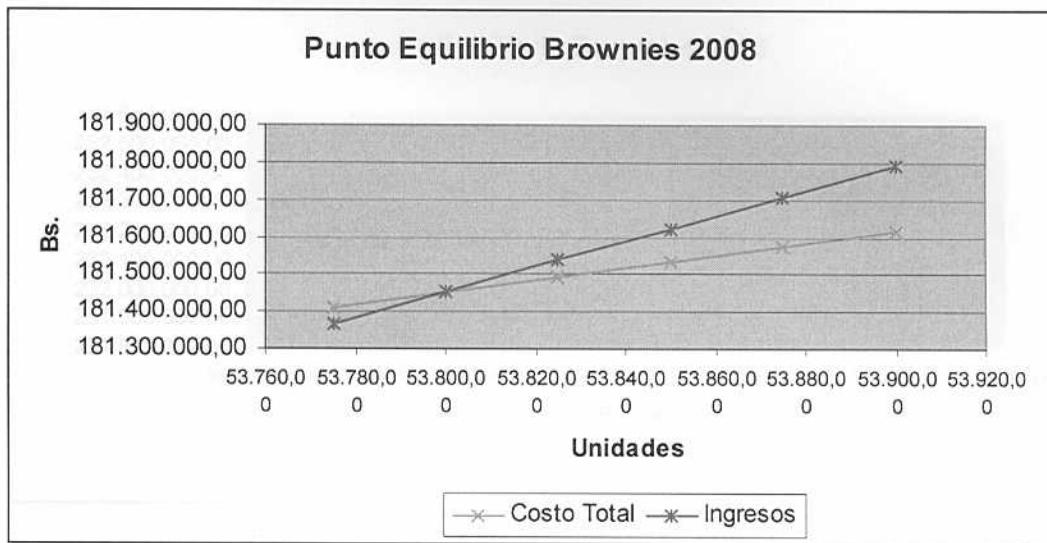


Gráfico VI-2 Punto de Equilibrio Brownies 2008

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2008 para los brownies es cuando se alcance la cifra de 53.801 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 181.470.773

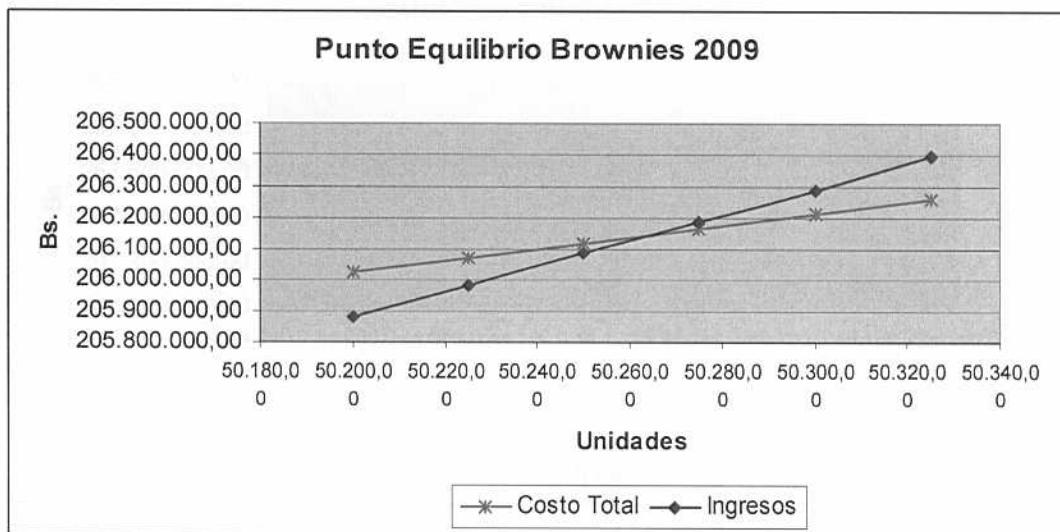


Gráfico VI-3 Punto de Equilibrio Brownies 2009

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2009 para los brownies es cuando se alcance la cifra de 50.265 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 206.146.818

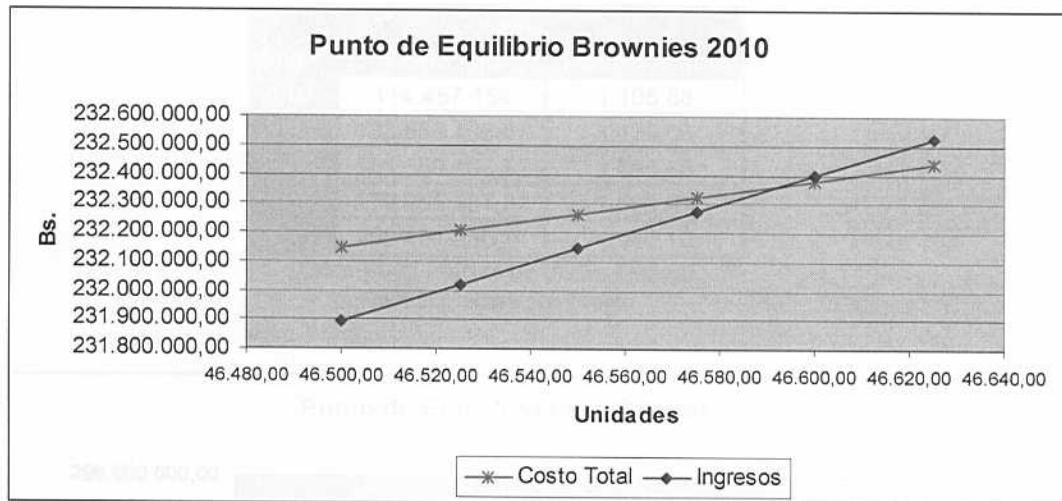


Gráfico VI-4 Punto de Equilibrio Brownies 2010

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2010 para los brownies es cuando se alcance la cifra de 46.592 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 232.357.100

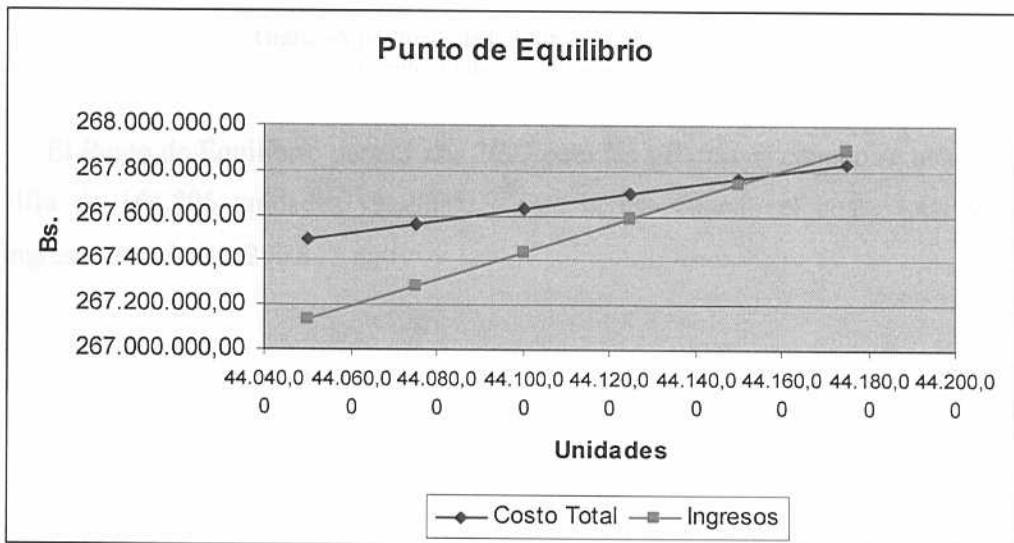


Gráfico VI-5 Punto de Equilibrio Brownies 2011

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2011 para los brownies es cuando se alcance la cifra de 44.159 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 267.791.658

Galletas		
Año	Costo Fijo	Costo Variable
2007	114.457.154	1.105,88
2008	133.659.433,07	1.179,06
2009	154.559.467,52	1.395,48
2010	179.255.207,92	1.620,07
2011	208.451.886,71	1.940,10

Tabla VI-23 Cálculo de Costos Galletas

Fuente: Elaboración Propia

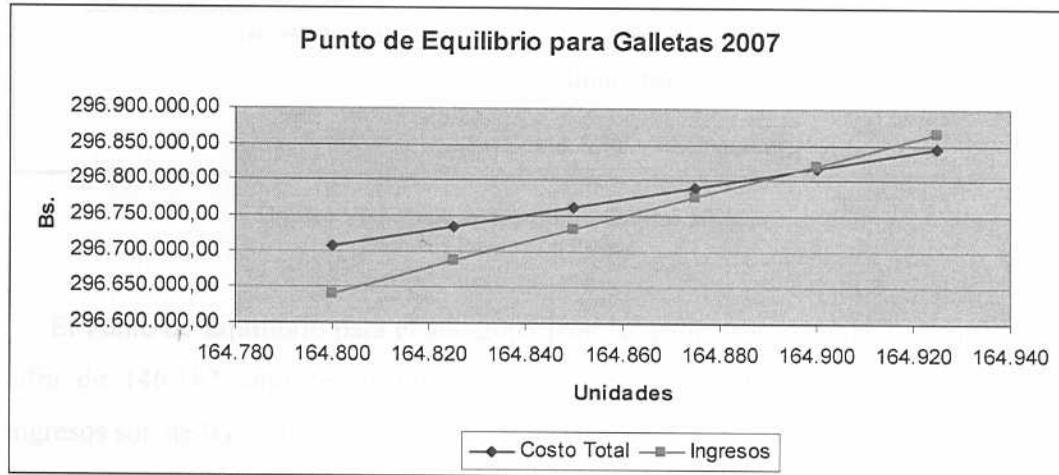


Gráfico VI-6 Punto de Equilibrio Galletas 2007

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2007 para las galletas es cuando se alcance la cifra de 164.896 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 296.812.800

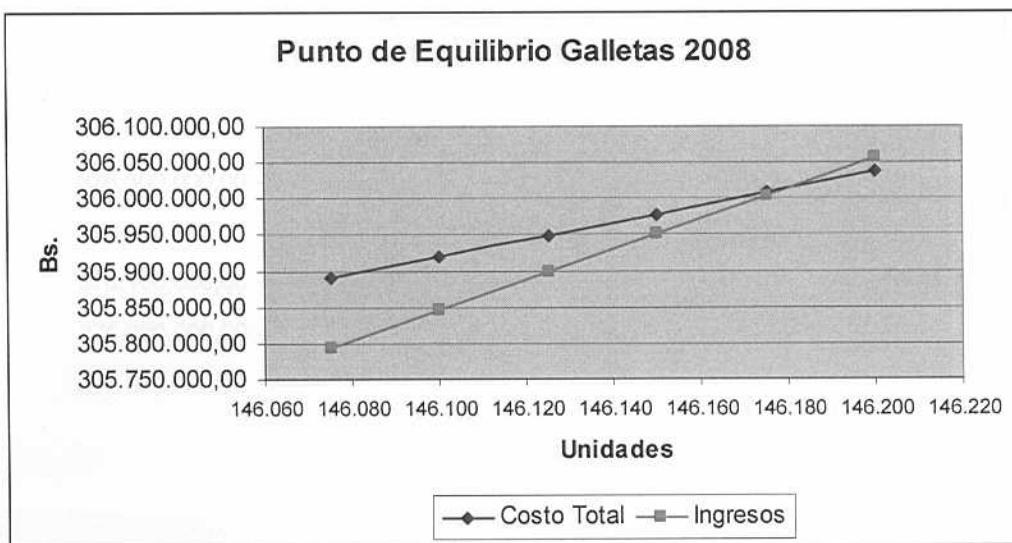


Gráfico VI-7 Punto de Equilibrio Galletas 2008

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2008 para las galletas es cuando se alcance la cifra de 146.182 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 306.017.399

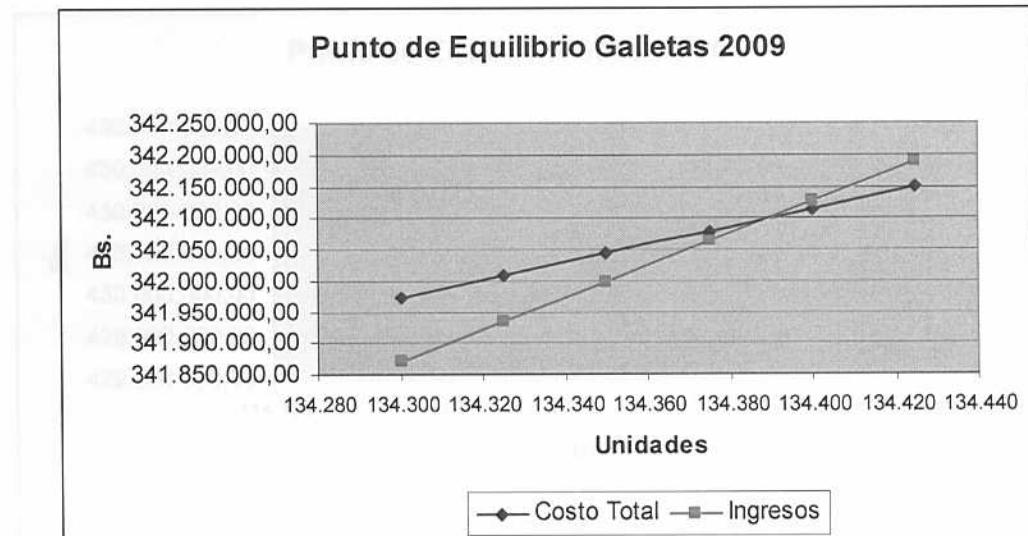


Gráfico VI-8 Punto de Equilibrio Galletas 2009

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2009 para las galletas es cuando se alcance la cifra de 134.390 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 342.099.153

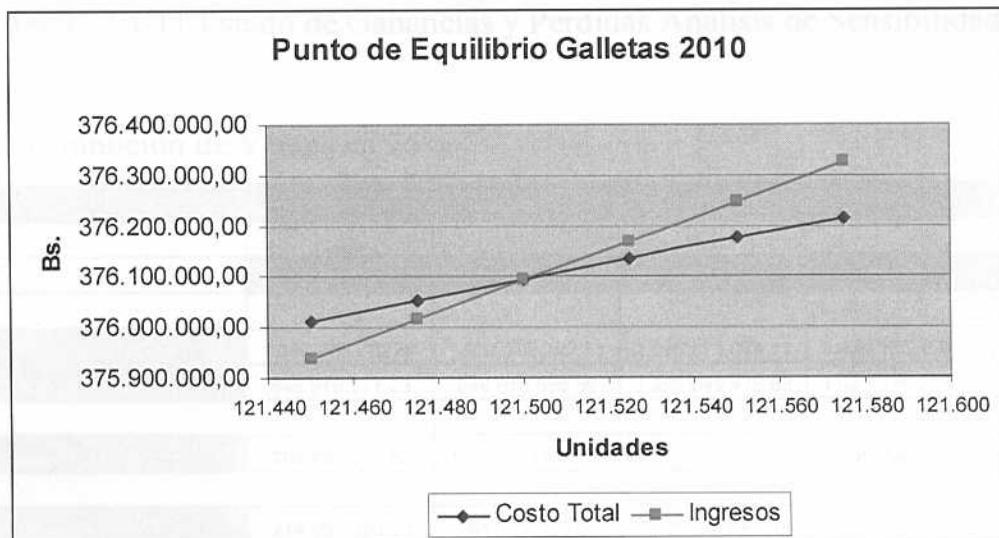


Gráfico VI-9 Punto de Equilibrio Galletas 2010

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2010 para las galletas es cuando se alcance la cifra de 121.501 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 376.095.411

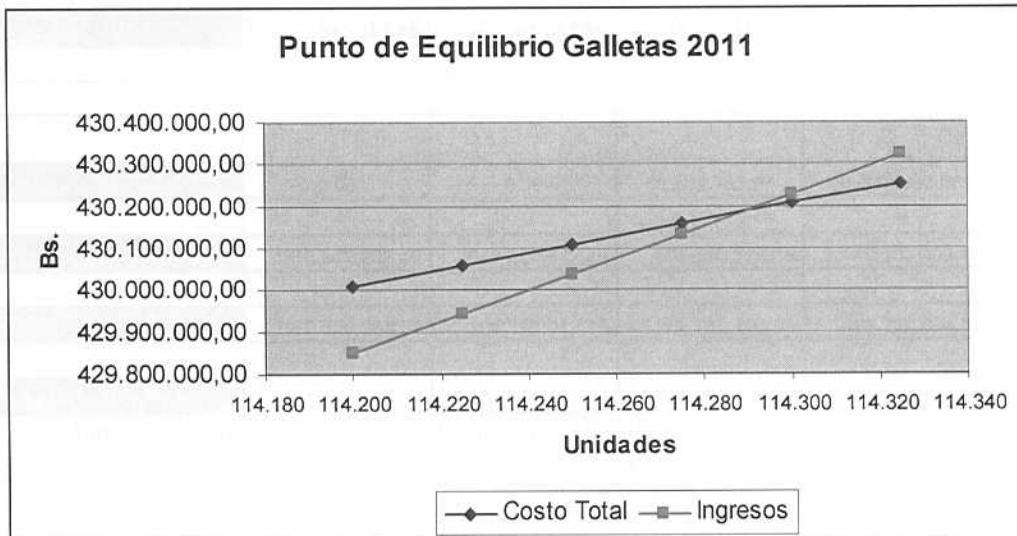


Gráfico VI-10 Punto de Equilibrio Galletas 2011

Fuente: Elaboración Propia

El Punto de Equilibrio para el año 2011 para las galletas es cuando se alcance la cifra de 114.288 unidades vendidas, y esta ocurre cuando el costo total y los ingresos son de Bs. 430.182.317

Anexo VI-11 Estado de Ganancias y Pérdidas Análisis de Sensibilidad

Disminución de Ventas en 25%

	Estado de Ganancias y Pérdidas (Caso Disminución Ventas 25%)				
	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas	1.351.865.762,86	1.957.396.727,51	2.630.871.074,17	3.974.166.466,41	5.337.195.740,90
Menos: Costo de Ventas	645.810.771,23	949.013.688,66	1.266.649.476,68	1.923.336.283,00	2.579.134.400,66
Utilidad Bruta	706.054.991,63	1.008.383.038,85	1.364.221.597,48	2.050.830.183,41	2.758.061.340,24
Gastos Administrativos	214.601.333,33	261.511.320,00	305.738.299,60	357.568.220,79	418.334.131,13
Gastos Publicidad	25.000.000,00	30.000.000,00	35.000.000,00	40.000.000,00	45.000.000,00
Gastos Mantenimiento	428.750,99	498.637,40	606.343,07	737.313,18	896.572,82
Gastos Oficina y Funcionamiento	2.400.000,00	2.791.200,00	3.394.099,20	4.127.224,63	5.018.705,15
Gasto en Seguros	1.429.169,95	1.662.124,65	2.021.143,58	2.457.710,59	2.988.576,08
Depreciación Equipos Oficina	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91
Gasto Comunicación	10.200.000,00	11.862.600,00	14.424.921,60	17.540.704,67	21.329.496,87
Alquiler	72.000.000,00	83.736.000,00	101.822.976,00	123.816.738,82	150.561.154,40
Total Gastos	330.112.728,18	396.115.355,96	467.061.256,96	550.301.386,57	648.182.110,35
Utilidad Operativa	375.942.263,46	612.267.682,89	897.160.340,52	1.500.528.796,83	2.109.879.229,88
<hr/>					
Otros Egresos					
Intereses Financieros	0,00	0,00	65.509.763,97	51.345.490,68	37.181.217,39
Utilidad Antes de ISLR	375.942.263,46	612.267.682,89	831.650.576,55	1.449.183.306,15	2.072.698.012,49
Impuesto (34%)	127.820.369,57	208.171.012,18	282.761.196,03	492.722.324,09	704.717.324,25
Utilidad Neta	248.121.893,88	404.096.670,71	548.889.380,52	956.460.982,06	1.367.980.688,24

Tabla VI-23 Estado de Ganancias y Pérdidas con Disminución de Ventas en un 25%

Fuente: Elaboración Propia



Disminución de ventas en 30 %

Estado de ganancias y pérdidas (caso disminución ventas 30%)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas	1.261.741.378,67	1.826.903.612,34	2.455.479.669,22	3.709.222.035,31	4.981.382.691,50
Menos: Costo de Ventas	645.810.771,23	949.013.688,66	1.266.649.476,68	1.923.336.283,00	2.579.134.400,66
Utilidad bruta	615.930.607,44	877.889.923,68	1.188.830.192,54	1.785.885.752,31	2.402.248.290,84
Gastos Administrativos	214.601.333,33	261.511.320,00	305.738.299,60	357.568.220,79	418.334.131,13
Gastos Publicidad	25.000.000,00	30.000.000,00	35.000.000,00	40.000.000,00	45.000.000,00
Gastos Mantenimiento	428.750,99	498.637,40	606.343,07	737.313,18	896.572,82
Gastos Oficina y Funcionamiento	2.400.000,00	2.791.200,00	3.394.099,20	4.127.224,63	5.018.705,15
Gasto en Seguros	1.429.169,95	1.662.124,65	2.021.143,58	2.457.710,59	2.988.576,08
Depreciación Equipos Oficina	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91
Gasto Comunicación	10.200.000,00	11.862.600,00	14.424.921,60	17.540.704,67	21.329.496,87
Alquiler	72.000.000,00	83.736.000,00	101.822.976,00	123.816.738,82	150.561.154,40
Total Gastos	330.112.728,18	396.115.355,96	467.061.256,96	550.301.386,57	648.182.110,35
Utilidad Operativa	285.817.879,26	481.774.567,72	721.768.935,58	1.235.584.365,74	1.754.066.180,49
Otros Egresos					
Intereses financieros	0,00	0,00	65.509.763,97	51.345.490,68	37.181.217,39
Utilidad Antes de ISLR	285.817.879,26	481.774.567,72	656.259.171,61	1.184.238.875,06	1.716.884.963,10
Impuesto (34%)	97.178.078,95	163.803.353,03	223.128.118,35	402.641.217,52	583.740.887,45
Utilidad Neta	188.639.800,31	317.971.214,70	433.131.053,26	781.597.657,54	1.133.144.075,64

Tabla VI-24 Estado de Ganancias y Pérdidas con Disminución de Ventas en un 30%

Fuente: Elaboración Propia

Disminución de Ventas en 20 % y Aumento de Costos Variables en 20%

Estado de ganancias y pérdidas (caso disminución ventas 20% y aumento de costos variables en 20%)					
	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas	1.441.990.147,05	2.087.889.842,68	2.806.262.479,11	4.239.110.897,50	5.693.008.790,29
Menos: Costo de Ventas	735.838.383,80	1.093.116.350,37	1.467.133.274,64	2.246.713.614,59	3.023.688.592,80
Utilidad Bruta	706.151.763,26	994.773.492,31	1.339.129.204,47	1.992.397.282,91	2.669.320.197,49
Gastos Administrativos	214.601.333,33	261.511.320,00	305.738.299,60	357.568.220,79	418.334.131,13
Gastos Publicidad	25.000.000,00	30.000.000,00	35.000.000,00	40.000.000,00	45.000.000,00
Gastos Mantenimiento	428.750,99	498.637,40	606.343,07	737.313,18	896.572,82
Gastos Oficina y Funcionamiento	2.400.000,00	2.791.200,00	3.394.099,20	4.127.224,63	5.018.705,15
Gasto en Seguros	1.429.169,95	1.662.124,65	2.021.143,58	2.457.710,59	2.988.576,08
Depreciación Equipos Oficina	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91	4.053.473,91
Gasto Comunicación	10.200.000,00	11.862.600,00	14.424.921,60	17.540.704,67	21.329.496,87
Alquiler	72.000.000,00	83.736.000,00	101.822.976,00	123.816.738,82	150.561.154,40
Total Gastos	330.112.728,18	396.115.355,96	467.061.256,96	550.301.386,57	648.182.110,35
Utilidad Operativa	376.039.035,08	598.658.136,35	872.067.947,51	1.442.095.896,34	2.021.138.087,14
Otros Egresos					
Intereses Financieros	0,00	0,00	65.509.763,97	51.345.490,68	37.181.217,39
Utilidad Antes de ISLR	376.039.035,08	598.658.136,35	806.558.183,54	1.390.750.405,66	1.983.956.869,75
Impuesto (34%)	127.853.271,93	203.543.766,36	274.229.782,40	472.855.137,92	674.545.335,71
Utilidad Neta	248.185.763,15	395.114.369,99	532.328.401,14	917.895.267,73	1.309.411.534,03

Tabla VI-25 Estado de Ganancias y Pérdidas con Disminución de Ventas en un 20% y Aumento de Costo

Variables en 20%

Fuente: Elaboración Propia



Anexo VI-12 Perfil VPN

Reducción Precio	VPN
0,00%	1.683.221.670,75
15,00%	726.931.867,68
20,00%	408.168.599,99
22,00%	280.663.292,92
24,00%	153.157.985,84
26,00%	25.652.678,76
27,00%	-38.099.974,77
28,00%	-101.852.628,31
30,00%	-229.357.935,39
32,00%	-356.863.242,46

Tabla VI-26 Perfil VPN

Fuente: Elaboración Propia

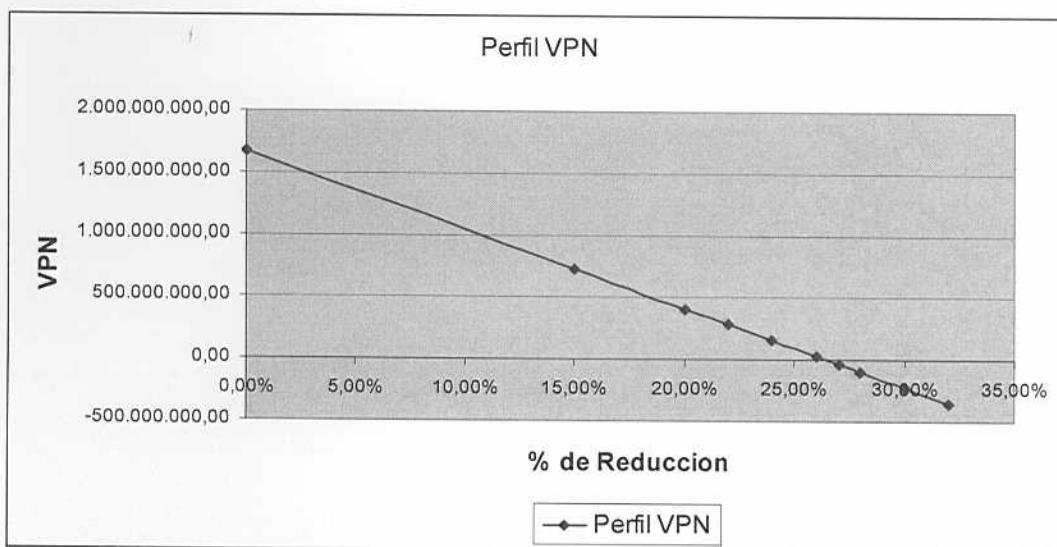


Grafico VI-11 Perfil VPN

Fuente: Elaboración Propia