



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMELOS
LAXANTES DE PITAHAYA “PYTACANDY”**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Negocios**

JUDITH JACKELINNY TORRES JERI

(0000-0002-1703-8705)

Lima – Perú

2023

A mi esposo, quien me apoyo y me motivo siempre, para poder culminar este reto, a mi madre por ser una mujer guerrera y enseñarme a nunca rendirme, a superar los obstáculos que se atraviesan en mi camino, a mis hijos por ser mi inspiración para lograr este objetivo y a toda mi familia por creer siempre en mí.

Torres Jeri, Judith

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo tiene como finalidad validar la viabilidad del proyecto realizado. Hemos trabajado diferentes capítulos, plan estratégico, análisis del mercado, las cuatro P, plan de producción y comercialización y concluimos con el plan de inversión o financiero. Para poder lograr posicionarnos en el mercado objetivo, estableciendo estrategias para poder llegar al cliente. Pytacandy, son caramelos de pitahaya para mejorar la regulación intestinal en los niños, ya que es una fruta que ofrece muchos beneficios nutricionales, vitaminas, fibra. El estreñimiento es una problemática que ha aumentado debido a distintos problemas como el estrés generado por el confinamiento, y no poder realizar las actividades que se realizaban con normalidad, y a su vez existe más preocupación por consumir alimentos de origen natural. El público objetivo son niños de 5 a 17 años que padezcan de este mal mencionado anteriormente, que viven en las zonas 2,7 y 8, además realizamos un análisis del macro entorno y encuestas y como resultado hemos obtenido la información que a la hora de realizar sus compras muchas más personas lo realizan de manera online, y que están dispuestas a pagar por el servicio de delivery .Este es un factor que nos favorece ya que venderíamos los caramelos de manera online y trabajaríamos con motorizados para que realicen el delivery, contaremos con cuatro tipo de presentaciones de contenido , ofreceremos bolsas que contienen 10 caramelos, de 25 caramelos, de 50 caramelos y de 100 caramelos, lo cual el precio varía según la cantidad de contenido que lleve el envase .Al inicio de las operaciones seríamos una pequeña empresa que tendría su planta en el distrito de San Martin de Porres, es un buen lugar porque tenemos la cercanía a nuestros proveedores, Contaremos con un personal capacitado, una buena infraestructura para lograr que nuestros productos sean de alta calidad, por lo tanto, llegamos a la conclusión, que los resultados en el análisis financiero determinan que el proyecto es viable, económica y financieramente.

Índice General

Resumen Ejecutivo	3
Introducción	11
Capítulo I: Plan de Negocio.....	13
Formulación de la idea de negocio.....	13
Análisis de la Oportunidad.....	16
Presentación del Modelo de Negocio.....	17
Capítulo II: Plan Estratégico y Plan Organizacional.....	20
Formulación de la Idea de Negocio.....	20
Descripción de la Empresa.....	20
<i>Datos de la Empresa.....</i>	<i>20</i>
Direccionamiento Estratégico	22
<i>Visión</i>	<i>22</i>
<i>Misión.....</i>	<i>22</i>
<i>Valores.....</i>	<i>22</i>
<i>Objetivos</i>	<i>22</i>
Matriz FODA – FODA Cruzado.....	23
Capítulo III: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo	25
Análisis del Entorno Objetivo.....	25
<i>Factores Económicos.....</i>	<i>25</i>
<i>Factores Socioeconómicos.....</i>	<i>26</i>
<i>Factores Políticos y Legales.....</i>	<i>28</i>
<i>Factores Tecnológicos</i>	<i>29</i>
<i>Factores ambientales</i>	<i>30</i>
Análisis de los Principales Actores	30
<i>Perfil de los Clientes o Consumidores</i>	<i>30</i>
<i>Perfil de Competidores.....</i>	<i>31</i>
<i>Perfil de Proveedores</i>	<i>33</i>
<i>Determinación del Tamaño del Mercado</i>	<i>35</i>
Capítulo IV: Plan de Marketing	48

Producto.....	48
Precio.....	52
Plaza.....	53
Promoción.....	55
Personal.....	59
Marketing Mix.....	59
<i>Programa de Acciones Tácticas</i>	59
<i>Programa y Pronostico de Ventas</i>	61
Capítulo V: Plan de Operaciones	62
Producción de Bienes y Servicios (en función al plan de Marketing).....	62
Los Procesos de Producción.....	67
Logística de Entrada.....	72
<i>Compras</i>	72
<i>Almacenamiento</i>	72
Logística de Salida.....	73
<i>Productos Terminados</i>	74
<i>Despacho y Distribución</i>	74
Capítulo VI: Organización de la Empresa	76
Estructura de la Organización.....	76
Plan de Gestión del Talento.....	76
<i>Organigrama</i>	76
<i>Principales Funciones que se Requieren en el Negocio</i>	77
<i>Políticas y Estrategias para la Administración del Talento</i>	82
<i>La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones</i>	85
<i>Aspectos Legales y Tributarios</i>	87
Legales.....	87
Capítulo VII: Plan Financiero	101
Plan de Inversiones.....	101
Capital de Trabajo.....	103
Análisis de Costos: Determinar los Costos del Negocio.....	104
Análisis Financiero.....	105

<i>Estado de situación financiera</i>	105
<i>Estado de resultados</i>	106
<i>Ratios Financieros</i>	106
Plan Financiero	107
Presupuesto Operativo	107
<i>Presupuesto Financiero</i>	108
<i>Evaluación Financiera</i>	109
<i>Flujo de Caja Proyectado</i>	109
<i>Análisis de sensibilidad</i>	109
Definición de los indicadores de desempeño	113
Conclusiones	114
Recomendaciones	115
Referencias Bibliográficas	116

Índice De Tablas

Tabla 1. Público Objetivo	14
Tabla 2. Experiencia y Habilidades	15
Tabla 3. Business Model Canvas	19
Tabla 4. Datos de la Empresa	21
Tabla 5. Socio 1 del Plan de Negocio	21
Tabla 6. Socio 2 del Plan de Negocio	21
Tabla 7. FODA	23
Tabla 8. Mercado	36
Tabla 9. Número de Familias.....	37
Tabla 10. Número de hijos por familia	37
Tabla 11. Número de Familias Biparentales y Monoparentales.....	38
Tabla 12. Número de Familias.....	38
Tabla 13. Resultado de Encuestas	47
Tabla 14. Resultado de Encuesta.....	48
Tabla 15. Proyección de Ventas en Unidades.....	61
Tabla 16. Proyección de Ventas Mensuales	61
Tabla 17. Matriz de Localización	63
Tabla 18. Diagrama de Flujo.....	69
Tabla 19. Tabla de producción	70
Tabla 20. Muebles y Maquinaria y Equipo	71
Tabla 21. Planilla de la Empresa o Pr.....	87
Tabla 22. Procedimientos para Constituir la Organización.....	88
Tabla 23. Diagrama de Proceso de Constitución de la Organización	89
Tabla 24. Capital - Aporte de Socios.....	90
Tabla 25. Datos Tributarios para MYPE.....	91
Tabla 26. Proyección de Ventas	91
Tabla 27. Impuesto a la Renta	92
Tabla 28. Impuesto a la Renta (IR)	93
Tabla 29. Beneficios a Colaboradores de Micro-Empresa	93
Tabla 30. Tasa para Licencia de Funcionamiento	94
Tabla 31. Información de Costos de Carnet de Sanidad y Certificado de Manipulación.....	97
Tabla 32. Inversión Tangible -Intangible	101
Tabla 33. Cuadro de Depreciación.....	102

Tabla 34. Cuadro de intangibles	102
Tabla 35. Capital de Trabajo.....	103
Tabla 36. Contextura del Financiamiento	104
Tabla 37. Estructura préstamo y aporte.....	104
Tabla 38. Proyección de Ventas y Compras.....	104
Tabla 39. Balance Inicial.....	105
Tabla 40. Estado de resultados	106
Tabla 41. Ratios Financieros.....	106
Tabla 42. Presupuesto operativo	107
Tabla 43. Datos de la Deuda.....	108
Tabla 44. Intereses y amortización.....	108
Tabla 45. Flujo de Caja Proyectado	109
Tabla 46. Analisis de escenarios	109
Tabla 47. Escenario moderado	110
Tabla 48. Escenario pesimista	111
Tabla 49. Escenario optimista	112
Tabla 50. Indicadores de desempeño.....	113

Índice De Ilustraciones

Ilustración 1. Medicamento Ciruelax Forte	31
Ilustración 2. Medicamento Dulcolax.....	32
Ilustración 3. Medicamento Metomucil	32
Ilustración 4. Medicamento Magnesia	32
Ilustración 5. Mercado Mayorista de Frutas.	33
Ilustración 6. Calculadora de Muestra.....	40
Ilustración 7. Distritos de las zonas 2, 7 y 8.....	40
Ilustración 8. Si Tienen Hijos	41
Ilustración 9. Sufren Estreñimiento.....	41
Ilustración 10. Frecuencias.....	42
Ilustración 11. Soluciones para el Estreñimiento	42
Ilustración 12. Origen del estreñimiento.....	43
Ilustración 13. Compra de laxantes.....	43
Ilustración 14. Consumo de Caramelos	44
Ilustración 15. Precio de los Caramelos.....	44
Ilustración 16. Canales de Compra	45
Ilustración 17. Medios de comunicación	45
Ilustración 18. Redes sociales.....	46
Ilustración 19. Compra de laxantes.....	46
Ilustración 20. Caramelos de pitahaya	49
Ilustración 21. Empaque de Pytacandy	50
Ilustración 22. Envoltura de los caramelos.....	51
Ilustración 23. Logo de Pytacandy.....	51
Ilustración 24. Etiqueta de Pytacandy.....	52
Ilustración 25. Instagram de Pitacandy	55
Ilustración 26. Página de Facebook.....	56
Ilustración 27. Página de WhatsApp	56
Ilustración 28. Volante de sorteo	57
Ilustración 29. Volante de descuento.....	57
Ilustración 30. Volante de descuento	58
Ilustración 31. Beneficios de la pitahaya.....	58
Ilustración 32. Beneficios de los caramelos de pitahaya	59
Ilustración 33. Localización de la empresa	62

Ilustración 34. Planos de Distribución	66
Ilustración 35. Logística de Entrada	72
Ilustración 36. Organigrama.....	76
Ilustración 37. Requisitos para Realizar Actividades.....	93
Ilustración 38. Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento.....	94
Ilustración 39. Lado 2.....	95
Ilustración 40. Certificado de Saneamiento Ambiental.....	96
Ilustración 41. Certificado	97
Ilustración 42. Carnet de Sanidad	98
Ilustración 43. Proforma 1	98
Ilustración 44. Proforma 2	99
Ilustración 45. Digesa.....	100

Introducción

El presente trabajo se refiere y estudia uno de los problemas más comunes en niños, a nivel mundial y por supuesto en nuestro país, el estreñimiento o también llamado síndrome de intestino irritable es un padecimiento común en todas las edades, pero en los últimos tiempos un importante porcentaje de niños menores padecen de esta enfermedad.

La mayoría de los padres de familia viven tensionados por esta condición que cada día afecta a más niños en el Perú, sus hijos son su prioridad y necesitan hallar una solución beneficiosa que sea natural, fácil de consumir por sus pequeños y sobre todo efectiva.

El proyecto se realizó para lograr el título técnico de Administración de Negocios, aplicando todo lo enseñado por los docentes estos 4 años de carrera, se desarrolló VII capítulos las cuales podemos resumirlo de la siguiente forma:

El capítulo I se basa al plan de negocio, la forma como se presenta nuestro proyecto a trabajar, realizando un estudio para analizar la problemática y poder convertir esta idea en una buena alternativa a las familias, que padecen sus hijos de estreñimiento.

El capítulo II es el planeamiento estratégico, donde mostramos la presentación de la estrategia a seguir, y como lo vamos aplicar en el proyecto. ¿Teniendo en cuenta que queremos lograr?, como lo vamos a lograr?

El capítulo III analiza el macro entorno, y micro entorno, para conocer el perfil del cliente al que nos dirigimos, niños de 5 a 17 años, quienes son muestra competencia en laxantes, que tipo de proveedores vamos a requerir para la compra de insumos, cual será nuestro mercado objetivo, zonas 2,7 y 8, en este capítulo logramos tener muy buena información que será aplicada al proyecto de Caramelos laxantes de Pitahaya.

El capítulo IV, se aplica las 4P, damos a conocer el producto, trabajaremos 4 presentaciones de contenido, envases, cuánto va a costar, donde se va comercializar, como vamos aplicar el marketing a nuestro producto para realizar la promoción, cuanto vamos a vender en unidades y en soles.

El capítulo V, detallamos como se realiza la producción de los caramelos de pitahaya, cuanto de insumos se van a requerir, lograr que el producto llegue a manos del cliente en perfectas condiciones, estableciendo una buena distribución.

El capítulo VI, aplicamos la estructura de la empresa, como va estar organizada, para lograr los objetivos trazados, que tipo de perfil de colaboradores vamos a requerir, que funciones va a realizar cada colaborador, como motivarlos, y poder cumplir las metas establecidas.

El capítulo VII, conocido como el plan financiero, tiene como objetivo analizar costos del negocio, con cuanto de capital vamos empezar, que es lo que necesitamos para que este proyecto sea viable. Finalizamos detallando conclusiones y que es lo que se puede recomendar.

Capítulo I: Plan de Negocio

Formulación de la idea de negocio

En la actualidad podemos evidenciar que el estreñimiento es una de las principales enfermedades en los niños, que se ha convertido hoy en día en un gran problema y un dolor de cabeza para los padres de familia, en este sentido los pediatras se han visto en la necesidad imperiosa de recetar muchos remedios, que no siempre son los mejores por la cantidad de componentes dañinos que contienen, mal sabor y, que provocan dependencia muchas veces, y finalmente derivan en otros males producto de la ingesta continua de estos remedios no naturales.

Se considera estreñimiento cuando un adolescente o niño evacua menos de dos o tres veces a la semana, tiene heces duras y siente dolor e irritación al momento de realizar sus deposiciones.

(Susana Suarez)

Hay personas que no llevan un tratamiento ideal para esta enfermedad, ya que hay varios gastro intestinales que tienen diferentes opiniones sobre el estreñimiento y no lo detectan a tiempo.

(Kings College)

A las personas que sufren de este mal, que es el estreñimiento, no siempre les otorgan un buen medicamento. (Eirini Dimidi)

La vida en los últimos dos años, producto de la pandemia del COVID 19, ha generado conciencia en el ser humano, sobre el consumo preferente por lo natural, lo sano, siendo una tendencia hoy en día.

Después de todo lo antes mencionado y al halla una necesidad insatisfecha, queremos llevar a cabo nuestra idea de negocio denominada: “PYTACANDY”, caramelos para la regulación intestinal, compuestos de la fruta llamada pitahaya, que es una fruta muy conocida por sus amplios beneficios que otorga a las personas que lo consumen, sobre todo en temas digestivos, porque aporta mucha fibra, lo que según investigaciones científicas son la causa del estreñimiento, este producto será natural, lo que nos asegura que su consumo no genere ningún riesgo en la salud. Estos caramelos van dirigidos a niños de 5 a 17años, que vivan en los siguientes distritos:

Tabla 1. Público Objetivo

DISTRITO
Independencia Los Olivos San Martín de Porres
Miraflores S. de Surco S. Borja Molina S. Isidro Surquillo Barranco
Chorrillos S. Juan de Miraflores

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Los compradores serian padres de familia, que tengan hijo, ya sean familias biparentales o monoparentales, ya q son ellos los que van a comprar estos caramelos naturales. Además, como

un valor agregado tiene un agradable sabor que aporta a los padres de familia un producto que no será desagradable para el consumo de los más pequeños de casa, no genera dependencia y no tiene consecuencias futuras, lo que supone una tranquilidad para los padres de familia ante este padecimiento.

“Sylvia Rodríguez, una nutricionista muy conocida , explica que la fruta pitahaya tiene un valor nutritivo en antioxidantes y vitamina C. Aparte contiene mucha fibra, y mejora el sistema digestivo”(Rodrigues 2020)

La pitahaya tiene antioxidantes para el cuerpo, es una fruta libre en grasas, toda persona que la llega a consumir se mantiene muy bien durante el transcurso del día. (Tatiana Zanin)

Este plan de negocio está conformado por 1 socio, aportando todo el conocimiento que se nos han dado en el transcurso de nuestra carrera de Administración de Negocios, se analizara cada idea que se otorgue, para poder tomar una en cuenta una buena decisión referente a los caramelos para la regulación intestinal que vamos a producir y comercializar.

Tabla 2. Experiencia y Habilidades

Torres, Judith	Capacitación al personal, trabaja actualmente en atención al cliente, realiza ventas en redes sociales.	Responsable, trabaja en equipo, aplica soluciones ante problemas sin ocasionar conflictos, es creativa, es puntual.
----------------	---	---

Fuente: Elaboración propia 2022

Análisis de la Oportunidad

El estreñimiento es un mal que cada vez se hace más común en los niños, producido por un desorden alimenticio, malos hábitos, poca ingesta de fibra, de líquidos, ha producido que esta enfermedad sea más común de lo que pensamos.

La pandemia del COVID-19, trajo consigo una preferencia por el consumo de productos naturales buscando mejorar nuestro organismo con la finalidad de prepararnos para una nueva y posible virus.

Por todo lo antes mencionado creemos que nuestra idea de negocio tiene todas las características para ser exitosa y para convertirse en una gran alternativa saludable que los padres de familia buscan para sus engreídos.

“PYTACANDY” (Caramelos para la regulación intestinal de pitahaya), es una idea de negocio que responde a un problema identificado, con ingredientes naturales, fácil de conseguir, y que puede generar una muy buena productividad.

Es la solución natural para el estreñimiento en niños, y sin necesidad de convertirse en algo más alarmante y grave como el tumor de colón, que ya no es solo una enfermedad de adultos, sino que los niños son los más vulnerables ante estas enfermedades mortales, que muchas veces en los menores no son detectados a tiempo por lo que son más letales.

Presentación del Modelo de Negocio

Estos caramelos tendrán un sabor delicioso para que los niños lo puedan consumir, una de las ventajas competitivas que podemos resaltar en nuestro producto y diferenciamos de la competencia será, que va a estar producido por insumos de calidad y naturales, para evitar que la flora intestinal del niño se perjudique al ingerir estos caramelos. Uno de los componentes de este producto será la pitahaya, es una fruta que contienen altos nutrientes que ayuda a combatir el estreñimiento y el niño pueda evacuar con mayor frecuencia.

La constipación ocurre muchas veces cuando los desechos o las heces se mueven muy lentamente a través del tubo digestivo, y de esta forma se endurecen y se secan.

Entre las causas que pueden contribuir al estreñimiento se incluyen los siguientes:

- Retener las heces, a veces los pequeños no les gusta usar otros baños que no sean el de su casa, o por no dejar de jugar o mirar televisión prefieren aguantarse y no acudir hacer sus necesidades.
- No tienen una buena alimentación, no consumen agua ni verduras que les ayude en la digestión. Al consumir muchos alimentos sólidos, esto va a permitir que las heces se endurezcan.
- Estrés, los cambios frecuentes de rutina.

Estos caramelos serán producidos y comercializados, estará dirigido para los niños de 5 años -17 años que sufran de este problema el estreñimiento, que viene atacando hace mucho tiempo.

Sin embargo, podemos resaltar que esta enfermedad, se ha vuelto una angustia, en querer combatir o buscar una solución para que ayude a mejorar este problema, para las familias que tienen niños en casa, el problema es el estreñimiento, que cada vez crece y hace vulnerable a los niños.

Afortunadamente, analizando una resolución practica y natural, sin poner en riesgo la vida de los niños se creó este producto "PYTACANDY" (Caramelos de pitahaya).

Tabla 3. Business Model Canvas

LOS SOCIOS CLAVES 1. Alianzas estratégicas de tiendas naturistas. 2. Proveedores de materia prima. 3. Mercado mayorista de frutas. 4. Asesor legal 5. Motorizados que otorguen tarifas únicas en delivery.	ACTIVIDADES CLAVES 1. Fabricación de caramelos y control de calidad. 2. Ventas por C-Commerce. 3. Comercialización del producto. 4. Participar en ferias. 5. Registro sanitario.	PROUESTA DE VALOR Caramelos naturales de pura fruta de pitahaya, ofrece bienestar, conteniendo altos nutrientes y minerales.	RELACION CON LOS CLIENTES 1. Fidelización. 2. Calidad total 3. Respuestas rápidas en RRSS. 4. Relación con los padres. 5. Información oportuna de los caramelos de pitahaya.	SEGMENTACION DE CLIENTES 1. Geográfico: Lima Metropolitana. Zonas 2, 7 y 8. 2. Demográfico: Niños de 5 a 17 años, ambos sexos. 3. Psicográfico Familias biparentales y monoparentales. 4. Conductual Estilo de vida busca fuente para mejorar la salud.
	RECURSOS CLAVES 1. Personal capacitado 2. Frutos secos e insumos 3. Recursos y fondos financieros para la realización del proyecto. 4. Recursos tecnológicos.		CANALES 1. Página web 2. Redes sociales. 3. Tienda naturista. 4. Ferias Naturistas. 5. Medios de pago	
ESTRUCTURA DE COSTOS 1. Costos Fijos: Sueldos, Alquiler, servicios generales, impuestos. 2. Costos variables: Costo de materia prima e implementos, publicidad, costo de mano de obra.		FUENTES DE INGRESO Los ingresos serán por la venta de los caramelos, medios de pago tenemos Yape, Plin, transferencias, POS.		

Fuente: Elaboración propia 2022

Capítulo II: Plan Estratégico y Plan Organizacional

Formulación de la Idea de Negocio

“PYTACANDY”, es un caramelo para la regulación intestinal, compuesto a base de la fruta, llamada pitahaya, que es una fruta muy conocida por sus amplios beneficios que otorga a las personas que lo consumen, este producto natural, y su consumo no pone riesgo la salud de los niños, con un sabor muy agradable no será un problema lograr que sean consumidos por los más pequeños de casa.

Descripción de la Empresa

Datos de la Empresa

Nuestra Organización va estar constituida por 1 socio, las cuales van a formar parte de la gerencia, el tipo de empresa será una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), la razón social se denominará SOLUCIONES NATURALES S.A.C.

Tabla 4. Datos de la Empresa

Razón Social	Soluciones Naturales SAC
Tipo de Empresa	Sociedad Anónima Cerrada
Nombre Comercial	PytaCandy
Rubro	Producción y comercialización de caramelos naturales.
Nro. Socios	1 socio
Dirección	Av. Fray Bartolomé de las Casas 266 SMP
Departamento	Lima
Provincia	Lima
Contacto	Judith Torres Jeri
Telefono de contacto	934238685
Sector económico	Industrial

Fuente: Elaboración propia 2022

Nuestro plan de negocio estará compuesto por 1 socio.

Tabla 5. Socio 1 del Plan de Negocio

Apellidos	Torres Jeri
Nombres	Judith Jackelinny
Celular	934238685
E-Mail	judytorresj@gmail.com

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 6. Socio 1 Ubicaciones

Domicilio	Av. Enrique Fermín N°326
Distrito	San Martín de Porres
Provincia	Lima
Departamento	Lima
Nacionalidad	Peruana

Fuente: Elaboración propia 2022

Direccionamiento Estratégico

Visión

Ser una organización competitiva líder en elaboración de caramelos de pitahaya para el 2025, elegida como la mejor opción de productos naturales en las familias, otorgando bienestar y satisfacción de los clientes.

Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de caramelos naturales de pitahaya, con un gusto agradable y contribuir con la buena salud de los niños mejorando el funcionamiento de su sistema digestivo.

Valores

- ✓ ***Responsabilidad:*** Ofrecer productos de calidad, cuidando la salud de los niños.
- ✓ ***Compromiso con el medio ambiente:*** Producir productos que no contaminen ni afecten el medio ambiente.
- ✓ ***Trabajar en equipo:*** Tener en cuenta las opiniones de nuestros colaboradores
- ✓ ***Innovación*** Ofreciendo al cliente nuevos productos
- ✓ ***Compromiso:*** Ofreciendo productos naturales
- ✓ ***Respeto:*** Promover el respeto entre todos los colaboradores de la organización

Objetivos

- ✓ ***Objetivos Generales:***

Implementar un negocio para la elaboración de caramelos naturales a base de la pitahaya, el cual brindará bienestar en la salud de los niños.

✓ **Objetivos Específicos:**

- Determinar cuánto se necesita para poner en pie este emprendimiento.
- Determinar cuánto será la rentabilidad que obtendremos de estos caramelos de pitahaya.
- Lograr que los caramelos de pitahaya se posicionen en un corto plazo.

Matriz FODA – FODA Cruzado

Tabla 7. FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. Personal con conocimientos en la fabricación de caramelos.</p> <p>F2. Producto innovador, natural, de buen sabor.</p> <p>F3. Capacidad en responder a los clientes mediante las redes sociales.</p> <p>F4. Control de calidad en todos los procesos desde la compra de insumos hasta la distribución del producto al cliente final.</p> <p>F5. El costo de producción es bajo.</p>	<p>D1. Reducido espacio para producción</p> <p>D2. Producto fácil de copiar.</p> <p>D3. Se iniciaría con una participación bastante reducida en el mercado.</p> <p>D4. Marca desconocida.</p> <p>D5. Único producto para comercializar.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. El estreñimiento en niños es un mal que está en aumento en el Perú.” El estreñimiento en los niños en etapa escolar en el Perú supera el 50% de las consultas en gastroenterología pediátrica”</p> <p>O2. Fácil acceso a préstamo en caso de necesitar capital para inversión.</p> <p>O3. Alto crecimiento en el consumo de productos naturales.</p> <p>O4. Gran incremento en las compras por internet a través de diferentes plataformas tecnológicas.</p> <p>O5. No existe un producto de esas características para niños en el mercado.</p> <p>O6 Los insumos y proveedores son accesibles, poder de proveedores es BAJA.</p> <p>O7. Alianzas estratégicas con pediatras y gastroenterólogos.</p>	<p>A1. Nuevos productos sustitutos.</p> <p>A2. Restricciones para crear la empresa.</p> <p>A3. Destrucción a nivel macro de las cosechas debido a fenómenos naturales o a plagas.</p> <p>A4. La competencia indirecta de laxantes es muy alta.</p> <p>A5. Que el Estado implemente medidas más rigurosas para la elaboración y producción de productos como el que estamos comercializando.</p>

Fuente: Elaboración propia 2022

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	F1. Personal con conocimientos en la fabricación de caramelos.	D1. Reducido espacio para producción.
	F2. Producto innovador, laxante natural, de buen sabor.	D2.Producto fácil de copiar.
	F3. Capacidad en responder a los clientes mediante las redes sociales.	D3. Se iniciaría con una participación bastante reducida en el mercado.
	F4. Control de calidad en todos los procesos desde la compra de insumos hasta la distribución del producto al cliente final.	D4. Marca desconocida.
	F5.El costo de produccion es bajo.	D5. Único producto para comercializar.
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
O1. El estreñimiento en niños es un mal que está en aumento en el Perú.” El estreñimiento en los niños en etapa escolar en el Perú supera el 50% de las consultas en gastroenterología pediátrica”	F2-O1, O3, O4: Aprovechar el crecimiento de casos de estreñimiento en niños y el alto índice de consumo de productos naturales para ejecutar una campaña agresiva en redes sociales que permita captar a los consumidores en el menor tiempo posible.	D3, D4-O4, O5: La estrategia es lograr que el producto se haga conocido en el mercado debido al uso beneficioso en niños con este mal, aprovechando el incremento exponencial de las compras por internet, participación en ferias de productos innovadores, PRODUCE, etc.
O2. Fácil acceso a préstamo en caso de necesitar capital para inversión.		
O3. Alto crecimiento en el consumo de productos naturales.	F5-O2, O6: Variedad de proveedores, alianzas y compras anticipadas de los insumos, que asegurará que la empresa siempre esté abastecida, aun cuando haya escasez de producto.	
O4. Gran incremento en las compras por internet a través de diferentes plataformas tecnológicas.		
O5. No existe un producto de esas características para niños en el mercado.	F5-O7, Garantizar la calidad para poder lograr grandes alianzas con pediatras y gastroenterólogos quienes van a recetar nuestro producto como solución al este problema en niños menores de edad.	
O6 Los insumos y proveedores son accesibles, poder de proveedores es BAJA.		
O7. Alianzas estratégicas con pediatras y gastroenterólogos.		
		D3, O1 – O3: Nuestra estrategia de marketing tendrá como principal factor aprovechar el actual crecimiento por el consumo de productos naturales para curar esta afección común en niños y de esta manera incrementar la participación en el mercado.
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
A1. Nuevos productos sustitutos.	F2-A1 Darle un valor agregado a nuestro producto , y no dejar de lado la inovacion ,teniendo en cuenta las opiniones de los clientes y colaboradores.	D2-A1: La estrategia seria realizar mas productos con diferentes sabores y darle un valor agregado a los productos , fidelizando a los clientes, a fin de no desestabilizar a la empresa ante posibles competidores.
A2. Restricciones para crear la empresa.		
A3. Destrucción a nivel macro de las cosechas debido a fenómenos naturales o a plagas.	F5-A4: Crear alianzas estratégicas con empresas de delivery y distribución, a fin de lograr tarifas planas que nos permitan ofrecer buenas promociones en las entregas a domicilio.	D5-A1: Se trabajará en crear nuevos productos naturales a fin de poder acrecentar nuestra línea y poder enfocarnos en otro mercado.
A4.La competencia de laxantes es muy alta		
A5. Que el Estado implemente medidas más rigurosas para la elaboración y producción de productos como el que estamos comercializando.		

Capítulo III: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

Análisis del Entorno Objetivo

A lo largo de esta investigación analizamos el comportamiento y las tendencias de moda que puedan derivar en grandes oportunidades y amenazas para la idea de negocio, esto se convierte en una importante herramienta, que nos permitirá tener claro los pros y los contras que podría tener nuestro proyecto.

Factores Económicos

Son los factores que tienen repercusión económica en una empresa, ejemplo: inflación, PBI, cambio de dólar, aumento de los sueldo, importaciones y exportaciones, balanza de pagos, incremento de los intereses bancarios, tasa de desempleo y empleo, etc.

“Los patrones evaluados en la economía mundial durante el 2021, fue la recuperación del PBI y una mayor inflación.

En la economía peruana, el PBI en el año 2021 cerro con un crecimiento de 13.3% respecto al 2020.” (Fondo Monetario Internacional, 2021).

Interpretación

La economía en el Perú tras los 2 años de la pandemia afecto a todos los niveles, la pobreza se incrementó, el desempleo, empresas quebradas, sobre todo las de la gastronomía, las de servicios, y muchas que tuvieron que cerrar sus puertas porque no pudieron soportar los años sin

producción y venta, teniendo en muchos casos que seguir afrontando deudas como las de personal, alquiler de local, etc.

Sin embargo, y gracias a las acciones y/o planes económicos frente al COVID 19, que adopto el Estado a través del Ministerio de Economía y Finanzas todo para atenuar, disminuir el impacto de esta pandemia, direccionando el apoyo a:

- Atención de la emergencia: Reforzar los servicios de salud.
- Reducir la emergencia: Apoyando a los hogares más vulnerables.
- Reducir la emergencia: Apoyo a las empresas.
- Apoyo a la cadena de pagos.
- Poner en marcha al Perú, a través de medida de apoyo como: Arranca Perú y Arranca Perú II.

Ante lo antes mencionado el futuro económico no se muestra tan caótico como se esperaba después de esta desgracia económica, el peruano ha sabido adaptarse al cambio y convertir lo negativo en positivo, y los estudios indican que el país se va a recuperar en muy poco tiempo y que seguirá creciendo, se vislumbra una muy productiva economía.

Factores Socioeconómicos

Tiene una gran cantidad de factores indistintos, como, por ejemplo: “(envejecimiento de la población, tasas de natalidad, distribución de la población, efecto de la inmigración, etc.), la distribución de la renta, la movilidad social, los cambios en el estilo de vida, la conciliación de la vida familiar y la vida laboral, las actitudes hacia el trabajo y el ocio o el consumismo”.

Economizar y espíritu empresarial

Hoy en día las personas son más minuciosas cuando van a realizar una compra de productos. Tratan de ahorrar lo más que se puede ya que la economía no está para derrochar dinero en compras innecesarias, cada quien es consciente de lo que gasta. La pandemia hizo que varias personas abran negocios y ventas por internet, para cubrir sus gastos, por lo tanto, el e-commerce se elevó en los últimos años.

Importante consciencia en los alimentos

La población da a conocer que son más conscientes para los alimentos que se van a consumir. Mayormente les dan más atención a esos productos de necesidades más relevantes y los productos de cuidado de su persona. El cliente hoy en día se fija en la calidad del producto y los beneficios que les brinda en su salud. Puntos importantes para la tomar una decisión en la compra.

Interpretación

Según investigaciones, el panorama socioeconómico en un principio no era muy alentador después de las consecuencias nefastas de la pandemia COVID 19, que afectó a todo el mundo; sin embargo, ha ido mejorando a pesar de que en un principio el principal problema era la falta de empleo, de dinero, delincuencia, el país ha ido creciendo con la ayuda del gobierno y con la lucha constante de los peruanos emprendedores, esta es una nueva característica del consumidor peruano que hará que las empresas adopten una posición más realista, el año 2020 significó un cambio en la vida de todas las personas, nuestro hogar ahora no solo es el lugar donde compartimos con la familia, sino que ya se ha convertido en nuestro trabajo y la tendencia es que esto seguirá a pesar de que el contagio ya no es muy probable debido a que ya existe un porcentaje muy alto de

vacunados, hoy en día los peruanos se han vuelto más minucioso a la hora de adquirir productos, exige que estos tengan buenos estándares de calidad, y esto ha hecho que el aumento de los pagos a través de sistemas como transferencias, yape, plin, luquita, etc. y otros aplicativos, sean usados sin ningún miedo por la población.

Factores Políticos y Legales

Se refiere a todo aquello con relación al entorno político del país que puede tener un impacto en el desarrollo y crecimiento de la empresa, además de los temas legales que forman parte del marco legal en el Perú. Los factores político-legales de mayor relevancia para la empresa son: la Ley sobre monopolios, Ley mercantil, ley laboral, del consumidor, protección del medio ambiente, etc.

Los nuevos magistrados entienden el funcionamiento económico y le dan un aire a la seguridad jurídica de las empresas en el Perú, No tengo dudas de que la nueva conformación del Tribunal Constitucional es una buena noticia para la empresa. Frente a las amenazas del gobierno de un cambio de las reglas de juego económicas, los magistrados elegidos entienden los fundamentos económicos, tienen claro los límites de la actividad empresarial del Estado y reconocen que el actual marco constitucional no permite la convocatoria a una Asamblea Constituyente. (Zamora).

Interpretación

Ante esta crisis de conflictos políticos, genera una total desconfianza en los habitantes, este factor político, no nos favorece en la comercialización de nuestro producto, ya que nos genera

inestabilidad, los habitantes perciben que están en una guerra de corrupción política, no hay una buena iniciativa del gobierno ante la población.

Factores Tecnológicos

La tecnología en los 2 últimos años como respuesta a la inmovilización sanitaria debido a la pandemia del COVID 19, tuvo un gran impacto en la reactivación de la empresa que, al no poder comercializar sus productos en una tienda de manera presencial, tuvo que utilizar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para poder llegar al consumidor final. Esto derivó en un crecimiento exponencial de las compras por internet y del uso de plataformas para realizar pagos en línea.

“El 2020 marcó un hito en el aumento del uso de plataformas y herramientas tecnológicas, con un aumento de 70 % a 300 %, según las actividades realizadas a diario. Se evidenció un crecimiento exponencial en aplicaciones de e-commerce y pagos online, para comprar víveres; la telemedicina, para atender consultas de salud remotas, y el teletrabajo, para mantener las tareas laborales desde casa. También se desarrollaron más y mejores aplicaciones para el soporte de la cadena de suministros y logística, en especial para el seguimiento y visibilidad en el delivery de las mercancías y el control del stock. Personas de toda edad se volcaron masivamente al uso de dispositivos móviles, tabletas o laptops, y sus aplicativos” (Caillaux,2020).

Interpretación

Es una realidad que la pandemia vivida en estos dos últimos años generó una dependencia en crecimiento de las compras por internet, tuvimos que adaptarnos a la tecnología y fue una salvación para todos los que de alguna manera debían obtener productos que de otra forma

hubieran sido imposible de conseguir en el contexto vivido, las compras por internet se convirtieron en una solución para muchos y obligó a todos a aprender a comprar y pagar a través de este sistema, esto generó que el uso de tecnologías en el Perú creciera de una manera exponencial, en este sentido.

Factores ambientales

Los factores ambientales, son muchas veces decisivos en el futuro de un negocio, muchas veces conllevan al éxito a al fracaso de una empresa o de una idea de negocio. Es sumamente importante determinar con anticipación cuales, y cuantos son, para evitar impactar de manera negativa en nuestra empresa, conocer estos factores con anticipación podría evitar errores e inversiones inútiles, gastos innecesarios.

Cuando desconoces estos factores ambientales a tiempo, puedes asegurar el éxito de tu proyecto, no habrá gastos innecesarios y no tendremos que cancelar nuestra idea de negocio.

Interpretación

En conclusión, una buena gestión empresarial, se encarga de identificar a tiempo todos esos factores a tiempo, asegurando el que no exista ninguna sorpresa negativa que impida la realización de este.

Análisis de los Principales Actores

Perfil de los Clientes o Consumidores

Consumidores: Niños y adolescentes que sufran de estreñimiento.

Clientes: Madres de niños y adolescentes de 5 a 17 años que sufran de estreñimiento y que deseen combatir este problema de forma natural y así mismo que el producto sea de sabor agradable para sus hijos. En el mercado existe muy pocas ofertas de caramelos para la regulación intestinal, por lo que el poder de negociación sería bajo, ya que si los clientes desean obtener un producto similar va a ser muy difícil de encontrar.

Perfil de Competidores

Para este perfil no tenemos un competidor directo, ya que no hemos encontrado caramelos de Pitahaya para la regulación intestinal, pero si contamos con una competencia indirecta lejana entre ellas tenemos: jaleas, jarabes, etc. A continuación, se mencionará algunos:

Ciruelax Forte Cassia Angustifolia- La Cassia Angustifolia incide en las terminaciones nerviosas responsables de los movimientos del intestino, produciendo las contracciones necesarias para la expulsión de las heces.



Ilustración 1. Medicamento Ciruelax Forte

Dulcolax- Su presentación es en tabletas, contiene 5 mg de bisacodilo. Es un Laxante estimulante.



Ilustración 2. Medicamento Dulcolax

Metamucil-Es un estimulante, pero produce muchas más evacuaciones de las normales.



Ilustración 3. Medicamento Metamucil

Leche de Magnesia- Es un estimulante osmótico, mantiene el intestino lubricado, pero se necesita ingerir agua para que funcione.



Ilustración 4. Medicamento Magnesia

Según este análisis podemos decir que el poder de negociación es medio, pero algunos de ellos no se pueden usar en menores de doce años y si hablamos de caramelos para la regulación intestinal sabor pitahaya, no se ha encontrado opciones en el mercado.

Perfil de Proveedores

Para realizar la producción de los caramelos de pitahaya, vamos a necesitar, pitahaya, azúcar blanca y miel de abeja. Al principio las compras las vamos a realizar en los mercados de frutas mayoristas, tenemos tres grandes mercados donde se puede comprar fruta al por mayor: Mercado Mayorista de Lima, el mercado de frutas de Santa Anita y el mercado de frutas mayorista Caquetá, en los tres mercados se puede comprar Pitahaya, también se puede comprar en mercados minoristas o supermercados como Plaza Vea, pero nuestro proveedor será:

Mercado de Frutas.



Ilustración 5. Mercado Mayorista de Frutas.

De acuerdo a este análisis, el poder de los proveedores es medio, porque en el departamento de Lima no existen tantos mercados mayoristas de frutas, pero dentro de los dos mercados existen distintos tipos de Puestos que vende Pitahaya.

Anteriormente solo podíamos ver que esta fruta solo se cosechaba en la Selva, y San Martín, pero hoy en día la pitahaya se hizo conocida, por sus grandes beneficios que otorga al ser consumida, y por lo tanto en la actualidad está siendo cosechada en las diferentes regiones del Perú. Esta fruta cuenta con 2 tipos de variedades entre ellas tenemos la roja y la amarilla, la pitahaya roja su maduración es mucho más rápida, a diferencia de la amarilla que demora un poco más en madurar, y es más consumida por las personas.

Utilizaremos planes de contingencia para evitar tener un desabastecimiento de la fruta pitahaya para no tener cuellos de botella y evitar tener que paralizar la producción, se realizara convenios con empresas productoras de pitahaya entre ellas tenemos: El Cooperativo de Productores de Pitahaya, esta empresa está formada por 17 socios, es una de las empresas con mayor producción en Piura, ellos serían quienes nos abastecerían ante un riesgo de que no haya fruta pitahaya en los mercados.

Otra empresa productora tenemos el Proyecto Terra, con más de 1500 socios, Y 10,000 hectáreas de terreno multicultivo. que cosechan esta fruta en OLMOS.

En proveedor de miel de abeja tenemos los productores de Olmos, Lambayeque, Motupe, quienes crearon una marca “La Reyna de Olmosa” está compuesta por 450 productores, para poder comercializar miel de abeja.

Nuestro proveedor en azúcar tenemos la empresa Cartavio, Vega, Salazar, están ubicadas en Lima, mercado de Fiory mayorista.

Determinación del Tamaño del Mercado

Para hallar la muestra hemos estudiado e investigado diferentes factores con respecto a los grupos familiares en los distritos a los cuales vamos a direccionar este producto, es importante y relevante tener claro quienes tienen menores según el rango de edad a los cuales nos dirigimos dentro del círculo familiar. Para esto debemos de conocer los tipos de familia que existen:

1.Familia Biparental Con Hijos: Aquí podemos analizar que este tipo de familia es la más completa, integrada por mamá, papá e hijos.

2.Familia Monoparental Con Hijos: Este tipo de familia está constituida solo por mamá o papá que se hacen cargo de sus hijos, se convierten en madre y padre para sacarlos adelante.

Geográfica:

Departamento de Lima.

Sector 2: Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres.

Sector 7: Miraflores, S. Isidro, Surco, Molina, S. Borja.

Sector 8: Surquillo, Barranco, Chorrillos y San Juan de Miraflores.

Demográfica:

EDAD: 5 a 17 años

SEXO: femenino y masculino

SECTOR SOCIO ECONÓMICO: A, B y C

Marco de la Muestra

Los caramelos de pitahaya que vamos a producir y comercializar, está dirigido al mercado objetivo con hijos menores de 5 a 17 años, formado por familias biparentales representando:

Los padres varones dirigen el 28,7% del total de viviendas, que viene ser (2 millones 366 mil 611) el 3,7% dirigido por madres, que viene ser (303 mil 164) Solo el 32,4% de viviendas en Perú están dentro de los hogares nucleares. (Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017. Pág. 10)

- Monoparentales, dividido, según quien dirige el hogar
- Vivienda por madre sin esposo, representa el 11,3% (936 mil 473).
- Vivienda por padre sin esposa, el 2,4% (197 mil 117).
- Suma un total de 13,7% (1 millón 133 mil590)

Tabla 8. Mercado

CANTIDAD DE HABITANTES					TIPO DE FAMILIA			2.4 PROMEDIO DE HIJOS POR FAMILIA	FAMILIAS POR NIVEL SOCIOECONÓMICO				
SECTOR	ZONA	UBIGEO	DISTRITO	NUMERO DE FAMILIAS	BIPARENTAL 32.40%	MONOPARENTAL 13.70%	TOTAL CANTIDAD DE FAMILIAS CON HIJOS MENORES DE 5 A 17 AÑOS		AB %	RESULTADO NIVEL AB %	C %	RESULTADO NIVEL C	
LIMA NORTE	ZONA 2	150112	Independencia	56400	18274	7727	26000	62401	21.3	5538	44.90	11674	
		150117	Los Olivos	93300	30229	12782	43011	103227	21.3	9161	44.90	19312	
		150135	San Martín de Porres	183700	59519	25167	84686	203246	21.3	18038	44.90	38024	
LIMA MODERNA	ZONA 7	150122	Miraflores	38400	12442	5261	17702	42486	69.10	12232	45.30	8019	
		150140	Santiago de Surco	103500	33534	14180	47714	114512	69.10	32970	45.30	21614	
		150130	San Borja	35700	11567	4891	16458	39498	69.10	11372	45.30	7455	
		150114	La Molina	41400	13414	5672	19085	45805	69.10	13188	45.30	8646	
		150131	San Isidro	21400	6934	2932	9865	23677	69.10	6817	45.30	4469	
		150141	Surquillo	30100	9752	4124	13876	33303	69.10	9588	45.30	6286	
		150104	Barranco	11800	3823	1617	5440	13056	69.10	3759	45.30	2464	
LIMA SUR	ZONA 8	150108	Chorillos	86300	27961	11823	39784	95482	16.30	6485	53.00	21086	
		150133	San Juan de Miraflores	92900	30100	12727	42827	102785	16.30	6981	53.00	22698	
				794900	257548	108901	366449	879477		136130		171748	307878

Fuente Elaboración Propia 2022

Interpretación del Cuadro de Mercado:

La cantidad total de familias de estos 3 sectores es de 794,900, de los cuales 257,548 es, decir el 32.40% pertenecen a las familias biparentales y 108,901 es decir el 13.70%, son familias monoparentales; además, en el nivel socioeconómico tenemos, 136,130 familias del nivel AB, y 171,748, del nivel C, lo que hace un total de 307,878 familias de Lima Metropolitana, de los Sectores de Lima Norte, Lima Moderna y Lima Sur, de los sectores 2, 7 y 8:

Tabla 9. Número de Familias

DE FAMILIAS
333,400
282,300
179,200
794,900

Fuente Elaboración propia 2022

Tabla 10. Número de hijos por familia

ZONAS	PROMEDIO DE HIJOS POR FAMILIA (2.4)
Sector 2	368,874
Sector 7	265,979
Sector 8	244,625
SUMA TOTAL	879,477

Fuente Elaboración propia 2022

En el año 1980 el número de hijos era cinco niños por hogar, pero en el año 2015 bajo a 2.4 y se espera que para el año 2030 siga memorando. (Redacción Perú 21-El 19 de febrero del 2019)

Total, de familias de Lima Metropolitana, de los Sectores de Lima Norte, Lima Moderna y Lima Sur, de los sectores 2, 7 y 8; de familias biparentales (32.40%) y monoparentales (13.70%):

Tabla 11. Número de Familias Biparentales y Monoparentales

DE FAMILIAS BIPARENTALES Y MONOPARENTALES.
153,697
130,140
82,611
366,449

Fuente Elaboración propia 2022

Total, de familias de Lima Metropolitana, de los Sectores de Lima Norte, Lima Moderna y Lima Sur, de las Zonas 2, 7 y 8; de familias biparentales (32.40%) y monoparentales (13.70%); de los niveles socioeconómicos AB y C:

Tabla 12. Número de Familias

	NIVELES SOCIOECONOMICOS DE FAMILIAS BIPARENTALES Y MONOPARENTALES.
Sector 2	101,748
Sector 7	148,881
Sector 8	57,250
SUMA TOTAL	307,879

Fuente: Elaboración propia 2022

Población Económicamente Activa (PEA).

La población Económicamente Activa, es aquella que se conoce como población ocupada, trabajadora, según INEI, este sería de 52.60% y a pesar de la pandemia hay proyecciones de aumento progresivo para los próximos años.

TOTAL: 307,879 X 52.60% = 161,944 familias.

Mercado Potencial

Se refiere a todos aquellos que forman parte de una fracción de habitantes a los cuales se va a direccionar nuestro producto.

TOTAL: 161,944 familias.

Formula de Tamaño de Muestra

Para poder obtener el tamaño de la muestra, hemos remplazado la siguiente información: nuestra población es de 161,944 familias, el nivel de confianza se ha considerado de un 95% y el margen de error de 5%, por lo tanto, al realizar el cálculo nos arrojó, que el tamaño de la muestra sería 384, basado a ese resultado se realizaron las encuestas a las zonas a las que nos dirigimos 2,7 y 8

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Ilustración 6. Calculadora de Muestra

Tabulación de Encuestas

1.- ¿En qué distrito reside actualmente?

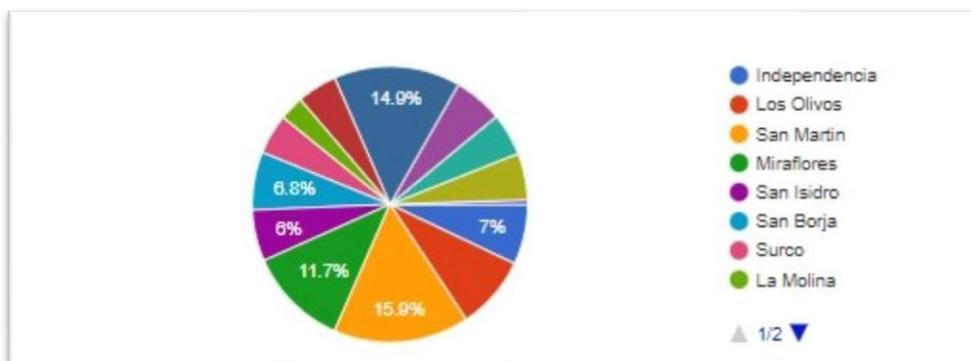


Ilustración 7. Distritos de las zonas 2, 7 y 8

INTERPRETACION: En el gráfico se puede observar que los distritos con más respuestas son de Independencia (14.9%) y de San Martín (15.9%), por lo que podríamos poner más esfuerzo a estos dos distritos en temas de marketing.

2. ¿Tiene hijos(as) entre 5 y 17 años?

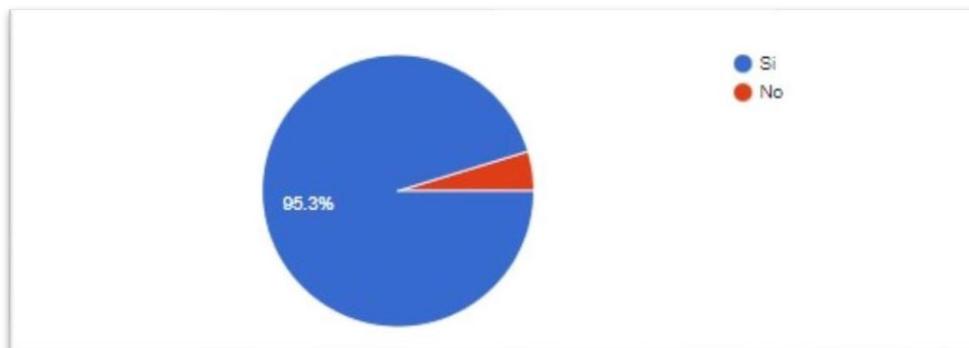


Ilustración 8. Si Tienen Hijos

INTERPRETACION: En el grafico se observa que a la gran mayoría (95.3%) si tienen hijos de entre 5 y 17 años.

3.- ¿Su niño(a) sufre de estreñimiento?

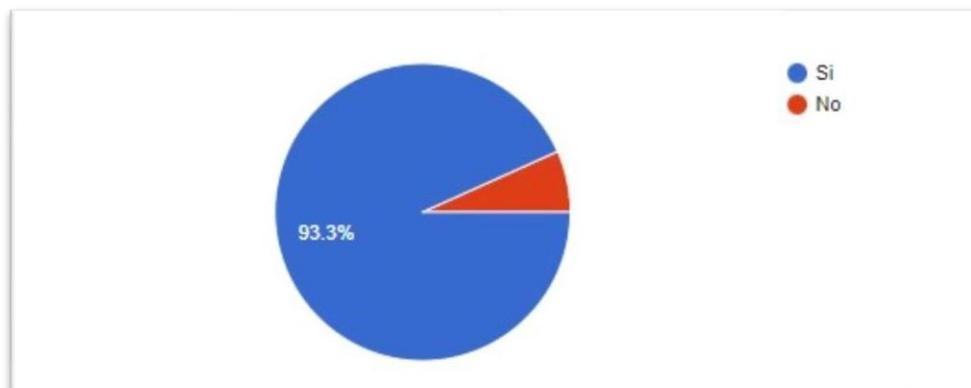


Ilustración 9. Sufren Estreñimiento

INTERPRETACION: En el grafico se observa que la mayoría (93.3%) de los niños sufren de estreñimiento.

4. ¿Cuál es la frecuencia que suele evacuar su niño(a)?

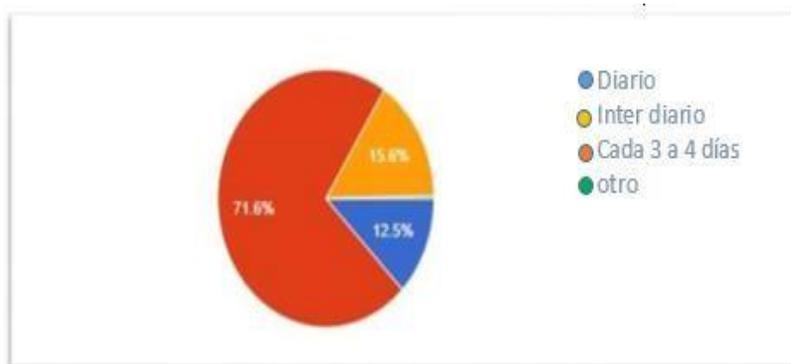


Ilustración 10. Frecuencias.

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los niños suelen evacuar con una frecuencia cada 3 a 4 días (71.6%).

5.- ¿Cómo soluciona el problema mencionado?

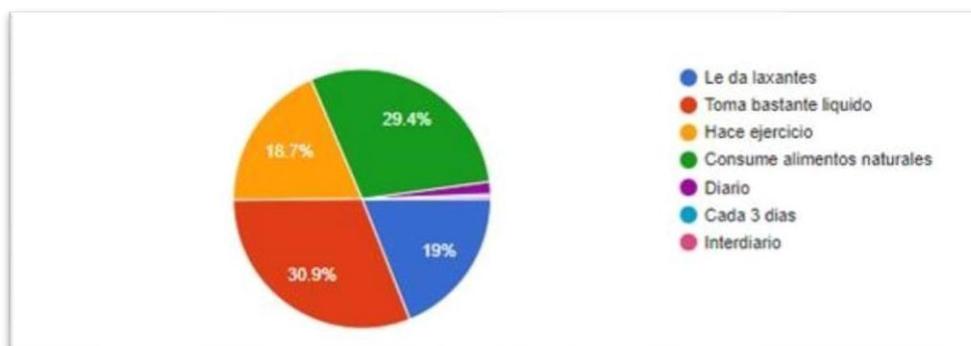


Ilustración 11. Soluciones para el Estreñimiento

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los padres prefieren darles bastante liquido (30.9%) para combatir el estreñimiento.

6.- ¿Cuál cree usted que sería el origen de este problema?

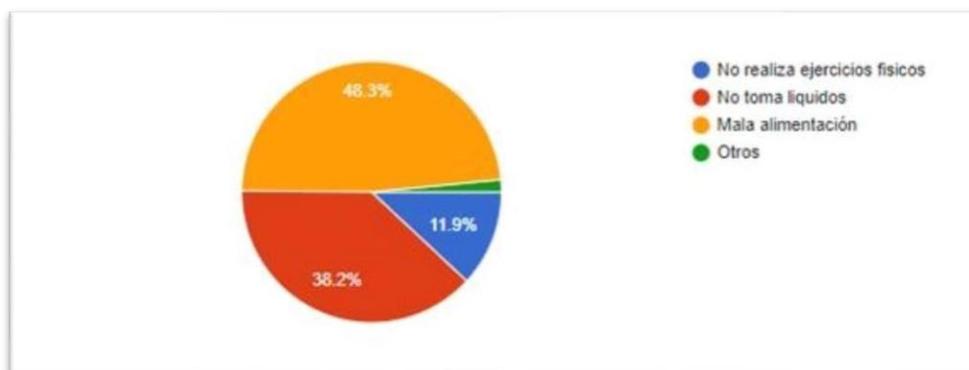


Ilustración 12. Origen del estreñimiento.

INTERPRETACION: En el gráfico se observa que los padres creen que el problema es la mala alimentación (48.3%) y por eso sus hijos sufren de estreñimiento.

7.- ¿Compraría caramelos de pitahaya elaborados con fruta natural para ayudar a su niño(a) con su problema de estreñimiento?

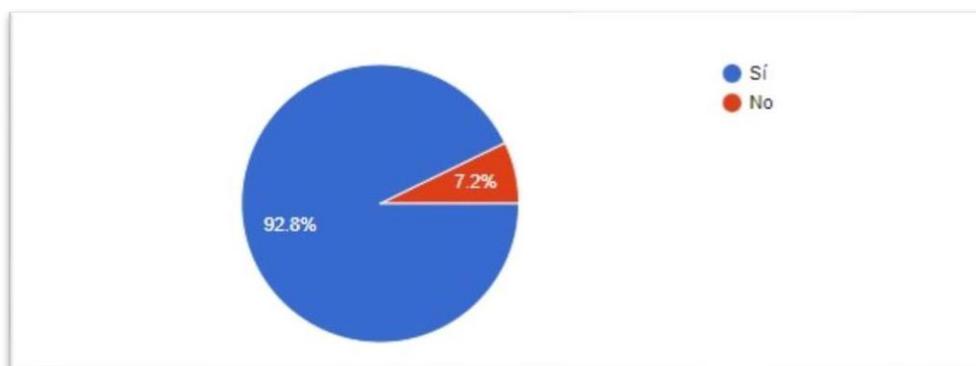


Ilustración 13. Compra de caramelos.

INTERPRETACION: En el gráfico se observa que los padres en su mayoría (92.8%) si comprarían caramelos de pitahaya para sus hijos.

8.- ¿En un mes cuántos caramelos le daría a consumir a su niño?

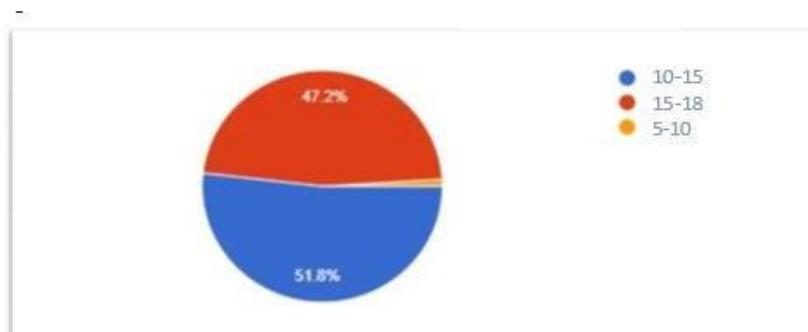


Ilustración 14. Consumo de Caramelos.

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los padres prefieren darles de 10-15 (51.8%) caramelos a sus niños.

9.- ¿Cuánto pagaría por una bolsa de 50 caramelos naturales de Pitahaya?

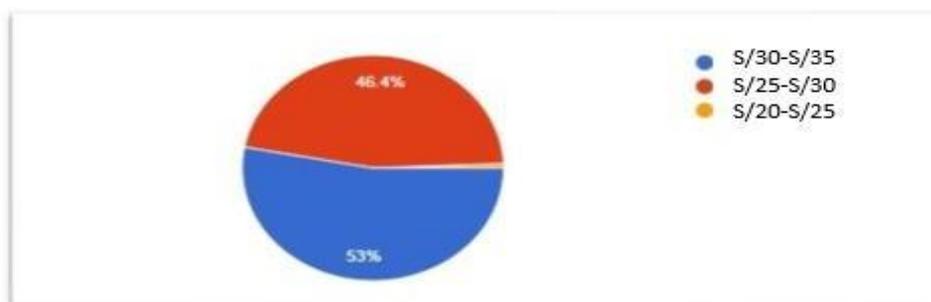


Ilustración 15. Precio de los Caramelos.

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los padres están dispuestos a pagar en su mayoría (53%) por una bolsa de 50 caramelos de 30 a 35 soles.

10. ¿Qué canales de compra utiliza más?

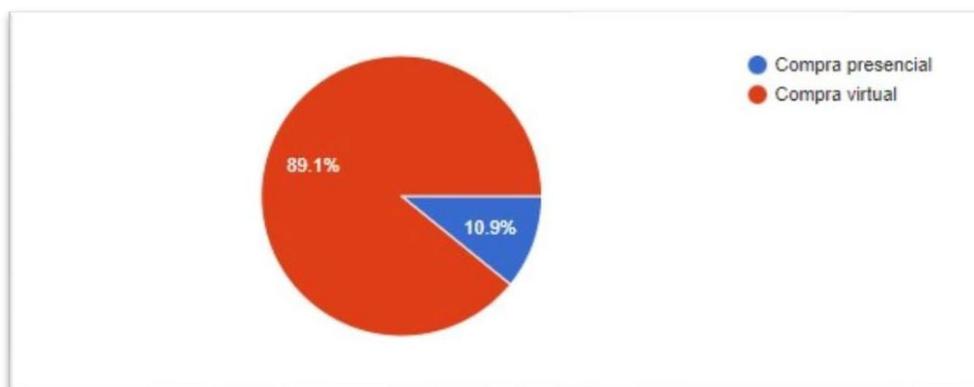


Ilustración 16. Canales de Compra

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los padres (89.1%) prefieren realizar sus compras virtuales.

11. ¿Qué medios de comunicación utiliza más para buscar información sobre los productos que quiere adquirir?

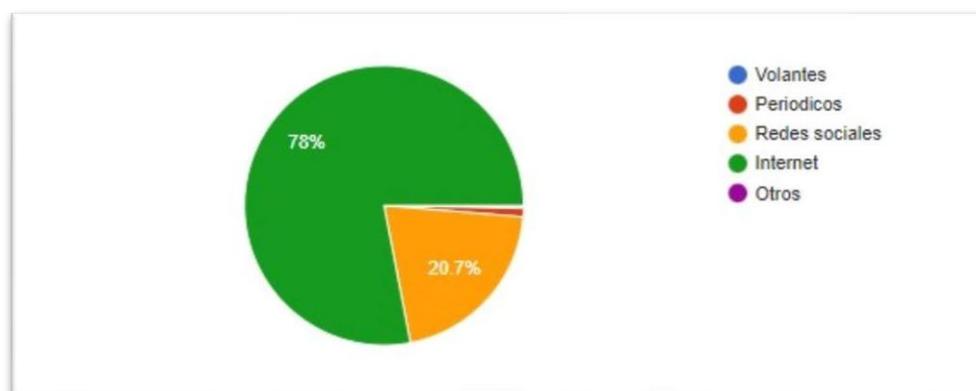


Ilustración 17. Medios de comunicación.

INTERPRETACION: En el grafico se observa que los padres prefieren consultar en internet (78%) para buscar información sobre qué productos adquirir.

12. ¿Qué red social es la que más frecuente?

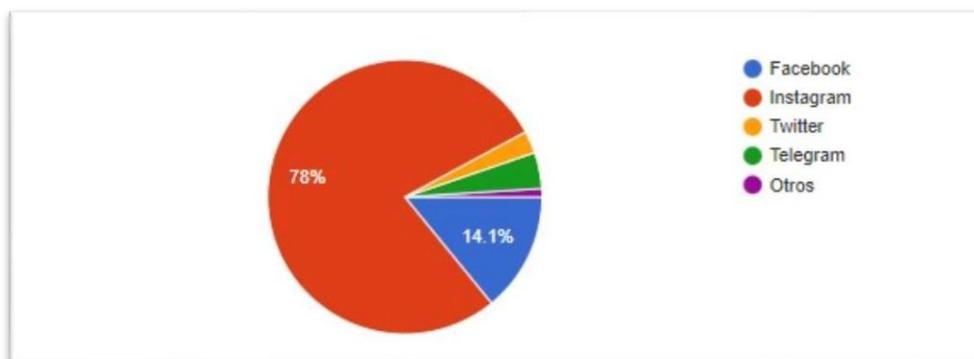


Ilustración 18. Redes sociales

INTERPRETACION: En el gráfico se observa que los padres usan más Instagram (78%) como red social.

13. ¿Estaría dispuesto a asumir el costo del delivery si la empresa le ofreciera hacer llegar estos caramelos a la puerta de su casa, a una tarifa plana?

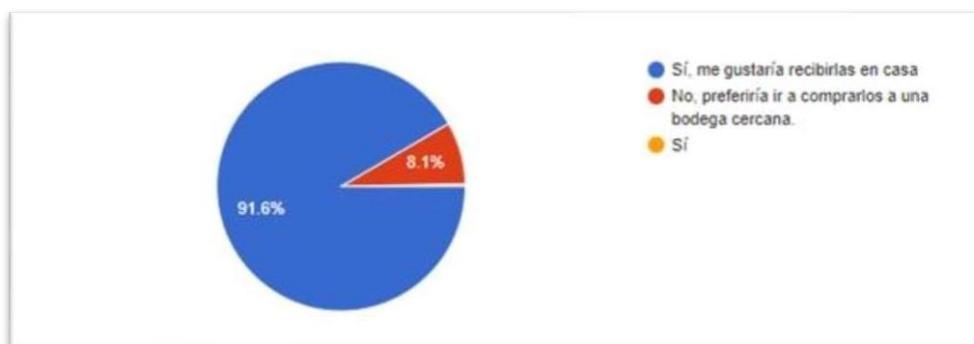


Ilustración 19. Compra de laxantes.

INTERPRETACION: En el gráfico se observa que los padres prefieren recibir en casa los productos (91.6%).

Con la información recopilada de las encuestas se ha realizado el siguiente cuadro

Tabla 13. Resultado de Encuestas

Población	161944	familias
Si tiene hijos		95.30%
Su hijo sufre de estreñimiento		93.30%
Si compraría caramelos		92.80%

Fuente: Elaboración Propia 2022

INTERPRETACIÓN: Una vez analizada y tabulada la encuesta a las zonas 2,7 y 8, nos arrojó como resultado que el 95.30% de familias si tienen hijos, por lo tanto, es muy ventajoso para la venta de los caramelos de pitahaya ya que si contamos con un buen público objetivo.

Las zonas a las cuales nos dirigimos el 93.30% de niños sufren de estreñimiento, una enfermedad que cada vez este crecimiento, poniendo la vida de los pequeños en riesgo.

El 92.80% de familias aprobaron que si comprarían estos productos: Caramelos para la regulación intestinal de Pitahaya natural.

Mercado Disponible

Esta dentro del Mercado Potencial, aquí hemos considerado aquellos clientes a los cuales el producto que estamos ofreciendo va a satisfacer una necesidad en un mercado insatisfecho y sobre todo aprovechar el incremento y la tendencia al consumo de productos naturales, después de la pandemia que hemos tenido que atravesar, por lo tanto, hemos tenido en cuenta la siguiente pregunta:

¿Su niño sufre de estreñimiento?

Tabla 14. Resultado de Encuesta

RESPUESTA	%
SI	93%
NO	7%
TOTAL	100%

Para el cálculo del mercado disponible utilizamos el resultado de la respuesta SI. El mercado disponible es = Mercado potencial x % Respuesta SI $161,944 \times 93\% = 150,608$

TOTAL: 150,608 familias

Mercado Efectivo

¿Compraría caramelos de pitahaya para la regulación intestinal elaborados con fruta natural para ayudar a su niño(a) con su problema de estreñimiento? Obtuvo como SI, el 92.8% y como NO el 7.2%. Por lo tanto, el mercado efectivo es: Mercado disponible x % definitivamente Si = $150,608 \times 92.8\% = 139,764$

Capítulo IV: Plan de Marketing

Producto

El nombre del producto es PYTACANDY, este nombre fue elegido corto, para que los clientes lo puedan recordar, PYTA de la fruta pitahaya y CANDY de caramelos.

Estos caramelos están fabricados de pura fruta (pitahaya) y miel de abeja, es un producto que no contiene preservantes, totalmente naturales y contienen un alto alimenticio, estos caramelos van ayudar a mejorar la regulación intestinal de los niños, de una manera natural sin preservantes,

la fruta pitahaya contiene una buena cantidad de fibra, lo que va a permitir que las heces no sean retenidas.

Para la creación de este producto natural hemos tenido en cuenta todos los beneficios de esta fruta, para así poder considerarla como el principal protagonista.

Estos caramelos serán bajos en azúcar, con un sabor muy atractivo para los niños.



Ilustración 20. Caramelos de pitahaya

INDICACIONES:

- Colocarlos en un sitio fresco, y no exponerlo al sol.
- Mantener cerrado el envase para que no les ingrese el aire a los caramelos y pierdan su textura.

PRESENTACIÓN:

Su presentación de estos Caramelos de pitahaya, serán envasados al vacío para conservar mejor el producto y que sus propiedades no se alteren, serán empaquetados en bolsas herméticas, fácil de manipular y evitar algún riesgo contra los niños.



Ilustración 21. Empaque de Pytacandy



Ilustración 22. Envoltura de los caramelos.

LOGO:



Ilustración 23. Logo de Pytacandy

ETIQUETA:

Aquí vamos a transmitir toda la información de nuestro producto, para que los clientes tengan conocimiento que es un producto natural, que no pone en riesgo la salud de los niños, y que les va a aportar muchos beneficios nutricionales y sobre todo no altera la flora intestinal, ni consecuencias en la salud de los más pequeños.



Ilustración 24. Etiqueta de Pytacandy

Precio

En el precio hemos tenido en cuenta todos los gastos que se van a realizar en la producción. Teniendo en cuenta la encuesta realizada y resaltando que es un producto nuevo, natural y sin preservantes, el precio del producto no incluye el pago del delivery. (El delivery será un costo adicional que lo asumirá el cliente)

PRECIO POR CONTENIDO DE BOLSAS:

Bolsas de 10 unidades= S/8.39

Bolsa de 25 unidades=S/13.69

Bolsa de 50 unidades=S/ 24.93

Bolsa de 100 unidades=S/45.73

TIPOS DE PAGO

Los clientes pueden realizar los pagos contra entrega, mediante aplicaciones o efectivo.

APLICACIONES TENEMOS:

- Yape
- Plin
- Lukita

CUENTAS PARA DEPÓSITO:

- BCP
- Scotiabank
- Continental

Plaza

Estaremos ubicados en el distrito de San Martín de Porres, nos dirigimos a los sectores 2,7 y 8, nuestras ventas serán online, para la distribución, realizaremos alianzas estratégicas con la empresa ENWAM COURIER EIRL (RUC: 20607210579), ubicada en JR los Rubíes 1900 URB. San Hilarión SJL, la cual nos ofrece cobrar una tarifa plana de S/7.90 para cualquier distrito al que nos estamos dirigiendo, estos motorizados son personas de confianza, responsables, semanalmente serán evaluados mediante una encuesta que se le realiza al cliente, para ver el grado de satisfacción de la entrega de los productos y poder evitar inconvenientes, para los delivery, se establecerán cronogramas para las fechas de entrega para cada distrito, para así centrarnos en la producción de caramelos.

Zona 2 la entrega va ser los días lunes y martes

Zona 7 la entrega es miércoles y jueves

Zona 8 la entrega es viernes y sábados.

Con respecto a la cobertura del mercado será selectiva, ya que recurriremos a ciertos intermediarios selectivos por su calidad de servicio, y no será vendido de forma masiva. Haremos uso de una distribución directa, la organización con el consumidor, ante cualquier tipo de inconveniente o reclamos, se consultarán ante la empresa PYTACANDY, para así poder buscar una solución y lograr la satisfacción de nuestros clientes.

El e-commerce en tiempo de pandemia tuvo mucho más movimiento, la gente ya se acostumbró a realizar sus compras de forma online, mediante diferentes tipos de aplicaciones, crearemos páginas web, Facebook, Instagram, donde se mostrará toda la información de la empresa, y del producto, números de teléfono, email, certificados que garanticen que los productos que les ofrecemos son naturales y de calidad, el cliente cuando haga su pedido brindara sus datos, dirección donde desea que le lleven el producto, alguna referencia como llegar, un número de teléfono para poder contactarla y un correo para enviarle información adicional o alguna encuesta sobre el delivery, la atención recibida.

Promoción

La persona más importante de la promoción es la comunicación, por ello usaremos los medios electrónicos para realizar la publicidad, como una página web, donde los clientes van a poder ver los distintos beneficios de la pitahaya y de los caramelos. Haremos uso del Marketing en Línea y en los Social Media, para así crear conciencia de marca y generar venta de productos.

Vamos a contar con distintas redes sociales como Facebook e Instagram, donde crearemos contenido que capte la atención de los clientes.

Objetivos de la Comunicación

Crear conciencia de marca

Crear actitud hacia la marca



Ilustración 25. Instagram de Pitacandy



Ilustración 26. Página de Facebook



Ilustración 27. Página de WhatsApp

Posicionarnos como una opción natural que ayude a los niños que sufren de estreñimiento. En nuestras redes sociales se realizará un sorteo, para las personas que comparten, etiqueten a 15

amigos y le den like a nuestras páginas, la persona ganadora la publicaremos en Facebook y el Instagram.



Ilustración 28. Volante de sorteo

La semana 1 de apertura, se realizará un descuento por el segundo empaque de caramelos que adquieran. Para el día del niño habrá una promoción del 10 % de descuento en la compra del producto. Cualquier promoción, vales o descuentos se publicarán en Facebook e Instagram, se le dará un buen mantenimiento de estas redes sociales ya que serán nuestros canales de ventas.



Ilustración 29. Volante de descuento.



Ilustración 30. Volante de descuento

Algunas de las publicaciones que vamos a compartir son:

- Beneficios de la Pitahaya y de los caramelos laxantes.
- Ofertas y promociones por realizar.



Ilustración 31. Beneficios de la pitahaya



Ilustración 32. Beneficios de los caramelos de pitahaya

Personal

El personal de nuestra organización será seleccionado según su capacidad, profesionalismo, desenvolvimiento y trabajo en equipo. Personas que sean responsables y así cumplir con la cultura organizacional de la empresa, es muy importante el perfil de este colaborador ya que ellos serán un punto clave para lograr nuestra visión.

Marketing Mix

Aplicaremos diferentes acciones para poder hacer conocido nuestro producto, y poder fidelizar a los compradores.

Programa de Acciones Tácticas

- ✓ Participar en ferias de innovación para poder exponer nuestro producto y que los clientes empiecen a conocerlo.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con motorizados de reparto a domicilio, para que nos cobren una tarifa única.

- ✓ Realizar alianzas estratégicas con empresas que venden productos naturales entre ellas tenemos: Gatti, Perú al Natural, también participar en distintas ferias, como la feria ecológica de Barranco y la feria EcoMarket
- ✓ Realizar un contacto personalizado con clientes y proveedores; esto se da a través de una campaña para conocer las historias de nuestros clientes y generar una propuesta de marketing para su difusión.
- ✓ Realizar campañas concretas como, por ejemplo: marketing online, campañas promocionales, etc. Con el fin de hacer conocer nuestro producto con medios y herramientas publicitarias.

Programa y Pronostico de Ventas

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES.

Tabla 15. Proyección de Ventas en Unidades

MESES	MES1	MES2	MES3	MES4	MES5	MES6	MES7	MES8	MES9	MES10	MES11	MES12	TOTAL
Caramelos													
Bolsa de 10 unds	451	456	462	468	474	480	486	492	498	504	510	517	5797
Bolsa de 25 unds	320	324	328	332	336	340	344	349	353	358	362	367	4112
Bolsa de 50 unds	162	165	167	169	171	173	175	177	179	182	184	186	2089
Bolsa de 100 unds	115	117	118	120	121	123	124	126	127	129	131	132	1483
TOTAL DE VENTAS EN UNIDADES													13481

Fuente: Elaboración Propia 2022

PROYECCION DE VENTAS MENSUALES.

MESES	Precio	MES1	MES2	MES3	MES4	MES5	MES6	MES7	MES8	MES9	MES10	MES11	MES12	TOTAL
Caramelos														
Bolsa de 10 unds	S/ 7.11	S/ 3,206.48	S/ 3,246.56	S/ 3,287.14	S/ 3,328.23	S/ 3,369.83	S/ 3,411.96	S/ 3,454.61	S/ 3,497.79	S/ 3,541.51	S/ 3,585.78	S/ 3,630.60	S/ 3,675.99	S/ 41,236.49
Bolsa de 25 unds	S/ 11.60	S/ 3,708.91	S/ 3,755.27	S/ 3,802.22	S/ 3,849.74	S/ 3,897.87	S/ 3,946.59	S/ 3,995.92	S/ 4,045.87	S/ 4,096.44	S/ 4,147.65	S/ 4,199.49	S/ 4,251.99	S/ 47,697.97
Bolsa de 50 unds	S/ 21.12	S/ 3,432.13	S/ 3,475.03	S/ 3,518.46	S/ 3,562.45	S/ 3,606.98	S/ 3,652.06	S/ 3,697.71	S/ 3,743.94	S/ 3,790.73	S/ 3,838.12	S/ 3,886.10	S/ 3,934.67	S/ 44,138.37
Bolsa de 100 unds	S/ 38.76	S/ 4,468.95	S/ 4,524.81	S/ 4,581.37	S/ 4,638.64	S/ 4,696.62	S/ 4,755.33	S/ 4,814.77	S/ 4,874.96	S/ 4,935.90	S/ 4,997.59	S/ 5,060.06	S/ 5,123.32	S/ 57,472.34
TOTAL		S/ 14,816.47	S/ 15,001.68	S/ 15,189.20	S/ 15,379.06	S/ 15,571.30	S/ 15,765.94	S/ 15,963.02	S/ 16,162.55	S/ 16,364.59	S/ 16,569.14	S/ 16,776.26	S/ 16,985.96	S/ 190,545.17

Tabla 16. Proyección de Ventas Mensuales

Fuente: Elaboración Propia 2022

Capítulo V: Plan de Operaciones

Producción de Bienes y Servicios (en función al plan de Marketing)

Localización de la Empresa

En los resultados de la encuesta podemos observar que el 15.9% viven en San Martín de Porres, los locales en esta zona son más amplios, el alquiler es mucho menos que los de la zona 7 y 8, por lo tanto, se llegó a la conclusión que nuestra planta de producción va estar ubicada en la Lima Norte que pertenece a la zona 2 de San Martín de Porres, en la AV. Fray Bartolomé de las casas 266, en el primer piso. No contaremos con una tienda presencial, ya que el tipo de comercio que se eligió es de E-Commerce.

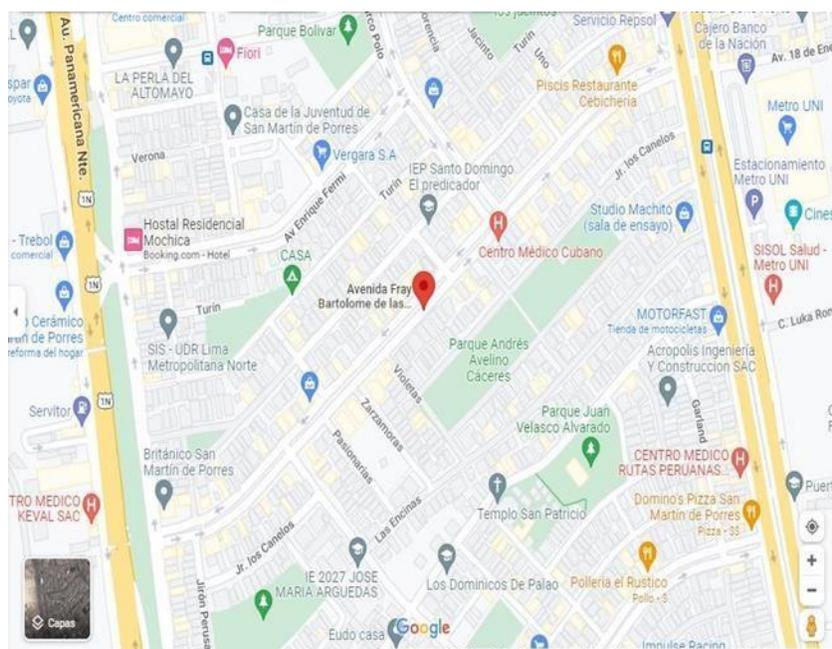


Ilustración 33. Localización de la empresa

Matriz de Localización

Para este análisis se ha empleado la matriz de localización, para poder evaluar la mejor zona, donde poder ubicar la empresa, se han tomado en cuenta los factores más relevantes.

Tabla 17. Matriz de Localización

FACTORES	PESO	ZONA 2		ZONA 7		ZONA 8	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
MATERIA PRIMA DISPONIBLE	0.2	8	1.6	2	0.4	4	0.8
CERCANIA AL MERCADO	0.1	6	0.6	3	0.3	5	0.5
COSTO DE LOS INSUMOS	0.1	6	0.6	3	0.3	4	0.4
MANO DE OBRA DISPONIBLE	0.1	8	0.8	4	0.4	4	0.4
COSTO DE ALQUILER	0.1	9	0.5	3	0.9	5	0.6
AREA DEL LOCAL	0.1	4	0.4	4	0.4	4	0.4
SEGURIDAD DE LA ZONA	0.05	5	0.25	8	0.4	7	0.35
FACILIDAD PARA LICENCIAS	0.05	7	0.35	4	0.2	4	0.2
QUE ESTE EN PRIMER PISO	0.15	9	1.35	6	0.9	5	0.75
COSTO DE FLETES	0.05	6	0.3	9	0.45	9	0.45
	1	6.75		4.65		4.85	

Fuente : Elaboración Propia 2022

INTERPRETACIÓN:

La materia prima es más disponible en la zona 2, por lo tanto, tiene una calificación alta, a diferencia de la zona 7, y zona 8, que la materia prima es un poco más escasa. En la zona 2 el mercado está mucho más cerca, en San Martín de Porres tenemos el mercado mayorista de productores “FIORY”, ubicado en AV. Marcopolo 1605, es una avenida que une donde va estar ubicada nuestra planta de producción.

El costo de los insumos en la zona 2 es mucho más barata, por lo que hay más proveedores, también contamos en SMP el mercado mayorista de frutas ubicado en Caquetá a diferencia de la zona 7 y 8 que no tenemos acceso a mercados mayoristas.

En la zona 2, la mano de obra es más disponible ya que es un sector donde hay un poco más de necesidad, por lo tanto, tiene una calificación alta.

El costo de alquiler en la zona 2 es mucho más barata. El costo de alquiler en la zona 2 es más bajo, un alquiler de local en esta zona es de S/1000 a S/1800 dependiendo el tamaño, a diferencia de los locales de la zona 7, aquí un local está en el rango de S/2.500- S/3000. El área de local en la zona 2, zona 7, zona 8 se ajustan a nuestras necesidades, ya que solo necesitamos un área para producir estos caramelos.

La seguridad en la zona 7 y 8 es mucho más confiable, hay más control, por lo tanto, tiene una calificación alta. La zona 2, hay mayor facilidad para solicitar las licencias de funcionamiento, no hay muchos obstáculos, ni tantos requisitos, en la zona 7 y 8 son más estrictos y demora más en realizar los trámites.

Layout

En este plano hemos distribuido la zona de almacén, donde van estar los equipos y maquinarias posicionadas para el proceso de producción, con sus respectivas señales de seguridad, mediante el layout el personal podrá trabajar de forma más ordenada.

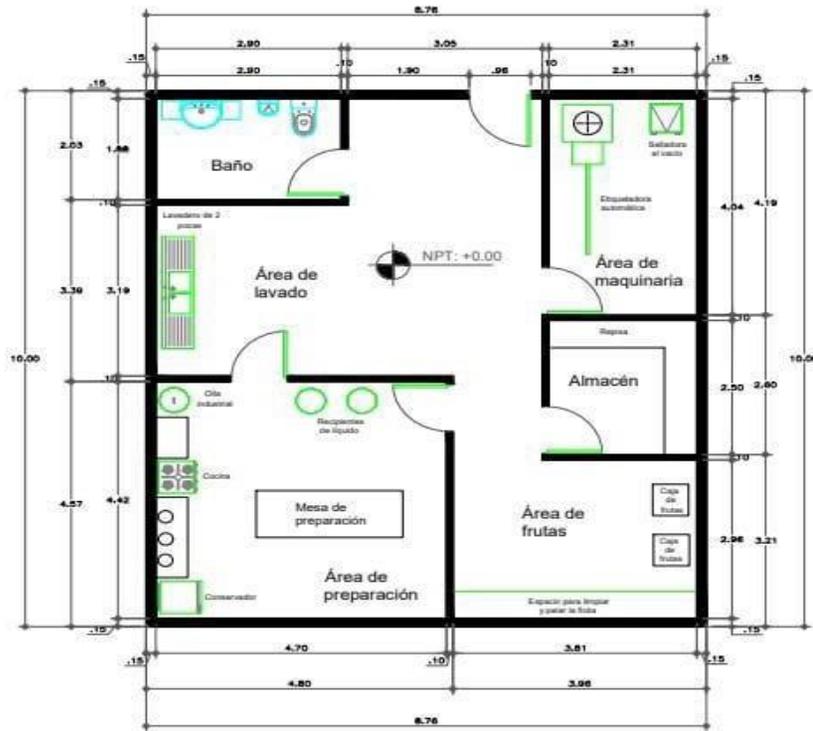
Distribución de las Áreas:

- Área de lavado de las frutas (pitahaya)
- Área de preparación (caramelos)

-Área de equipos y maquinarias.

-Área de Recepción de frutas

-Almacén



Plano con la distribución de áreas acotado y amoblado



Plano con la distribución de áreas

Escala 1:100

Los Procesos de Producción

En este punto detallaremos los pasos a seguir para la producción de los caramelos naturales de pitahaya lo cual lleva por nombre PYTACANDY.

RECEPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS.

Se recibe la fruta que este en buen estado, sana, sin manchas ni lesiones físicas, pasando por un control de calidad.

SELECCIONAMOS Y CLASIFICAMOS

Toda la fruta que no se encuentre en buen estado se descarta.

LAVADO DE LA FRUTA Y DESINFECCIÓN

Lavamos la fruta para eliminar bacterias o gérmenes que contengan.

PELAR FRUTA

Con un cuchillo o un pelador sacamos la cascara y solo dejamos la pulpa de la pitahaya y la cortamos en pedazos.

MEZCLAMOS:

Juntamos los ingredientes, entre ellos tenemos:

-Pitahaya(pulpa)

-Azúcar

-Agua

-Miel de abeja

PREPARACIÓN:

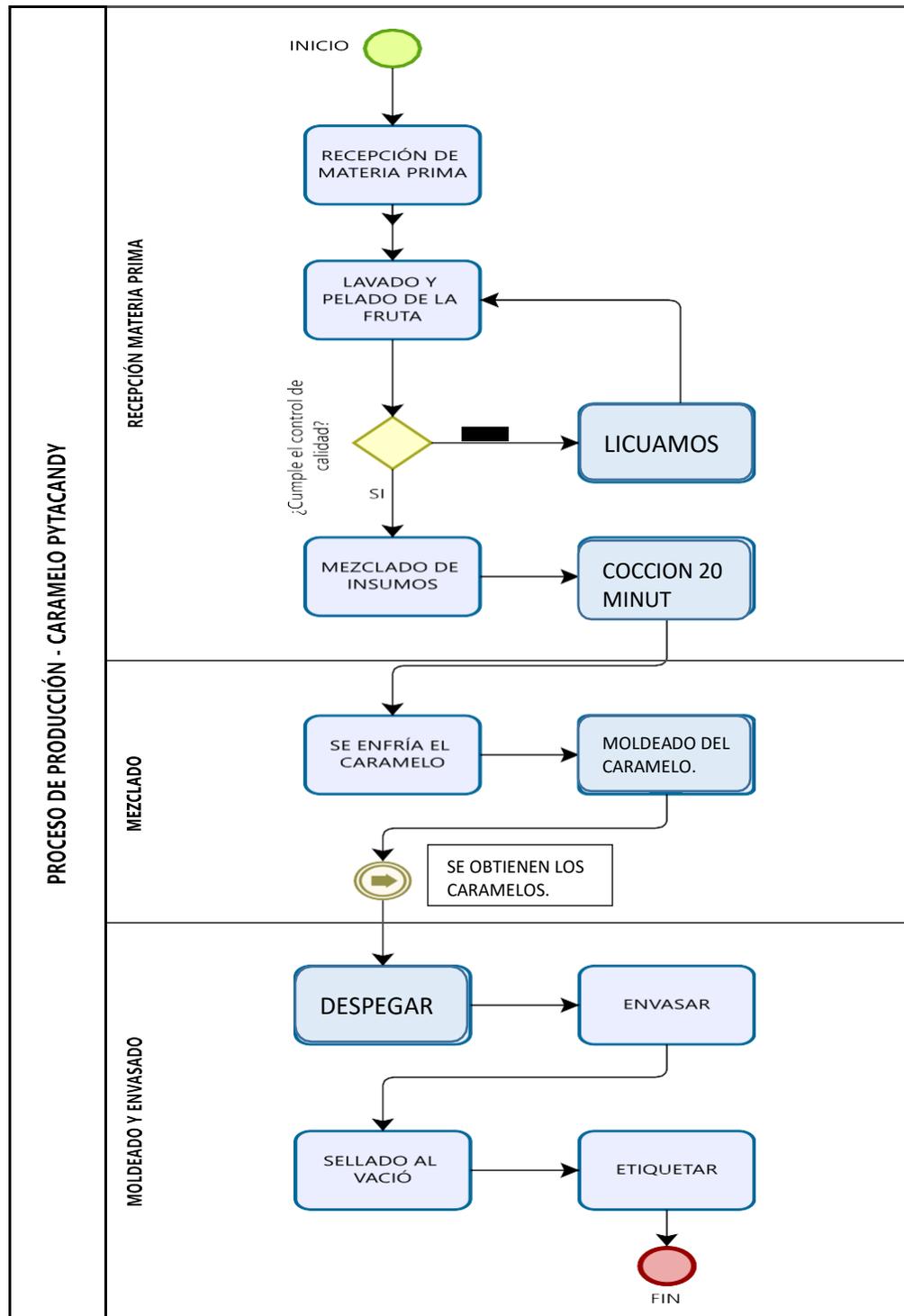
Licuamos la pulpa, la colocamos en una olla a fuego lento, le agregamos el azúcar y la miel de abeja, para que le vaya dando contextura al caramelo, con una espátula se va moviendo hasta alcanzar el punto bolita, para identificar que ya llegó al punto ,colocamos una mínima cantidad del producto en un recipiente con agua helada, se va formar una contextura semi dura, luego vamos llenando la preparación en los moldes de silicona para q sea más fácil de sacar, lo dejamos que enfrié para poder desmoldar los caramelos, tenemos que envolverlos para evitar que se contaminen, luego los empaquetamos en bolsas herméticas de plásticos.

Empaquetamos según el contenido.

De 10 caramelos, 25 caramelos ,50 caramelos y de 100 caramelos, son sellados al vacío para mantener mucho mejor su duración, ya que son caramelos sin preservantes concluyendo con el etiquetado.

Diagrama de Flujo

Tabla 18. Diagrama de Flujo



Capacidad Instalada.

El siguiente cuadro muestra cual será nuestra capacidad instalada para la producción de caramelos de pitahaya.

Tabla 19. Tabla de producción

BOLSAS	CONTIENE POR EMPAQUE
35	50 CAMELOS

Fuente: Elaboración Propia 2022

Fuente: Elaboración Propia 2022

EVOLUCION	TIEMPO MINUTOS	TIEMPO HORAS
Lavado y pelado de la fruta	50	0.83
Licuar	20	0.33
Mezclado de insumos	20	0.33
Cocción	20	0.33
Moldeado	80	1.33
Despegarlos	40	0.67
Envasar	50	0.83
Sellado al vacío	30	0.5
Etiquetar	35	0.58
Gestión de Calidad de los caramelos laxantes.	35	0.58
TOTAL	380	6.33

Interpretación:

- ✓ La producción se realizará 6 días a la semana, de lunes a sábado.
- ✓ Horas trabajadas 6.33 diarias, a estas horas de producción le agregaremos 1 hora de refrigerio, 15 minutos de ir a los servicios higiénicos y unos 12 minutos de descansó lo cual sumaria unas 8 horas para la elaboración de 1750 unidades de caramelos.
- ✓ Este proceso corresponde a 35 bolsas que contienen 50 caramelos. $35 \times 50 = 1750$ unidades. Tiempo de producción para las 35 bolsas, es de 8 horas.

Maquinaria

Para el área de producción de los caramelos de pitahaya se necesita las siguientes máquinas y equipos:

Tabla 20. Muebles y Maquinaria y Equipo

Equipos, Maquinarias y Materiales	CANT	PU	TOTAL
Licuadoras	2	S/ 250.00	S/ 500.00
Extintor 2Kilos	2	S/ 59.90	S/ 119.80
Cocina con Horno x 4 hornillas	2	S/ 1,800.00	S/ 3,600.00
Etiquetadora industrial	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
Estandares para el Almacenamiento	2	S/ 180.00	S/ 360.00
Mesa de acero inoxidable	1	S/ 900.00	S/ 900.00
Tachos de Basura	3	S/ 8.00	S/ 24.00
Moldes de silicona de 180 caramelos	10	S/ 50.00	S/ 500.00
Azucarera grande	2	S/ 20.00	S/ 40.00
Mandil	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Utensilios	10	S/ 5.00	S/ 50.00
Baldes	10	S/ 30.00	S/ 300.00
Recipientes de líquidos industriales	3	S/ 40.00	S/ 120.00
POS de VISA	1	S/ 119.00	S/ 119.00
Mesa de trabajo (muebles)	2	S/ 100.00	S/ 200.00
caja registradora	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Uniforme(Camisa, pantalon, mandil)	2	S/ 50.00	S/ 100.00
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
calculadora	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Computadora	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Sillas de oficina	2	S/ 229.90	S/ 459.80
Sellos	3	S/ 5.00	S/ 15.00
Tampones	1	S/ 8.00	S/ 8.00
Impresora Multifuncional	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Engrampador y perforador	1	S/ 13.00	S/ 13.00
Memoria USB	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Tachos (basura)	1	S/ 8.00	S/ 8.00
Contenedor de basura	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Escoba	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Recogedor	2	S/ 4.00	S/ 8.00
Trapeador	2	S/ 9.00	S/ 18.00
Total E., M. Y M.			S/ 14,022.60

Logística de Entrada

Para poder cumplir con este proceso de manera eficiente nos concentraremos en comprar y organizar el movimiento de ingredientes y/o inventario terminado.

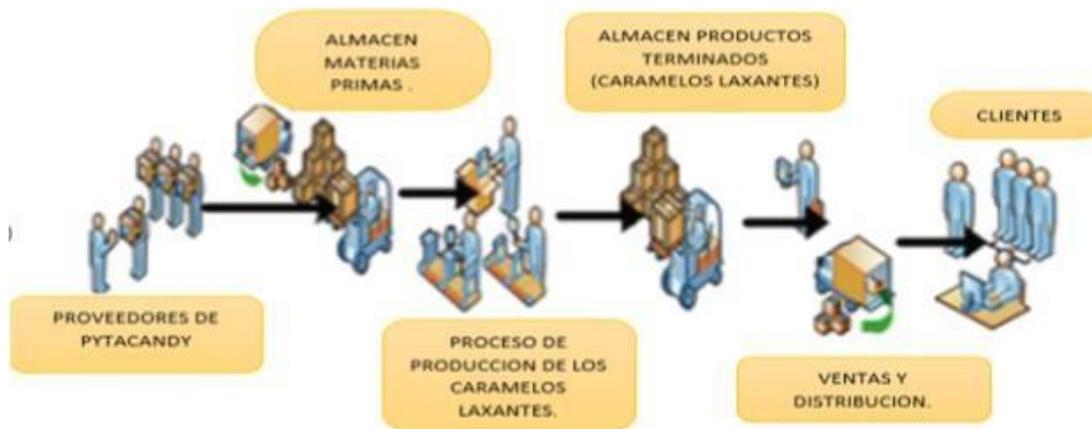


Ilustración 35. Logística de Entrada

El primer paso es comprar la materia prima, luego esta materia prima va a ser procesada para obtener como resultado caramelos naturales de Pitahaya, estos caramelos van a ser envueltos y luego distribuidos a los distintos clientes que los compran.

Compras

Se realiza el pedido de materia prima, para los caramelos, sería el azúcar, la miel de abeja, pitahaya, estos insumos van a ser de calidad, y por lo tanto la fruta tiene que estar en buen estado ya que es el componente principal para la preparación, a nuestros proveedores.

Almacenamiento

Recibimos las mercancías, fiscalizando que las frutas no estén descompuestas, que estén aptas para el consumo y la azúcar tiene que estar en una fecha vigente, no manteniendo algún tipo de materia rara. Se recibe 70k de fruta pitahaya fresca, 7lt de miel de abeja, 25k de azúcar. Esta

cantidad de insumos se utilizará para un aproximado de 6 días de producción, con una jornada de 8 horas, los empaques diarios que se obtendrán son de 35 bolsas que contienen 50 caramelos. Una vez que se examina que todo está bien con lo solicitado, se va a registrar en lo que son los inventarios del almacén, donde será colocado en una conservadora bajo temperaturas, para mantener su conservación, para luego ser usada en el proceso de producción.

Proveedores

Todo Fresco – Distribuidora de frutas y verduras-Hemos elegido a esta empresa porque está en el distrito de San Martín de Porres, la Pitahaya no es una fruta que la encuentras en cualquier puesto de fruta, y esta distribuidora la tiene a buen precio y nos ofrecen productos frescos y de calidad.

Miel del norte – Proveedores de miel de abeja con alta calidad.

Tiendas Vega – Esta empresa va a ser nuestro proveedor de azúcar, hemos elegido esta empresa porque tiene varias sedes, y en caso no se encuentre un producto tenemos otras opciones, además esta tienda tiene más de 20 años en el mercado, y varias marcas para poder elegir la mejor opción.

Logística de Salida

Existen dos componentes muy importantes para la logística de salida y son:

Productos Terminados

Para lograr productos de calidad y poder atender a nuestros clientes debemos contar con una infraestructura adecuada, como el lugar donde se van a mantener los caramelos va a estar a temperatura ambiente, sin que llegue a ser muy húmedo, para que no se deteriore los caramelos.

Despacho y Distribución

Para este componente hemos evaluado y analizado alianzas estratégicas con la empresa ENWAM COURIER EIRL (RUC: 20607210579), la cual cumple con todos los requisitos solicitados, son personas que ya trabajan en la actualidad con nosotros en lo que es delivery, han demostrado ser colaboradores empáticos, educados y tienen un buen trato con los clientes.

Asimismo, una vez contratados se realizará una encuesta, a los clientes para ver cuál fue el trato de la persona que realizo el delivery.

Encuesta para la Evaluación del Delivery

1.- Tu pedido lo recibiste en excelentes condiciones?

- a) SI
- b) NO

2.-Que puntaje le darías a la persona que te realizo el delivery?

- a) 1
- b) 2

c)3

d)4

e)5

3.-El repartidor llegó a la hora acordada.?

a) SI

b) NO

4.-Qué opinas del repartidor?

La entrega de los pedidos se programará por diferentes días por distritos, para que la entrega sea más rápida y que los motorizados nos establezcan una tarifa única, ya que ellos serán los únicos que realizara todas las entregas que la empresa PYTACANDY.

Los Días lunes y martes se realizará la entrega en el sector 2 que comprende los distritos de los Olivos, Independencia y San Martin de Porres.

Miércoles y jueves se realizará en el sector 7: Miraflores, S. Isidro, Surco, Molina y S. Borja.

Viernes y sábados se realizará en el sector 8: Surquillo, Barranco, Chorrillos y San Juan de Miraflores.

Capítulo VI: Organización de la Empresa

Estructura de la Organización

Una adecuada estructura define las características de la organización, así mismo establece cadenas de mando, organigramas, jerarquías, etc. De esta manera se puede producir bienes en forma controlada y ordenada para que la empresa genere valor. A continuación, se presenta el organigrama que nos ayuda a representar de manera jerárquica la estructura de la empresa.

Plan de Gestión del Talento

Organigrama

A continuación, se presenta el organigrama que nos ayuda a representar de manera jerárquica la estructura de la empresa.

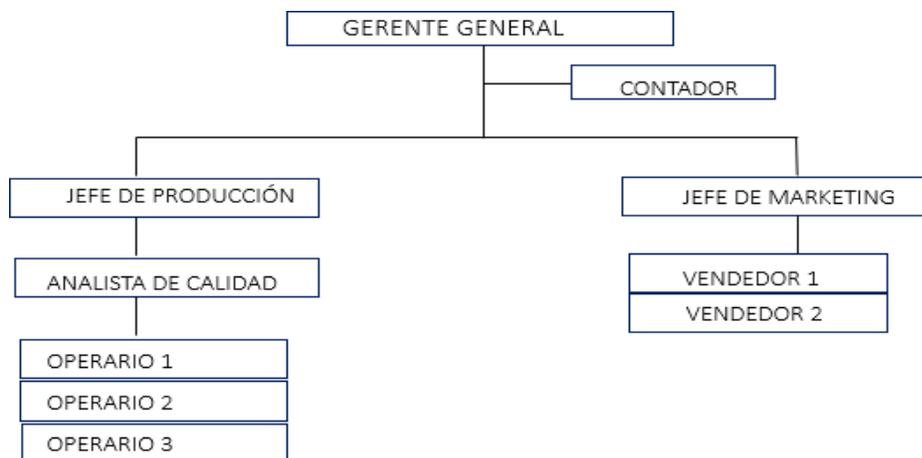


Ilustración 36. Organigrama.

Gerente general es la persona encargada de cuantificar todos los procesos necesarios en la empresa, realizar los pronósticos para poder así anticiparnos a cualquier problema que pueda surgir.

El Área de Producción tendremos 3 operarios, el jefe de producción se encarga de que se cumpla el proceso productivo, realizando un control y seguimiento para que se realice de manera óptima y eficaz.

El analista de calidad será el que tome la decisión en recibir o rechazar, los insumos que se van a utilizar para la producción, que se encuentren en buenas condiciones, para poder lograr cumplir los objetivos de la empresa.

El será quien evalué que el producto está apto para la venta, sin ningún tipo de restricciones.

El Área de Marketing y Ventas, tendremos dos vendedores, cuando nuestro producto sea lanzado al mercado será una interrogante según el ciclo de vida del producto, es por eso que el área de marketing es tan importante porque será la encargada de darlo a conocer a nuestro público, ya que la empresa realizara las ventas de manera virtual, el marketing se enfocará en las redes sociales, siendo la principal red: Instagram ya que nuestro público objetivo usa más esta red social.

Principales Funciones que se Requieren en el Negocio

Gerente

Objetivo del Puesto: Gestionar las operaciones de la empresa para que sea lo más rentable posible.

Funciones: planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo de la empresa.

Responsabilidades

- ✓ Panificar los objetivos a mediano y largo plazo

- ✓ Analizar las problemáticas de la empresa del aspecto administrativo, financiero, entre otros.

- ✓ Concluir o deducir los análisis efectuados anteriormente.

Requisitos

- ✓ Tener de 35 años a más.

- ✓ Ser licenciado en la carrera de Administración o afines.

- ✓ Tener mínimo cinco años de experiencia en puestos similares.

Encargado del área de Contabilidad y Finanzas

Objetivo del Puesto: Registrar usar de manera adecuada los recursos de la empresa.

Funciones:

- ✓ Confección de cuentas anuales y cierre del ejercicio,

- ✓ Elaborar la información que sirve de soporte para la preparación del presupuesto

- ✓ Elaborar los informes de los estados contables

- ✓ Gestionar, controlar y conformar las facturas de proveedores y acreedores.

Responsabilidades

- ✓ Formulación clara y precisa del procedimiento de presentación y elaboración de estados contables

- ✓ Asegurar la comprensibilidad y calidad de la información contable.

- ✓ Brindar información contable verificable y objetiva.

- ✓ Realizar un plan de cuentas de la empresa tomando en cuenta el plan general de contabilidad

- ✓ Presentar el cierre contable del ejercicio.

Requisitos

- ✓ Ser titulado en la carrera de Contabilidad

- ✓ Poseer la colegiatura.

- ✓ Poseer experiencia mínima de cinco años en el rubro de producción.

Encargado del área de Producción

Objetivo: Controlar los procesos del área de Producción para que sean realizados de manera eficiente.

Funciones

- ✓ Coordina y crea planes de producción.

- ✓ Diseña el plan de producción, basándose en el plan estratégico de la empresa.

- ✓ Se encarga de supervisar la labor realizada por los trabajadores en planta.

- ✓ Es el encargado gestionar los recursos disponibles para la producción.

- ✓ Es el encargado de supervisar el mantenimiento del área productiva, asegurándose de su correcto funcionamiento y la integridad de todos los equipos y máquinas.

- ✓ Provee cualquier incidencia con materiales, deterioró o perdidas.

Responsabilidades

- ✓ Cumplir con la tarea de integrar a los colaboradores con la parte técnica de la organización
- ✓ Gestionar y planificar las tareas de los colaboradores de planta, asegurando su seguridad, rendimiento y productividad.

Requisitos

- ✓ Bachiller o titulado en ingeniería industrial o carreras afines.
- ✓ Tener 3 años de experiencia a más en puestos similares.

Encargado del Área de Marketing

Funciones

- ✓ Realizar la planificación e implementar las estrategias.
- ✓ Realizar la dirección de promociones y campañas
- ✓ Establecer objetivos
- ✓ Hacer la marca reconocida.

Responsabilidades

- ✓ Debe proporcionar orientación, dirección y liderazgo.
- ✓ Debe evaluar y desarrollar la estrategia de marketing y el plan de marketing.
- ✓ Debe encargarse del plan de marketing
- ✓ Debe investigar a los clientes potenciales

Requisitos

- ✓ Bachiller o titulado en la carrera de Marketing o afines.

- ✓ Experiencia de dos años o más en puestos similares.

Encargado del área de recursos humanos

Objetivo: Potenciar los talentos de los colaboradores y velar por que sus derechos sean cumplidos.

Funciones

- ✓ Realizar el seguimiento al proceso de reclutamiento
- ✓ Realizar la supervisión de contratación de nuevos trabajadores
- ✓ Crear relaciones interpersonales
- ✓ Realizar la Gestión de los procesos correspondientes a la nómina, beneficios o compensación.
- ✓ Anticiparse a las tendencias laborales.

Responsabilidades

- ✓ Implementar y desarrollar iniciativas y estrategias de Recursos Humanos
- ✓ Tender puentes en las relaciones de la dirección y los empleados ocupándose de las reivindicaciones, demandas y otros problemas.
- ✓ Gestionar el proceso de reclutamiento y selección.

Requisitos

- ✓ Ser egresado de la carrera de Recursos Humanos, Administración o afines
- ✓ Tener 30 años o más

- ✓ Manejo de Excel Intermedio
- ✓ Ser empático, saber trabajar en equipo y colaborativo

Políticas y Estrategias para la Administración del Talento

Ese talento que tiene cada colaborador viene ser el potencial de la empresa en cuanto a competencias, experiencias, aptitudes, conocimientos, motivación, interés, etc. Lo mencionado anteriormente puede ser aplicado para el entorno laboral.

Si sacamos lo mejor de cada colaborador a nivel individual sumará a la mejora del equipo y así se logrará la mejora continua, la excelencia que nos va a llevar a la rentabilidad de la empresa y como resultado generaremos valor.

1. Hallar la Listeza

Encontrar la listeza de los trabajadores puede resultar difícil, e incluso nos puede parecer invisible, pero no debe ser así para la empresa, ya que cuando el colaborador realiza funciones en las que no puede lucirse, mostrar su potencial al máximo ni dar rienda suelta a su creatividad, no generar el valor deseado. En este aspecto un papel básico juega el departamento de Recursos Humanos y como no es siempre fácil descubrir el talento, es necesario formar adecuadamente o contar con los mandos intermedios en gestión de habilidades y desarrollo competencial.

2. Utilizar el talento adecuadamente

Una vez que el talento ha sido detectado, arriba la parte sustancial I del proceso: hallar a cada trabajador en el nivel jerárquico más adecuado para que así ese potencial no se quede oculto con funciones, tareas y responsabilidades que no respondan con las posibilidades y perfil de cada trabajador. La persona comisionada de esta planificación del talento debe ser conocedor perfecto del funcionamiento y estructura de la empresa para que así pueda engastar con los variopintos talentos de diversos puestos, responsabilidades y jerarquías sin que, en ningún momento, pueda verse comprometido el funcionamiento correcto del conjunto de la empresa.

3. Incentivar y conservar el talento

Es primordial retener a los mejores talentos dentro de la empresa es y esto se podrá conseguir solo si se aplica una motivación completa, que satisfaga tanto las necesidades económicas, bienestar, desarrollo personal y reconocimiento. Si el empleado no se siente bien en la empresa, tarde o temprano acabará aceptando otra oferta en la competencia.

4. Componer nuevos talentos

También se crea el talento. Para obtener nuevos talentos dentro de la organización y que inserten, sustenten y perfeccionen el que ya ha sido detectado, es necesario involucrar a todos los empleados en nuevos retos de forma constante y así crear un entorno en cual la empresa se prime de la polivalencia, los deseos de auto superación, la proactividad y la autonomía.

5. Aclimatar la organización al talento de sus integrantes

El sistema empresarial y económico se caracteriza en la contemporaneidad por la interrelación de factores, la globalización y los cambios a la velocidad de la luz, es por ello que las empresas deben tener la capacidad de adaptarse a los distintos tipos de contextos, lo que hace que

en ocasiones esto pueda significar adaptar también la forma de funcionar de la propia organización al talento de sus colaboradores. Y es frecuente de que las empresas tengan unos sistemas de producción tan rígidos que dificultan, e incluso a veces impiden, que los colaboradores puedan expresar su creatividad y talento.

Así mismo generaremos diferentes actividades para sacar a nuestros colaboradores de la rutina. Como por ejemplos:

Sorteos: Se harán una vez al mes con los colaboradores que hayan logrado realizar los objetivos planteados para ese periodo.

Sistema de Productividad

La productividad es un pilar importante de toda organización, es por ello que contaremos con un plan de productividad tomando en cuenta aspectos relevantes para obtener como resultado que los colaboradores alcancen su potencial, pero a la vez se sientan satisfechos con trabajo realizado.

Personal Capacitado

Se les ofrecerá distintos temas para que puedan elegir dependiendo de su rubro, no solo para que obtengan conocimiento, sino para que estén al tanto de nuevas tendencias y formas de realizar su trabajo, ya que lo que hoy es tendencia mañana ya está obsoleto.

Metas y Objetivos establecidos

Los puntos mencionados anteriormente son como el norte de la empresa, el rubro que debe tomar sin metas no sabemos a dónde direccionarnos, ni como dividir el tiempo para realizar nuestras tareas, es por ello que tendremos metas y objetivos: semanales, mensuales, trimestrales, semanales y anuales. Hemos elegido agruparlos de esta forma porque cuando un objetivo se desglosa en partes más pequeñas, y de esta forma el colaborador no las veas como “muro imposible de alcanzar,”

Galardonar el Ingenio

Mientras más personas aporten ideas al trabajo se abran más oportunidades de mejorar, por lo tanto, los colaboradores que aporten ideas o procedimientos que mejoren ciertos aspectos de la organización, aporten soluciones a problemas, serán premiados a fin de año, se contará con indicadores y así se elegirá quien recibirá este beneficio.

Colocar un caudal para tecnología

La tecnología es una parte muy importante de las organizaciones, no nos debemos preguntar si debemos implementar sino ¿qué es lo que vamos a implementar? Es por ello que implementaremos un sistema en procesos para mejorar la gestión en el área, esto nos va a permitir un control más preciso en cuanto a ingresos, egresos, informes generados, nuevos clientes, clientes potenciales.

La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones

Al ser una empresa que recién inicia actividades usaríamos el contrato sujeto a modalidad, de naturaleza temporal, en el tipo de incremento de actividad, estos contratos no se extienden más de tres años.

La Planilla de La Empresa o Presupuesto de Las Remuneraciones.

Tabla 21. Planilla de la Empresa pitacandy

PLANILLA MYPE						
N°	Cargo	REMUNERACIÓN	ASIGNACION FAMILIAR	SIS	TOTAL	
1	Gerente General	S/ 2,500.00	No	S/ 15.00	S/	2,515.00
2	Jefe de Producción	S/ 2,000.00	No	S/ 15.00	S/	2,015.00
3	Jefe de Marketing	S/ 2,000.00	No	S/ 15.00	S/	2,015.00
4	Analista de Calidad	S/ 1,500.00	No	S/ 15.00	S/	1,515.00
5	Operarios 1	S/ 1,300.00	No	S/ 15.00	S/	1,315.00
6	Operarios 2	S/ 1,300.00	No	S/ 15.00	S/	1,315.00
7	Operarios 3	S/ 1,300.00	No	S/ 15.00	S/	1,315.00
8	Vendedor 1	S/ 1,300.00	No	S/ 15.00	S/	1,315.00
9	Vendedor 2	S/ 1,300.00	No	S/ 15.00	S/	1,315.00
TOTAL PLANILLA						S/ 14,635.00

Fuente: Elaboración Propia 2022

Aspectos Legales y Tributarios

Legales

El tipo de empresa será una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C).

Constitución De La Empresa:

La empresa que se va a constituir será una S.A.C (Sociedad Anónima Cerrada) y por lo tanto tenemos que realizar una serie de requisitos.

- En esta sociedad pueden ingresar un mínimo de dos socios hasta un máximo de veinte socios.

- No es necesario tener un directorio, igual puede funcionar.

- Puede administrar amplios capitales sin verse afectada.

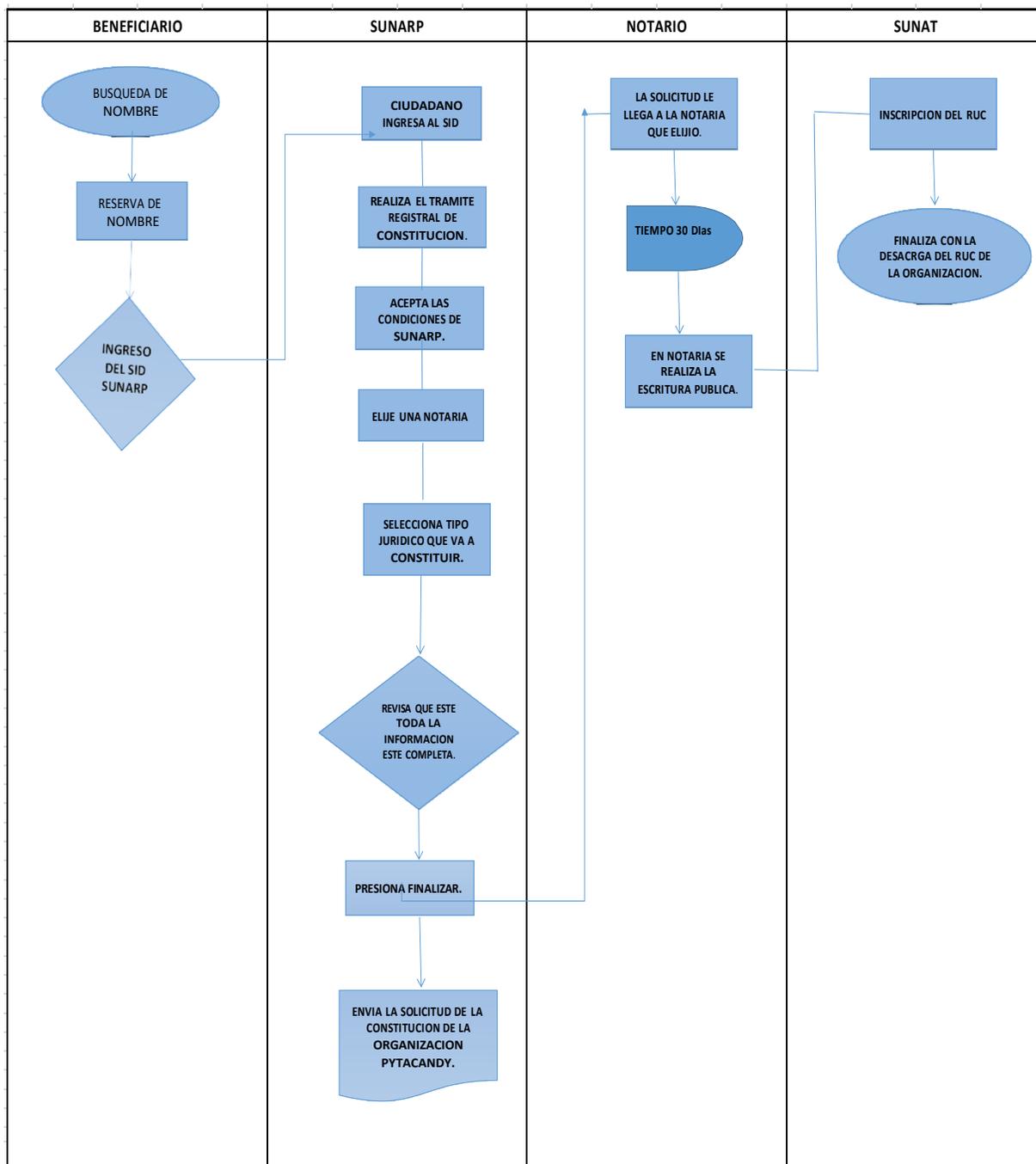
- Otras personas no pueden acceder a la autenticidad de los socios.

- Es una sociedad más activa.
- Conocida por sus abreviaturas S.A.C
- Está estructurado por una asamblea General de Accionistas, el directorio es algo opcional no es obligatorio y concluimos con la gerencia.
- Las aportaciones pueden ser dinero o bienes.
- Cualquier tipo de transferencia que se realice de acciones se debe anotar en el libro de MATRICULA DE ACCIONES que tiene la sociedad.

Tabla 22. Procedimientos para Constituir la Organización

Diagrama de proceso de constitución de la organización.

Tabla 23. Diagrama de Proceso de Constitución de la Organización



Interpretación:

Para buscar el nombre tendremos que pagar un monto de 6 soles, no es obligatorio este servicio, pero si debes tener claro que el nombre que tiene tu empresa no debe ser parecido al de otra organización, el resultado del nombre buscado es inmediato. Nos vamos a identificar mediante la razón social: SOLUCIONES NATURALES S.A.C

Una vez que tienes el nombre se realiza el pago de 22 soles para reservar el nombre PYTACANDY en Sunarp.

Ante un notario creamos la minuta de la empresa, incluyendo los socios que forman parte de ella. (Judith Torres Jeri) dejando claro los acuerdos de la organización y que tipo de actividad van a realizar.

El capital abonado será el siguiente:

ESTRUCTURA DE CAPITAL			
Préstamo Bancario	S/	14,232.28	40%
Aporte del accionista	S/	21,348.42	60%
Total Estructura de capital	S/	35,580.70	

Tabla 24. Capital - Aporte de Socios

Interpretación:

Aporte de los Socios

Se colocará el monto que aportará el socio, el notario se encargará de revisar la minuta y luego tener que elaborar la escritura pública, firmarla y sellarla por los socios y el notario. Esta escritura pública vendría hacer como el acta de nacimiento de la empresa PYTACANDY. Concluimos con inscribirla en Registros Públicos en SUNARP ubicada en el distrito de San Martín de Porres, tiene un tiempo de aprobación de 24 horas.

Se inscribe al RUC, es totalmente gratis en SUNAT, ellos te generan una clave, esta clave te sirve para que puedas ingresar a realizar operaciones, cambiar tu información, ver deudas, entre otros.

Tributarios

Nuestras ventas anuales son S/ 190,545.17 por lo tanto la organización si califica para ser una micro empresa.

Tabla 25. Datos Tributarios para MYPE

Microempresa	Hasta	150	UIT de ventas anuales.
--------------	-------	-----	------------------------

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 26. Proyección de Ventas

Ingresar valor 1 UIT del año 2022:	4,600.00	soles.
Ventas anuales proyectadas:	190,545.17	soles.

Fuente: Elaboración Propia 2022

Nos ubicaremos en un régimen MYPE, en este tipo de régimen vamos a poder otorgar a los clientes boletas, notas de crédito, facturas, mientras nuestras ventas no sean mayores a 1700 UIT anuales, podemos permanecer en este régimen, ya que nos ofrece requisitos más sencillos para poder realizar las obligaciones tributarias.

En el MYPE tributario tenemos que cumplir con 2 tasas

El IGV

Impuesto General a las Ventas, este impuesto es el cliente final, lo encontramos en el precio de la compra de los productos tangibles o intangibles que se van a adquirir.

El 16 % va a cada operación grabada (IGV), y el 2 % el (IPM) suman una tasa de 18 %, el IGV es igual al valor de la venta por 18%, el valor de la venta más el IGV sería igual al precio de venta.

Impuesto a la renta

Se pagará según el enunciado:

Tabla 27. Impuesto a la Renta

PAGOS MENSUALES	
INGRESOS	TASA
solo hasta 300 UIT	El 1%
Mayor de 300 UIT hasta 1700 UIT	Coeficiente o 1.5%

Fuente: SUNAT 2022

Tabla 28. Impuesto a la Renta (IR)

IMPUESTO A LA RENTA ANUAL (IR)	
REBNTA ANUAL	TASA
Hasta 15 UIT	El 10%
Mayor de 15 UIT	El 29.5%

Fuente: SUNAT 2022

Tabla 29. Beneficios a Colaboradores de Micro-Empresa

MICRO-EMPRESA BENEFICIO A LOS COLABORADORES
EL trabajo del personal es de 8 horas.
Cuentan con una (RMV) Remuneración Mínima Vital.
Sí realizan trabajos sobretiempos se les otorga una remuneración
Tienen 15 días de vacaciones
Cuentan con SIS que paga la empresa.

Fuente: SUNAT 2022

Requisitos Para Que Pueda Realizar Sus Actividades La Empresa Pytacandy:



Ilustración 37. Requisitos para Realizar Actividades

Formato De Licencia De Funcionamiento.

El pago q se realiza es según el tipo de riesgo que tenga la empresa, PYTACANDY le corresponde el pago de S/ 131.60, incluye Defensa Civil y la licencia de funcionamiento . El área de nuestra empresa es de 80 mts 2, fue aprobada como riesgo medio, por lo tanto, esta licencia de funcionamiento no tiene fecha de vencimiento es indeterminada.

Tabla 30. Tasa para Licencia de Funcionamiento

PAGOS PARA SACAR LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO SEGÚN EL TIPO DE RIESGO.			
RIESGO BAJO	RIESGO MEDIO	RIESGO ALTO	RIESGO MUY ALTO
S/ 109.90	S/ 131.60	S/ 317.40	S/ 615.70

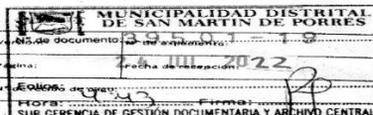
Ilustración 38. Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento

253948



MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
LEY Nº 24976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MARTÍN DE PORRES
Sub Gerencia de Gestión Documentaria y Archivo Central

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)

<p><input checked="" type="checkbox"/> Indeterminada</p> <p><input type="checkbox"/> Temporal</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario: Tipo de anuncio (especificar):</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para cesionario</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales</p>	<p><input type="checkbox"/> Modificación de área</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación a nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento</p> <p>Indicar nueva denominación o nombre comercial:</p>	<p><input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (especificar):</p>
--	---	--

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres/ Razón social

Soluciones Naturales S.A.C

N° DNI/ N° C.E. 45709729	N° RUC	N° Teléfono 99703907	Correo electrónico YesterGazan5@gmail.com
Av./ Jr./ Ca./ Pta./ Otros Av. Bartolome de las Casas 266		Dirección SMP Lima	

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellidos y Nombres Torres José Judith	N° DNI/ N° C.E. 47190890	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)
---	-----------------------------	---

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre comercial

Giro/s Producción y comercialización	Actividad comercio	Zonificación D14-0
Av./ Jr./ Ca./ Pta./ Otros Av. Bartolome de las Casas 266		Dirección SMP Lima

Entidad que otorga autorización

Denominación de la autorización sectorial

Fecha de autorización

Número de autorización

Área total solicitada (m²)

80

* Cobros de ubicación

MUNICIPALIDAD

RIESGO MEDIO

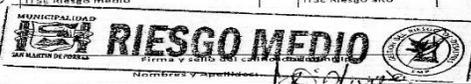
 <p>MUNICIPALIDAD SAN MARTÍN DE PORRAS</p>	<p>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</p> <p>LEY N° 28975 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones</p>	Versión: 01	N° de expediente:
		Página:	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	
V. DECLARACIÓN JURADA			
<p>Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)</p> <p>Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).</p> <p>El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.</p> <p>Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).</p> <p>Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación es sujeta a fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, seré aplicará las sanciones administrativas penales correspondientes, declarando la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.</p>			
<p>Observaciones o comentarios del solicitante:</p> <p style="text-align: center; font-size: 1.2em;">923 010089 D.C.</p>			
<p>Fecha:</p> <p style="text-align: center;">  Firmado por el solicitante/ Representante legal/ Apoderado DNI: 4749 0870 Nombres y Apellidos: Judith Torres Jeri </p>			
VI. CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)			
<p><input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo <input checked="" type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto</p> <p style="text-align: center;">  Nombres y Apellidos: Judith Torres </p>			
* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.			
INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO			
<p>Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades" solo debe completarse la sección I.VIII. De haber marcado "Transferencia de la modalidad de funcionamiento", debe adjuntarse copia simple del contrato de transferencia o de la ley de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 000-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".</p> <p>Sección II: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el establecimiento no puede tener una licencia de funcionamiento, si el establecimiento no realiza ninguna modificación, ampliación o renovación de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.</p> <p>Sección III: En caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.</p> <p>Sección III: Si es necesario la inscripción de personas naturales, adjuntar o registrar o simplificar o poder del poderdante indicando de manera obligatoria el número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).</p> <p>Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIU" y "GIC/S" son cumplidos por el representante de la municipalidad.</p> <p>Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieran una autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.</p>			

Ilustración 39. Lado 2

La empresa debe contar con diferentes tipos de certificados entre ellos tenemos:

- El Certificada De Fumigación (Este certificado tiene un tiempo de duración de 1 año).
- El Certificado De Operatividad.
- El local debe tener luces de emergencias.
- Detector de humo, para evitar accidentes graves.
- En la entrada del local debe estar ubicado el extintor, para apagar incendios si se da el caso.

- Contar con un botiquín equipado.
- Cada uno de ellos debe tener señalizaciones.

CB&C CORPORACIÓN BETTY & COURIER S.A.C.
 JR. CELESTINO AVILA GODOY 946 URB. EL ROSARIO S.M.P.
 985511116 - 7946868 - 5681257 - 977229222
 RESOLUCIÓN N° 057-2007-DESA-DSBHAZ V.L.C. **N° 020495**
 R.U.C. 20501724221

En concordancia a la Nueva Ley de Salud 26842 y la Ley Orgánica de Municipalidades 27972 y el Decreto Supremo 022-2001

CERTIFICADO DE SANEAMIENTO AMBIENTAL (FUMIGACIÓN)

Por el Presente Certificamos que se han realizado los Servicios de Saneamiento Ambiental, correspondiente a:

<input checked="" type="checkbox"/> DESINSECTACIÓN	<input type="checkbox"/> LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE RESERVORIOS DE AGUA
<input checked="" type="checkbox"/> DESRATIZACIÓN	<input type="checkbox"/> LIMPIEZA DE TANQUE SÉPTICO
<input checked="" type="checkbox"/> DESINFECCIÓN	

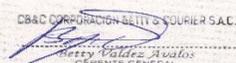
DEL 1ER. SEMESTRE 2DO. SEMESTRE

Giro: _____
 Ubicación: AV. FRAY BARTOLOME DIT LAS CASAS N° 266 S.M.P.
 Área: 80 mt2 Valor S/: 7200.00 s.
 Nombre o Razón Social: _____
 Licencia Municipal: _____

Ha cumplido con efectuar el Servicio de:
COMPLETO DE SANEAMIENTO AMBIENTAL.

Fecha: _____ Fecha de Vencimiento: _____


 INGENIERO SANITARIO
 REG. CIP N° 46494


 CB&C CORPORACIÓN BETTY & COURIER S.A.C.
 Betty Valdez Avalos
 GERENTE GENERAL

VALIDO PARA CONTROL MUNICIPAL

Ilustración 40. Certificado de Saneamiento Ambiental

Certificado Para Manipular Alimentos

Para obtener estos certificados se tienen que pagar en la municipalidad que está ubicada en el distrito de San Martín de Porres y contar con el RUC de la organización.

Tabla 31. Información de Costos de Carnet de Sanidad y Certificado de Manipulación

TRAMITES	COSTOS
CARNET DE SANIDAD	S/ 14.20
CERTIFICADO DE MANIPULACION	S/ 15.00

Nosotros necesitamos estos certificados ya que vamos a tener contacto con alimentos (fruta pitahaya) en la producción y elaboración de los caramelos. Para que nos otorguen el certificado vamos a recibir una charla informativa vía zoom sobre como manipular ese tipo de alimentos de una forma segura. El certificado lo envían de forma digital, para que el solicitante pueda descargarlos fácilmente.

Ilustración 41. Certificado

MUNICIPALIDAD DISTRICTAL SAN MARTÍN DE PORRES

Nº 007419

CERTIFICADO
Manipulación de Alimentos

Se CERTIFICA que TORRES JGEM JUDITH JACQUELINAY de 26 años de edad con DNI 47490870 MANIPULADOR DE ALIMENTOS, quien actualmente viene laborando el Giro Ocupación COCINERA ubicado en AV. Fray Bartolomé de las Casas 266

Fecha: S.M.P. de 20....

Ha recibido la debida formación sobre Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos por los que se le hace entrega del presente certificado, conforme lo exige las Ordenanzas N° 082 - MML (artículo 40 y 141 MML (ARTICULO 8° Y ORDENANZA n° 403 - MDSMP.

La vigencia del presente Certificado es UN (1) AÑO y NO AUTORIZA el uso del espacio público para actividad comercial.

Jr. Verona N°480 - Urb. Fiori Telef.: 2002552
www.mdsmp.gob.pe

Municipalidad San Martín de Porres
SUB GERENTE DE SALUD PÚBLICA

www.mdsmp.gob.pe
@munidsmp



Ilustración 42. Carnet de Sanidad

Proformas Para Asesoramiento De Licencia De Funcionamiento Y Defensa Civil.

JVC DISEÑO - EJECUCIÓN - SUPERVISIÓN
 RUC: 20600733665
 Av. Alfredo Mendiola N° 209 Of. 08
 Urb. Ingeniería, SMP
 Teléfonos: 912 609 472 / 493 7615 / 987 374 507

FECHA: 02 08 2022
 PROFORMA CONTRATO

Nombre o Razón Social: PYTACANDY
 Dirección: Av. Bartolomé de las Casas - SMP
 Teléfono: _____
 DNI: _____

DECLARATORIA DE FABRICA
 Área: _____ m2 N° de Pisos: _____
 - Levantamiento de medidas de la propiedad
 - Plano de Distribución (Arquitectura)
 - Plano de Ubicación
 - Informe Técnico de Verificación
 - Formulario de Registros Públicos
 - Gestión de Certificado de Parámetros (Municipalidad)

INDEPENDIZACION
 N° de Unidades Inmobiliarias: _____
 - Plano de Independización
 - Memoria descriptiva
 - Reglamento Interno

SUBDIVISION Y ACUMULACION
 N° de Unidades Inmobiliarias: _____
 - Plano de Lote Matriz
 - Plano de Subdivisión de Lote / Acumulación
 - Memoria descriptiva

LEVANTAMIENTO DE CARGAS

LICENCIA DE CONSTRUCCION
 Área: _____ m2 N° de Pisos: _____
 - Anteproyecto
 - Plano de Ubicación, Distribución, Cortes, Elevación,
 - Plano de Cimentación, Techo Aligerado, Inst. Eléctricas
 - y Inst. Sanitarias, FUE por triplicado
 - Memoria descriptiva, Metrados y Presupuesto de Obra

PROYECTO DE PLANOS
 Área: _____ m2 N° de Pisos: _____
 - Arquitectura (Plano de Distribución, Cortes y Elevación)
 - Estructuras (Plano de Cimentación y Techo Aligerado)
 - I. Eléctricas (Plano de Tomacorriente, Alumbrado y Comunicaciones
 - I. Sanitarias (Plano de Agua, Desagüe, Tanque Elevado y Cisterna)

DEFENSA CIVIL BAJO MEDIO
 ALTO M. ALTO
 Plano de Ubicación, Distribución, Señalización, Evacuación
 Plano Eléctrico
 Plan de Seguridad
 Protocolos de operatividad de equipos de seguridad
 Certificado de medición de pozo a tierra 7500.00

Ilustración 43. Proforma 1



" JVC URBANO S.A.C."
CEL: 912 997 519
RUC: N° 20600733665
JR. MATEO AGUILAR 104
URB. INGENIERIA - DISTRITO S.M.P.



PROFORMA

EN EL PRESENTE INFORME SE DETALLARÁ LOS ASPECTOS TECNICOS NECESARIOS PARA DEFENSA CIVIL

ASPECTO TECNICO:

SOLICITANTE: : PYTACANDY
AREA: : 80.00 M2 APROX.
UBICACIÓN: : AV. BARTOLOME DE LAS CASAS NO 266, SAN MARTIN
DE PORRES

1.- EXPEDIENTE DEFENSA CIVIL

- PLANO DE UBICACIÓN
- PLANO DE DISTRIBUCION
- PLANO DE SEGURIDAD Y EVACUACION
- PLANO DE INSTALACIONES
- PLAN DE SEGURIDAD
- CERTIFICADOS DE OPERATIVIDAD

HONORARIOS. S/. 500.00

2.- POZO A TIERRA CEMENTO CONDUCTIVO

- MANO DE OBRA
- MATERIALES
- CERTIFICADO DE POZO A TIERRA

HONORARIOS. S/. 1200.00
SIMPLE S/. 900.00

3.- EXPEDICION DE CERTIFICADOS - FUMIGACION

HONORARIOS. S/. 180.00

ATENTAMENTE
ARQ. MARYCIELO CONDORI
ASESORA

jvcurbano15@hotmail.com
2022



SMP, DE JULIO DE

Ilustración 44. Proforma 2

Para poder producir y vender nuestros productos, tenemos que tener autorización y un registro sanitario que garantice que estos caramelos son de calidad y que pueden ser consumidos por la población, solicitamos información en TUPA (Texto único de procedimientos Administrativos) DIGESA.

Los pasos a seguir tienen un tiempo de duración de siete días aproximadamente:

1. Tener una SUCE (solicitud única de comercio exterior)

2. Cada solicitud tiene un número y para poder obtenerlo tenemos que tramitarlo con el CPB (Código de pago Bancario), esta solicitud contiene:

- La razón social, RUC, de la persona que lo solicita.
- Del producto su nombre y su marca.
- Dirección donde va ser fabricado.
- Obtienen resultados de los análisis microbiológicos y físicos de los productos ya terminados, estos resultados tienen q ser elaborados por laboratorios que se encuentren acreditados ante INACAL.

-El resultado del análisis de bromatología analizará los caramelos de distintos enfoques, cuál será su composición del producto, textura.

- Cual será la forma de conservarlo y almacenarlo.
- Información sobre el envase que se va a utilizar, para no poner en riesgo la salud de los niños.
- Que tiempo de vida va tener el producto, para que se conserve y se almacene.
- Como identificar el lote que se produce

3. Cumplir con el contenido rotulado (declaración jurada)

4. Tener la autorización de comercialización emitido por el país donde vas a fabricarlo.



Ilustración 45. Digesa

Capítulo VII: Plan Financiero

Plan de Inversiones

Tabla 32. Inversión Tangible -Intangible

Equipos, Maquinarias y Materiales	CANT	PU	TOTAL			PUBLICIDAD Y MARKETING
Licuadoras	2	S/ 250.00	S/ 500.00			Diseño página web S/ 2,
Extintor 2Kilos	2	S/ 59.90	S/ 119.80			Elaboración de la carta S/
Cocina con Horno x 4 hornillas	2	S/ 1,800.00	S/ 3,600.00			TOTAL S
Etiquetadora industrial	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00			COSTOS DE CONSTITUCIÓN
Estandares para el Almacenamiento	2	S/ 180.00	S/ 360.00			Búsqueda de índice
Mesa de acero inoxidable	1	S/ 900.00	S/ 900.00			Reserva de nombre
Tachos de Basura	3	S/ 8.00	S/ 24.00			Elaborar la minuta de constitución
Moldes de silicona de 180 caramelos	10	S/ 50.00	S/ 500.00			Presentar la minuta al notario público y re
Azucarera grande	2	S/ 20.00	S/ 40.00			Inscribirse en el Registro Único de C
Mandil	2	S/ 5.00	S/ 10.00			Legalizar los libros societarios
Utensilios	10	S/ 5.00	S/ 50.00			Tramitar la licencia muni
Baldes	10	S/ 30.00	S/ 300.00			TOTAL
Recipientes de líquidos industriales	3	S/ 40.00	S/ 120.00			TOTAL Pub
POS de VISA	1	S/ 119.00	S/ 119.00			
Mesa de trabajo (muebles)	2	S/ 100.00	S/ 200.00			
caja registradora	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00			
Uniforme(Camisa, pantalon, mandil)	2	S/ 50.00	S/ 100.00			
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00			
calculadora	1	S/ 15.00	S/			
Computadora	1	S/ 1,500.00	S/			
Sillas de oficina	2	S/ 229.90				
Sellos	3	S/				
Tampones	1					
Impresora Multifuncional						
Engrampador y perforador						
Memoria USB						
Tachos (basura)						
Contenedor de basura						
Escoba						
Recogedor						
Trapead						
To						

La empresa PYTACANDY va a tener un total de inversión a un largo plazo de S/ 16,859.60 que está compuesta por el total de inversión tangible más el total de inversión intangible.

El siguiente cuadro muestra la depreciación en meses y por años, lo que son muebles se deprecian en 10 años, las maquinarias se deprecian en 10 años, vehículos su depreciación es en 5 años, computadoras se deprecian en 4 años. (fuente Sunat)

Tabla 33. Cuadro de Depreciación

Equipos	Monto	Ratio depreciación	Depreciación
Licadoras	S/ 500.00	10%	S/
Extintor 2Kilos	S/ 59.90	10%	
Cocina con Horno x 4 hornillas	S/ 1,800.00	10%	
Etiquetadora industrial	S/ 2,500.00		
Estandares para el Almacenamiento	S/ 180.00		
Mesa de acero inoxidable	S/		
Computadora	S/		
Impresora			
Caja registradora			
POS de VIS			

Tabla 34. Cuadro de intangibles

Intangibles	Monto
Diseño página web	S/
Elaboración de la carta	
Búsqueda de índice	
Reserva de nombre	
Elaborar la minuta de constitución	
Presentar la minuta al notario público	
Inscribirse en el Registro Único	
Legalizar los libros	
Tramitar la	

Capital de Trabajo

COSTOS DE PRODUCCIÓN	MES1
Materias Primas e Insumos	S/ 3,759.40
Mano de Obra	S/ 5,460.00
Luz	S/ 200.00
Agua	S/ 180.00
Gas	S/ 70.00
Total costo de Producción	S/ 9,669.40
GASTOS ADM Y VENTAS	MES1
Gerente General	S/ 2,515.00
Contador (Externo)	S/ 500.00
Community Manager (Externo)	S/ 400.00
Alquiler	S/ 3,000.00
Agua	S/ 20.00
Luz	S/ 30.00
Dúo (Telefono + internet)	S/ 99.90
Mantenimiento de maquinas y equipos	S/ 250.00
Materiales de oficina	S/ 74.80
Total Gastos de administración	S/ 6,889.70
Merchandising	S/ 300.00
Ferías	S/ 1,500.00
Publicidad en facebook	S/ 150.00
Total Gastos de venta	S/ 1,950.00
OTROS GASTOS OPERATIVOS	MES1
Revisión técnica y mantenimiento del FT	S/ 100.00
Membresía Asociación FT del Perú	S/ 100.00
Certificados desinfección	S/ 12.00
Total Gastos Operativos	S/ 212.00
Total costos y gastos	S/ 18,721.10

Tabla 35. Capital de Trabajo

Tabla 36. Contextura del Financiamiento

ESTRUCTURA DE CAPITAL			
Préstamo Bancario	S/	14,232.28	40%
Aporte del accionista	S/	21,348.42	60%
Total Estructura de capital	S/	35,580.70	

Tabla 37. Estructura préstamo y aporte.

Análisis de Costos: Determinar los Costos del Negocio

Tabla 38. Proyección de Ventas y Compras

MESES	MES1	MES2	MES3	MES4	MES5	MES6	MES7	MES8	MES9	MES10	MES11	MES12	TOTAL
BOLSA DE CARAMELO 10 UNDS													
Costo	S/1.81												
Precio de venta	S/8.39												
Cantidad vendida	451	456	462	468	474	480	486	492	498	504	510	517	5797
TOTAL	S/3,784	S/3,831	S/3,879	S/3,927	S/3,976	S/4,026	S/4,076	S/4,127	S/4,179	S/4,231	S/4,284	S/4,338	S/48,659
BOLSA DE CARAMELO 25 UNDS													
Costo	S/2.94												
Precio de venta	S/13.69												
Cantidad vendida	320	324	328	332	336	340	344	349	353	358	362	367	4112
TOTAL	S/4,377	S/4,431	S/4,487	S/4,543	S/4,599	S/4,657	S/4,715	S/4,774	S/4,834	S/4,894	S/4,955	S/5,017	S/56,284
BOLSA DE CARAMELO 50 UNDS													
Costo	S/5.36												
Precio de venta	S/24.93												
Cantidad vendida	162	165	167	169	171	173	175	177	179	182	184	186	2089
TOTAL	S/4,050	S/4,101	S/4,152	S/4,204	S/4,256	S/4,309	S/4,363	S/4,418	S/4,473	S/4,529	S/4,586	S/4,643	S/52,083
BOLSA DE CARAMELO 100 UNDS													
Costo	S/9.83												
Precio de venta	S/45.73												
Cantidad vendida	115	117	118	120	121	123	124	126	127	129	131	132	1483
TOTAL	S/5,273	S/5,339	S/5,406	S/5,474	S/5,542	S/5,611	S/5,681	S/5,752	S/5,824	S/5,897	S/5,971	S/6,046	S/67,817
TOTAL DETALLE	S/17,483	S/17,702	S/17,923	S/18,147	S/18,374	S/18,604	S/18,836	S/19,072	S/19,310	S/19,552	S/19,796	S/20,043	S/224,843

Análisis Financiero

Estado de situación financiera.

Tabla 39. Balance Inicial

	Año 1	
ACTIVO		
<i>Activo Corriente</i>		
Efectivo	S/	38,180.18
Total activo corriente	S/	38,180.18
<i>Activo no corriente</i>		
Muebles, maq. y eq.	S/	14,022.60
Intangible	S/	2,837.00
Depreciación y Amortización Acumulada	S/	-1,901.14
Total activo no corriente	S/	14,958.46
TOTAL ACTIVO	S/	53,138.64
PASIVO		
Impuestos por pagar	S/	2,408.65
Obligaciones Financiera		S/7,703.71
Total pasivo	S/	10,112.36
PATRIMONIO		
Capital social	S/	21,348.42
Resultados acumulados	S/	21,677.86
Total patrimonio	S/	43,026.28
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/	53,138.64

Estado de resultados

Tabla 40. Estado de resultados

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS	S/ 17,483.44	S/ 17,701.98	S/ 17,923.25	S/ 18,147.29	S/ 18,374.13	S/ 18,603.81	S/ 18,836.36	S/ 19,071.81	S/ 19,310.21	S/ 19,551.59	S/ 19,795.98	S/ 20,043.43	S/ 224,843.30
(-)Costo de venta	S/ 9,669.40	S/ 9,716.40	S/ 9,763.98	S/ 9,812.15	S/ 9,860.93	S/ 9,910.31	S/ 9,960.32	S/ 10,010.95	S/ 10,062.21	S/ 10,114.11	S/ 10,166.66	S/ 10,219.87	S/ 119,267.28
Utilidad bruta	S/ 7,814.03	S/ 7,985.58	S/ 8,159.28	S/ 8,335.14	S/ 8,513.21	S/ 8,693.50	S/ 8,876.04	S/ 9,060.87	S/ 9,248.00	S/ 9,437.48	S/ 9,629.32	S/ 9,823.56	S/ 105,576.02
(-)Gasto Administrativo	S/ 6,889.70	S/ 5,389.70	S/ 66,176.40										
(-)Gasto de Venta	S/ 1,950.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 1,950.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 1,950.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 9,900.00
(-)Gastos operativos	S/ 212.00	S/ 112.00	S/ 212.00	S/ 112.00	S/ 1,544.00								
Utilidad Operativa (EBITDA)	-S/ 1,237.67	S/ 2,033.88	S/ 2,207.58	S/ 2,383.44	S/ 1,061.51	S/ 2,741.80	S/ 2,824.34	S/ 3,109.17	S/ 1,796.30	S/ 3,485.78	S/ 3,677.62	S/ 3,871.86	S/ 27,955.62
(-) Depreciación y Amortización	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 158.43	S/ 1,901.14
EBIT	-S/ 1,396.10	S/ 1,875.45	S/ 2,049.15	S/ 2,225.02	S/ 903.08	S/ 2,583.37	S/ 2,665.91	S/ 2,950.74	S/ 1,637.87	S/ 3,327.35	S/ 3,519.19	S/ 3,713.43	S/ 26,054.48
(-)Gastos financieros	S/ 197.66	S/ 190.67	S/ 183.57	S/ 176.38	S/ 169.09	S/ 161.70	S/ 154.20	S/ 146.60	S/ 138.90	S/ 131.09	S/ 123.17	S/ 115.13	S/ 1,888.17
EBT	-S/ 1,593.76	S/ 1,684.79	S/ 1,865.57	S/ 2,048.63	S/ 733.99	S/ 2,421.67	S/ 2,511.71	S/ 2,804.14	S/ 1,498.98	S/ 3,196.26	S/ 3,396.03	S/ 3,598.30	S/ 24,166.31
(-) Impuesto a la renta (10%)	-S/ 159.38	S/ 168.48	S/ 186.56	S/ 204.86	S/ 73.40	S/ 242.17	S/ 251.17	S/ 280.41	S/ 149.90	S/ 319.63	S/ 339.60	S/ 359.83	S/ 2,416.63
Utilidad Neta	-S/ 1,434.38	S/ 1,516.31	S/ 1,679.02	S/ 1,843.77	S/ 660.59	S/ 2,179.50	S/ 2,260.54	S/ 2,523.72	S/ 1,349.08	S/ 2,876.64	S/ 3,056.43	S/ 3,238.47	S/ 21,749.68

Ratios Financieros

Tabla 41. Ratios Financieros

RATIOS DE LIQUIDEZ			INTERPRETACION
LIQUIDEZ GENERAL	ACTIVOS CORRIENTES/PASIVOS CORRIENTES	3.78	Tiene por cada S/1.00 de pasivo corriente, 3.78 de activo corriente para afrontar sus obligaciones, la empresa podrá afrontar sus obligaciones de corto plazo.
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	S/ 28,067.82	El capital de trabajo es positivo, lo cual indica que tiene la cantidad necesaria de recursos para el negocio.

Plan Financiero

Presupuesto Operativo

Tabla 42. Presupuesto operativo

Equipos, Maquinarias y Materiales	CANT	PU	TOTAL
Licuadoras	2	S/ 250.00	S/ 500.00
Extintor 2Kilos	2	S/ 59.90	S/ 119.80
Cocina con Horno x 4 hornillas	2	S/ 1,800.00	S/ 3,600.00
Etiquetadora industrial	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
Estandares para el Almacenamiento	2	S/ 180.00	S/ 360.00
Mesa de acero inoxidable	1	S/ 900.00	S/ 900.00
Tachos de Basura	3	S/ 8.00	S/ 24.00
Moldes de silicona de 180 caramelos	10	S/ 50.00	S/ 500.00
Azucarera grande	2	S/ 20.00	S/ 40.00
Mandil	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Utensilios	10	S/ 5.00	S/ 50.00
Baldes	10	S/ 30.00	S/ 300.00
Recipientes de liquidos industriales	3	S/ 40.00	S/ 120.00
POS de VISA	1	S/ 119.00	S/ 119.00
Mesa de trabajo (muebles)	2	S/ 100.00	S/ 200.00
caja registradora	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Uniforme(Camisa, pantalon, mandil)	2	S/ 50.00	S/ 100.00
Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
calculadora	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Computadora	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Sillas de oficina	2	S/ 229.90	S/ 459.80
Sellos	3	S/ 5.00	S/ 15.00
Tampones	1	S/ 8.00	S/ 8.00
Impresora Multifuncional	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Engrampador y perforador	1	S/ 13.00	S/ 13.00
Memoria USB	1	S/ 10.00	S/ 10.00
Tachos (basura)	1	S/ 8.00	S/ 8.00
Contenedor de basura	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Escoba	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Recogedor	2	S/ 4.00	S/ 8.00
Trapeador	2	S/ 9.00	S/ 18.00
Total E., M. Y M.			S/ 14,022.60

Presupuesto Financiero

Tabla 43. Datos de la Deuda

INTERESES AÑO	S/	1,888.17
INTERESES AÑO	S/	713.03
AMORTIZACION 1	S/	6,528.57
AMORTIZACION 2	S/	7,703.71
COMISIONES Y S	S/	79.80
COMISIONES Y S	S/	79.80

Tabla 44. Intereses y amortización

Evaluación Financiera

Flujo de Caja Proyectado

Tabla 45. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		S/ 224,843	S/ 231,589	S/ 238,536	S/ 245,692	S/ 253,063
Total de ingresos		S/ 224,843	S/ 231,589	S/ 238,536	S/ 245,692	S/ 253,063
(-) Costo de Venta		S/ 119,267	S/ 122,845	S/ 126,531	S/ 130,327	S/ 134,236
(-) Gasto Administrativo		S/ 65,279	S/ 67,237	S/ 69,254	S/ 71,332	S/ 73,472
(-) Gasto de Venta		S/ 9,900	S/ 10,197	S/ 10,503	S/ 10,818	S/ 11,143
(-) Gastos operativos		S/ 1,544	S/ 1,590	S/ 1,638	S/ 1,687	S/ 1,738
(-) Depreciación y Amortización						
(-) Impuesto a la Renta (10%)		S/ 2,885	S/ 2,972	S/ 3,061	S/ 3,153	S/ 3,247
(+) Escudo Fiscal		S/ 189	S/ 71			
Total de egresos		S/ 198,687	S/ 204,770	S/ 210,987	S/ 217,317	S/ 223,836
Inversión Inicial	S/ 35,581					
Devolución del CT						
Valor residual						
Flujo de Caja Económico	S/ -35,581	S/ 26,157	S/ 26,818	S/ 27,549	S/ 28,376	S/ 29,227
Préstamo	S/ 14,232					
Amortización		S/ 6,529	S/ 7,704			
Intereses		S/ 1,888	S/ 713			
Comisiones y seguro		S/ 80	S/ 80			
Flujo de Caja Financiero	S/ -21,348	S/ 17,660	S/ 18,322	S/ 27,549	S/ 28,376	S/ 29,227
WACC	11.99%	COK (Ke)	9.2%			
VANE	S/ 63,410	VANF	S/ 70,175			
TIRE	70%	TIRF	92%			
B/C	2.78	Playback	2 años, 0 meses, 3 días			

Análisis de sensibilidad

Tabla 46. Análisis de Escenarios.

Análisis de Escenarios Mensual			
CASO	VL VTS	COSTO FIJO	VENTAS
Optimista	3145	S/ 2,694.85	S/ 56,509.08
Moderado	1,048	S/ 5,389.70	S/ 18,836.36
Pesimista	524	S/ 2,694.85	S/ 9,418.18

Tabla 47. Escenario moderado

<i>Moderado</i>		Flujo de caja Mensual													
FLUJO DE CAJA	Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Ingresos		S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836	S/ 18,836		
(-) Costo de Venta		S/ 9,669	S/ 9,716	S/ 9,764	S/ 9,812	S/ 9,861	S/ 9,910	S/ 9,960	S/ 10,011	S/ 10,062	S/ 10,114	S/ 10,167	S/ 10,220		
Utilidad Bruta		S/ 9,167	S/ 9,120	S/ 9,072	S/ 9,024	S/ 8,975	S/ 8,926	S/ 8,876	S/ 8,825	S/ 8,774	S/ 8,722	S/ 8,670	S/ 8,616		
(-) Gasto Administrativo		S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390	S/ 5,390		
(-) Gasto de Venta		S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450	S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450	S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450		
(-) Gastos operativos		S/ 212	S/ 112												
Utilidad Operativa (EBITDA)		S/ 1,615	S/ 3,168	S/ 3,121	S/ 3,073	S/ 1,524	S/ 2,974	S/ 2,824	S/ 2,874	S/ 1,322	S/ 2,771	S/ 2,718	S/ 2,665		
(-) Impuesto a la Renta (10%)		S/ 162	S/ 317	S/ 312	S/ 307	S/ 152	S/ 297	S/ 282	S/ 287	S/ 132	S/ 277	S/ 272	S/ 266		
Flujo Neto		S/ 1,777	S/ 3,485	S/ 3,433	S/ 3,380	S/ 1,676	S/ 3,272	S/ 2,542	S/ 3,161	S/ 1,455	S/ 3,048	S/ 2,990	S/ 2,931		
Inversión Inicial	S/35,581														
Flujo de Caja Económico	-S/35,581	S/ 1,777	S/ 3,485	S/ 3,433	S/ 3,380	S/ 1,676	S/ 3,272	S/ 2,542	S/ 3,161	S/ 1,455	S/ 3,048	S/ 2,990	S/ 2,931		
Préstamo	S/14,232														
Amortización		S/ 504	S/ 511	S/ 518	S/ 525	S/ 532	S/ 540	S/ 547	S/ 555	S/ 562	S/ 570	S/ 578	S/ 586		
Intereses		S/ 198	S/ 191	S/ 184	S/ 176	S/ 169	S/ 162	S/ 154	S/ 147	S/ 139	S/ 131	S/ 123	S/ 115		
Flujo de Caja Financiero	-S/21,348	S/ 1,075	S/ 2,784	S/ 2,731	S/ 2,678	S/ 975	S/ 2,570	S/ 1,841	S/ 2,460	S/ 753	S/ 2,346	S/ 2,288	S/ 2,230		

Tabla 49. Escenario optimista

<i>Optimista</i>	Mes 0	Flujo de caja Mensual												
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
FLUJO DE CAJA														
Ingresos		S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509	S/ 56,509
(-) Costo de Venta		S/ 9,669	S/ 9,716	S/ 9,764	S/ 9,812	S/ 9,861	S/ 9,910	S/ 9,960	S/ 10,011	S/ 10,062	S/ 10,114	S/ 10,167	S/ 10,220	
Utilidad Bruta		S/ 46,840	S/ 46,793	S/ 46,745	S/ 46,697	S/ 46,648	S/ 46,599	S/ 46,549	S/ 46,498	S/ 46,447	S/ 46,395	S/ 46,342	S/ 46,289	
(-) Gasto Administrativo		S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	S/ 2,695	
(-) Gasto de Venta		S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450	S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450	S/ 1,950	S/ 450	S/ 450	S/ 450	
(-) Gastos operativos		S/ 212	S/ 112	S/ 212	S/ 112									
Utilidad Operativa (EBITDA)		S/ 41,983	S/ 43,536	S/ 43,488	S/ 43,440	S/ 41,891	S/ 43,342	S/ 43,192	S/ 43,241	S/ 41,690	S/ 43,138	S/ 43,086	S/ 43,032	
(-) Impuesto a la Renta (10%)		S/ 4,198	S/ 4,354	S/ 4,349	S/ 4,344	S/ 4,189	S/ 4,334	S/ 4,319	S/ 4,324	S/ 4,169	S/ 4,314	S/ 4,309	S/ 4,303	
Flujo Neto		S/ 37,785	S/ 39,182	S/ 39,139	S/ 39,096	S/ 37,702	S/ 39,008	S/ 38,873	S/ 38,917	S/ 37,521	S/ 38,824	S/ 38,777	S/ 38,729	
Inversión Inicial	S/35,581													
Flujo de Caja Económico	-S/35,581	S/ 37,785	S/ 39,182	S/ 39,139	S/ 39,096	S/ 37,702	S/ 39,008	S/ 38,873	S/ 38,917	S/ 37,521	S/ 38,824	S/ 38,777	S/ 38,729	
Préstamo	S/14,232													
Amortización		S/ 504	S/ 511	S/ 518	S/ 525	S/ 532	S/ 540	S/ 547	S/ 555	S/ 562	S/ 570	S/ 578	S/ 586	
Intereses		S/ 198	S/ 191	S/ 184	S/ 176	S/ 169	S/ 162	S/ 154	S/ 147	S/ 139	S/ 131	S/ 123	S/ 115	
Flujo de Caja Financiero	-S/21,348	S/ 37,083	S/ 38,481	S/ 38,438	S/ 38,395	S/ 37,001	S/ 38,306	S/ 38,171	S/ 38,216	S/ 36,820	S/ 38,123	S/ 38,076	S/ 38,028	

Definición de los indicadores de desempeño

Tabla 50. Indicadores de Desempeño

RATIOS DE APALANCAMIENTO		INTERPRETACION
APALANCAMIENTO FINANCIERO	TOTAL PASIVOS/ TOTAL ACTIVOS	0.19 Por cada sol que que la empre mantiene como activo, tiene u deuda.
SOLVENCIA PATRIMONIAL	TOTAL PASIVOS / TOTAL PATRIMONIO	0.24 Como el resultado e decir que la condiciones o para cub
AUTONOMIA FINANCIERA	TOTAL PATRIMONIO /TOTAL ACTIVOS	0.81 Po
RATIOS DE RENTABILIDAD		
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	UTILIDAD NETA/PATRIMONIO	
RENDIMIENTO NETO DEL ACTIVO TOTAL (ROA)	UTILIDA NETA/ACTI	
RENDIMIENTO DE CAPITAL INVERTIDO (ROIC)		
VALOR EC AGRE		

Conclusiones

Pytacandy será una empresa que va a producir y comercializar caramelos naturales de pitahaya, mediante esta investigación podemos concluir:

- Este producto va estar dirigido a niños de 5 a 17 años de los sectores 2,7y 8, que padezcan de estreñimiento.
- Implementar mecanismos de comercialización entre ellos tenemos:
 - Colocar contenido en las redes sociales, de las bondades de los caramelos de pitahaya.
 - Mejorar el producto, ofrecer promociones, darle un buen trato al cliente.
- Incrementar canales de atención para dar una respuesta rápida al cliente, y ofrecer la información necesaria que ellos requieran.
- Buscar el posicionamiento de nuestro producto, dándole un valor agregado al cliente ofreciendo un producto natural, que no malogre la flora intestinal de los menores de edad. y poder diferenciarnos de la competencia.
- Hemos llegado a la conclusión que el proyecto es viable, debido a que los indicadores financieros salen positivos.

Recomendaciones

1. Cumplir con el plan de negocio, para que tenga éxito.
2. Invertir en este plan porque se ha demostrado su viabilidad.
3. Producir un buen producto, sin tener que bajar la calidad, ofreciendo al cliente seguridad, y satisfacción.
4. Fidelizar al cliente y ser su mejor opción, en la página web colocar todos los certificados sanitarios para evidenciar la calidad del producto.
5. Hacerle conocer al cliente los beneficios que ofrecen estos caramelos, sin poner en peligro la vida del niño.
6. Darles mantenimiento a las redes sociales, ofreciendo promociones, descuentos.
7. Motivar y capacitar al personal constantemente.
8. En una segunda etapa se deberá evaluar la posibilidad de ingresarlo a una categoría farmacéutica.
9. Adquirir 2 motos lineales, que pertenezcan a la empresa, para la entrega del producto.

Referencias Bibliográficas

- Suarez, S. (2009). Estreñimiento infantil y tratamiento. *Recuperado de:* <https://www.elsevier.es/es-revista-farmacia-profesional-3-articulo-estrenimiento-infantil-tratamiento-urgente-13028024>
- Rodrigues, S. (2020). *Beneficios que brinda para la salud la fruta pitahaya:* *Recuperado de:* <https://www.industriaalimentaria.org/blog/contenido/pitahaya-cuales-son-sus-principales-beneficios-y-propiedades>
- Zanin, S. (2022). Propiedades de la Pitahaya. *Recuperado de:* <https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-pitahaya/#:~:text=Los%20beneficios%20de%20la%20pitahaya,presenta%20una%20especie%20de%20escamas.>
- Fondo Monetario Internacional. (2021). *Balance del desempeño de la economía peruana en el 2021.* *Recuperado de:* [https://lacamara.pe/balance-del-desempeno-de-la-economia-peruana-enel2021/?print=print#:~:text=Dos%20son%20los%20patrones%20observados,Fondo%20Monetario%20Internacional%20\(FMI\).](https://lacamara.pe/balance-del-desempeno-de-la-economia-peruana-enel2021/?print=print#:~:text=Dos%20son%20los%20patrones%20observados,Fondo%20Monetario%20Internacional%20(FMI).)
- Asociación de Agencias. (2021). Consumidor peruano: cinco características que los marcarán en el 2021. *Recuperado de:* <https://gestion.pe/economia/consumidor-peruano-cinco-caracteristicas-que-los-marcaran-en-el-2021-nndc-noticia/#:~:text=M%C3%A1s%20del%2070%25%20de%20los,como%20alimentaci%C3%B3n%20y%20cuidado%20personal.>
- Factores políticos <https://semanaeconomica.com/legal-politica/laboral/nuevo-codigo-de-trabajovolveria-mas-rigiditas-lasrelaciones-laborales> <https://www.larepublica.co/globoeconomia/inestabilidad-politica-peru-perjudicaria-economiaen-su-totalidad-este-2022-larrainvial-3299834>
- INEI. (2017). CAPITULO 2 TIPOS Y CICLOS DE LOS HOGARES. *Recuperado de:* https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1711/cap02.pdf

- UBICACIÓN GEOGRAFICA
<https://account.geodir.co/recursos/ubigeo-inei-peru.html>
- NUMEROS DE FAMILIA X DISTRITO: 1 may 2021 — (FUENTE: I.N.E.I)
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- CALCULANDO MUESTRAS
<https://www.questionpro.com/es/calculadora-demuestra.html>