

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NIVEL FORMATIVO
PROFESIONAL TECNICO EN
CONTABILIDAD**



**“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
INTRODUCCIÓN DE PALETAS A BASE DE CÓCETELES EN LA
CIUDAD DE TACNA, 2020”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
CONTABILIDAD**

AUTORES:

**ROY ERICK COPA MEDINA
BRIANA SOFIA MURRIEL VILCA
CYNTHIA KAROLINA ESPINOZA RAMIREZ**

DOCENTE GUIA:

ERNESTO ALESSANDRO LEO ROSSI

**TACNA – PERÚ
2020**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	XII
CAPITULO I.....	1
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	1
1. TÍTULO DEL TEMA.....	1
2. ORIGEN DEL TEMA	1
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
4. OBJETIVO GENERAL.....	1
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
6. METODOLOGÍA.....	2
6.1. HIPÓTESIS BASE DEL NEGOCIO.	2
6.2. PROPONER EL MODELO DE NEGOCIOS.	2
6.3. DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL MERCADO.....	2
6.4. DETERMINAR LA PROPUESTA TÉCNICA OPERATIVA.....	3
6.5. DETERMINAR LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL.....	3
6.6. DETERMINAR LA PROPUESTA LEGAL.	3
6.7. EVALUAR LA PROPUESTA ECONÓMICA.....	3
7. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	3
CAPITULO II.....	4
MODELO DE NEGOCIOS.....	4

1.	LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA	4
2.	NUESTRA HIPÓTESIS	4
3.	CONCEPTO FINAL	5
4.	EL PROPÓSITO ESTRATÉGICO	6
5.	LA MISIÓN	6
6.	LA VISIÓN	6
7.	LOS PROMOTORES	7
8.	MODELO DE NEGOCIOS	9
CAPITULO III.....		10
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.....		10
1.	ESTUDIO DE MERCADO	10
1.1.	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	10
1.2.	ESTRATEGIA DEL PRODUCTO O SERVICIO	23
1.3.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	28
1.4.	ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	30
1.5.	ESTRATEGIAS DE INGRESOS	30
2.	ESTUDIO TÉCNICO	32
2.1.	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.....	32
2.2.	FLUJO DEL PROCESO.....	35
2.3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	40
2.4.	CAPACIDAD INSTALADA ESTIMADA	41
2.5.	INFRAESTRUCTURA.....	41

2.6.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	42
2.7.	EQUIPAMIENTO	42
3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	44
3.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.....	44
3.2.	DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS	45
3.3.	REQUERIMIENTO E INVERSIÓN DE PERSONAL	48
4.	ESTUDIO LEGAL	48
4.1.	SELECCIÓN DE LA PERSONA NATURAL O JURÍDICA	48
4.2.	SELECCIÓN DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO	49
4.3.	SELECCIÓN DEL RÉGIMEN LABORAL	49
4.4.	OTROS TRAMITES	49
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	51
5.1.	INVERSIÓN INICIAL.....	51
5.2.	VALOR DE VENTA.....	51
5.3.	INGRESOS PROYECTADOS EN UNIDADES	52
5.4.	INGRESOS PROYECTADOS EN SOLES.....	53
5.5.	COSTOS PROYECTADOS POR UNIDAD	53
5.6.	COSTOS PROYECTADOS EN SOLES.....	54
5.7.	GASTOS PROYECTADOS OPERATIVOS	55
5.8.	FLUJO ECONÓMICO	56
5.9.	ANÁLISIS ECONÓMICO	57
CAPITULO IV		58

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES 58

1. DECISIÓN DE INVERSIÓN..... 58

2. RECOMENDACIONES 58

CONCLUSIONES 59

BIBLIOGRAFIA 60

ANEXOS 61

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: LOS PROMOTORES	7
TABLA 2: MODELO CANVAS	9
TABLA 3: DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	12
TABLA 4: RESULTADOS DE LA PREGUNTA 01	13
TABLA 5: RESULTADOS DE LA PREGUNTA 02	14
TABLA 6 : RESULTADOS DE LA PREGUNTA 03	15
TABLA 7: RESULTADOS DE LA PREGUNTA 04	16
TABLA 8: RESULTADO DE LA PREGUNTA 05	17
TABLA 9: RESULTADO DE LA PREGUNTA 06	18
TABLA 10: RESULTADO DE LA PREGUNTA 07	19
TABLA 11: RESULTADO DE LA PREGUNTA 08	20
TABLA 12: RESPUESTA DE LA PREGUNTA 09	21
TABLA 13: RESPUESTA DE LA PREGUNTA 10	22
TABLA 14: SORTEOS	27
TABLA 15: PUBLICIDAD	29
TABLA 16: DESIGNACIÓN DE PRECIO DE VENTA	31
TABLA 17: INSUMO PARA PALETA DE MOJITO CLÁSICO	35
TABLA 18: INSUMOS PARA PALETA DE MOJITO DE MARACUYÁ	36
TABLA 19: INSUMOS PARA PALETA DE PIÑA COLADA	37
TABLA 20: EQUIPOS Y MATERIALES REQUERIDOS	37
TABLA 21: CAPACIDAD DE ELABORACIÓN POR DÍA	41

TABLA 22: EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	43
TABLA 23: EQUIPAMIENTO DEL ÁREA OPERATIVA.....	43
TABLA 24: DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	45
TABLA 25: REQUERIMIENTO DE PERSONAL.....	48
TABLA 26: INVERSIÓN INICIAL	51
TABLA 27: VALOR DE VENTA	51
TABLA 28: PROYECCIÓN DE INGRESOS (UNIDADES).....	52
TABLA 29 INGRESOS PROYECTADOS EN SOLES	53
TABLA 30: COSTOS PROYECTADOS POR UNIDAD	53
TABLA 31: PROYECCIÓN DE COSTOS (SOLES).....	54
TABLA 32: GASTOS OPERATIVOS	55
TABLA 33: FLUJO ECONÓMICO PROYECTADO.....	56
TABLA 34: ANÁLISIS ECONÓMICO.....	57
TABLA 35: INVERSIÓN EN ACTIVOS – PRODUCCIÓN.....	63
TABLA 36: INVERSIÓN EN ACTIVOS - ÁREA OPERATIVA.....	63
TABLA 37: TRÁMITES LEGALES	64
TABLA 38: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 01	65
TABLA 39: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 02	65
TABLA 40: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 03	66
TABLA 41: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 04	67
TABLA 42: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 05	68
TABLA 43: COSTO UNITARIO - PALETA DE MOJITO CLÁSICO	69

TABLA 44: COSTO UNITARIO - PALETA DE MOJITO DE MARACUYÁ.....	70
TABLA 45: COSTO UNITARIO - PALETA DE PIÑA COLADA.....	71
TABLA 46: CUADRO DE EQUIVALENCIA - PALETA DE MOJITO CLÁSICO	72
TABLA 47: CUADRO DE EQUIVALENCIA - PALETA DE MOJITO DE MARACUYÁ	72
TABLA 48: CUADRO DE EQUIVALENCIA - PALETA DE PIÑA COLADA.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: PROTOTIPO DEL PRODUCTO.....	5
FIGURA 2: FÓRMULA DE DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	12
FIGURA 3: APLICACIÓN DE LA FÓRMULA DE DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	12
FIGURA 4: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 01.....	13
FIGURA 5: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 02.....	14
FIGURA 6: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 03.....	15
FIGURA 7: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 04.....	16
FIGURA 8: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 05.....	17
FIGURA 9: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 06.....	18
FIGURA 10: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 07.....	19
FIGURA 11: GRÁFICO DE RESULTADO DE LA PREGUNTA 08.....	20
FIGURA 12: GRÁFICO DE RESPUESTA DE LA PREGUNTA 09.....	21
FIGURA 13: GRÁFICO DE RESPUESTA DE LA PREGUNTA 10.....	22
FIGURA 14: PROTOTIPO "POP DRUNK".....	26
FIGURA 15: FICHA TÉCNICA - PALETA DE MOJITO CLÁSICO.....	32
FIGURA 16: FICHA TÉCNICA - PALETA DE MOJITO DE MARACUYÁ.....	33
FIGURA 17: FICHA TÉCNICA - PALETA DE PIÑA COLADA.....	34
FIGURA 18: PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL BIEN.....	38
FIGURA 19: MACRO LOCALIZACIÓN.....	40
FIGURA 20: MICRO LOCALIZACIÓN.....	41

FIGURA 21:DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	42
FIGURA 22:ORGANIGRAMA.....	44
FIGURA 23:BENEFICIOS DE LA MICROEMPRESA.....	49

RESUMEN EJECUTIVO

A través del presente proyecto queremos determinar la viabilidad técnica y financiera para la elaboración de paletas de hielo a base de cócteles en la ciudad de Tacna, el proyecto empresarial es denominado “Pop Drunk”. Esta empresa surge de la premisa que en la ciudad de Tacna se tiene un producto muy conocido por su habitantes, que son las típicas paletas de frutas y a la vez existen diferentes negocios que se dedican a comercializar este producto y derivados, por lo que se decidió por darle un valor agregado a este producto tan conocido, es aquí donde surge la idea de crear las paletas a base de cócteles, las personas podrán disfrutar su bebida alcohólica favorita, la podrá consumir en diferente lugares y momentos del día.

A través de la aplicación de encuestas al público objetivo, se pudo ratificar nuestra idea de negocio y al mismo tiempo se tomaron en cuenta sugerencias para mejorar al producto final. Gracias a este estudio de mercado se pudo comprobar que las personas si están interesadas en consumir el producto.

Las paletas a base de cocteles serán de tres tipos: paletas de mojito clásico, mojito de maracuyá y piña colada, la presentación será un palito que sostenga la paleta y estará envuelta en plástico. Se contará con un gerente, un asistente administrativo y la persona encargada de preparar el producto.

La personería jurídica de “Pop Drunk” será una Sociedad Anónima Cerrada. en cuanto al Régimen Tributario, se optó por el Régimen Especial. Así mismo se decidió optar por acogerse al régimen de la Micro y Pequeña empresa ya que tiene múltiples beneficios para el negocio.

Se realizará una inversión de S/20,425.32 (aporte de los tres socios). Luego de analizar el flujo económico concluimos que el negocio es viable, ya que se obtuvo un VAN de S/127,188.18 y una TIR del 92%, el cual es mayor al COK (10%).

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INTRODUCCIÓN DE PALETAS A BASE DE COCTELES EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”.

2. Origen del Tema

Tras una recopilación y análisis de información mediante un estudio en los diferentes segmentos de mercado, se llegó a la conclusión que no hay una sociedad o empresa que se dedique únicamente a la producción y distribución de paletas en base a sabores de diferentes cócteles en la provincia de Tacna, y es un mercado que aún se encuentra sin explorar, por lo que resulta una gran ventaja para poder implementar un plan de negocio enfocado a satisfacer dicho mercado, con una alta probabilidad de rentabilidad.

3. Formulación del Problema

A través del presente proyecto se quiere determinar la viabilidad técnica y financiera para la elaboración de paletas de hielo a base de cócteles en la ciudad de Tacna.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica y financiera de la elaboración y venta de paletas a base de cócteles en la ciudad de Tacna, 2020.

5. Objetivos Específicos

5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.

5.2. Proponer el modelo de negocios.

- 5.3. Determinar la viabilidad del mercado.
- 5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.
- 5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.
- 5.6. Determinar la Propuesta Legal.
- 5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Se aplica la metodología de Design Thinking.

Brown,(2008) actual CEO de IDEO, refiere que el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Se usa la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo Canvas es una herramienta creada por Osterwalder (2011), y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio, plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando el flujograma del proceso se determina la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

El organigrama se diseña teniendo en cuenta los requerimientos de personal y sus características.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propone la constitución legal más adecuada, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Se utiliza el flujo económico para determinar el valor actual neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: Solo se dispone de 1 mes para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca los consumidores potenciales del producto de la ciudad Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

La idea de negocio surge de la premisa de que, en la ciudad de Tacna, existe gran variedad de negocios que se dedican a la elaboración de paletas y helados frutados, que tiene gran acogida.

Es por ello que se identifica una oportunidad de negocio, decidiendo innovar con un producto que es conocido por las personas dándole un valor agregado; de esta forma se introducirá al mercado “paletas a base de cócteles”, ya que se desea brindarle al cliente un producto diferente y una nueva experiencia, degustando una paleta refrescante con sabor al cóctel de su preferencia.

2. Nuestra Hipótesis

Actualmente en la ciudad de Tacna existen una gran variedad de negocios dedicados a la elaboración y venta de helados de crema, sin embargo, no hay un negocio que elabore paletas a base de cócteles como tal.

Los consumidores tacneños disfrutan de probar los cócteles elaborados a base de bebidas alcohólicas, tanto en bares como al momento de compartir con la familia, amigos o colegas de trabajo. Partiendo de esa premisa, se quiso proponer una nueva alternativa, introduciendo una deliciosa y refrescante paleta de hielo que además tendrá un plus: saborear su coctel preferido.

3. Concepto Final

El proyecto, que se denomina “Pop Drunk”, consiste en paletas a base de cócteles que se ofrecerá a los clientes, dándoles una nueva experiencia a la hora de degustar sus bebidas preferidas convertidas en una refrescante paleta.

Prototipo del producto:



Figura 1: Prototipo del Producto
Fuente: Google

Las paletas serán elaboradas con productos de calidad, haciéndolo atractivo para los clientes, no solo a la vista, sino también a la hora de probarlo.

Especificaciones del producto:

- Tamaño: 10 cm de alto x 5 cm de ancho.
- Volumen: 85 ml
- Licor a utilizar: Ron blanco.

4. El Propósito Estratégico

“Pop Drunk”, las paletas de hielo a base de cócteles, quiere brindar a sus clientes un producto diferente al resto, además de sentir una nueva experiencia al degustar su cóctel preferido y de esta forma lograr posicionarse en el mercado y en la mente de los clientes, ofreciéndoles un producto de calidad.

5. La Misión

“Pop Drunk” es una empresa que se dedica a la elaboración y venta de paletas a base de cócteles, siendo la meta brindar un producto de calidad y provocar una grata experiencia en los clientes, no solo en el sabor del producto, sino también a través de la atención brindada.

6. La Visión

Ser reconocidos en la ciudad de Tacna como la mejor empresa de elaboración y venta de paletas a base de cócteles y de esta forma poder expandir el producto por los lugares más estratégicos de nuestra ciudad.

7. Los Promotores

Tabla 1: Los Promotores

Promotores	Formación	Habilidades Requeridas	Experiencia
Medina	Egresado de la carrera Técnica de Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Liderazgo · Habilidad numérica y capacidad de síntesis · Trabajo en equipo · Habilidad en la preparación de cócteles. · Toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> · Asistente de contabilidad en estudio contable P&F Asociados · Ayudante de Bar Restaurante Fundo del Abuelo · Auxiliar contable
Cynthia Espinoza Ramírez	Egresado de la carrera Técnica de Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Empatía · Conocimiento en sistema contable · Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> · Atención al cliente en restaurante. · Elaboración de planillas y otros registros en estudio contable.

			· Asistente en planta empacadora.
Briana Murriel Vilca	Egresado de la carrera Técnica de Contabilidad	· Comunicativa · Empática · Trabajo en equipo · Creatividad	· Asistente administrativa en la feria 28 de julio. · Asistente administrativa de galerías el arco. · Asistente de contable en estudio contable P&F.

Fuente: Elaboración Propia

8. Modelo de Negocios

Tabla 2: Modelo Canvas

RED DE PARTNERS	ACTIVIDADES CLAVES	OFERTA	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
Comerciantes del mercado Grau: aquí obtendremos los insumos.	"Pop Drunk" ofrece a sus clientes paletas hechas a base de licor. Estas paletas serán elaboradas de manera artesanal con los insumos y materia prima de buena calidad	Son paletas elaborada en base a licor (innovador).	Chat.	<ul style="list-style-type: none"> - Personas que les guste las paletas de hielo pero que buscan siempre la innovación en estos productos. - Personas que buscan una nueva experiencia a la hora de probar sus cocteles favoritos.
		Precio accesible.	Redes Sociales.	
		Entrega a domicilio/negocio con puntualidad.	Atención personalizada.	
CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACIÓN				
Vendedores de licor: obtendremos la materia prima.	Darle a nuestro cliente una experiencia diferente al momento de probar su cóctel favorito, esta vez convertido en una deliciosa paleta.	Insumos de muy buena calidad	Atención personalizada.	
		Uso de materiales biodegradables (palito y envoltura)	Redes Sociales.	
ESCTRUCTURA DE COSTOS		FLUJOS DE INGRESOS		
Costo de compra de materia prima e insumos.		Venta de paletas a base de licor.		
Publicidad/ redes sociales.				
Sueldos.				

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El producto estará enfocado a personas mayores de 18 años, debido a que contiene licor, también será vendido a quienes realicen algún evento. Por ello el entorno demográfico será la provincia de Tacna, debido a que se podrán hacer envíos con mayor facilidad y será accesible para el público.

Se utilizarán insumos de calidad, con un precio accesible al público. La empresa no tendrá un servicio de delivery, por lo que serán los clientes quienes recogerán el producto acordando anticipadamente una hora; si el cliente lo desea se podrá contactar con un servicio de delivery independiente, pagando por el envío. El lugar que se ha elegido para producir las paletas es un lugar céntrico para poder facilitar el acceso a más público.

Como empresa podemos identificar la siguiente competencia:

➤ **Directa**

- Venecia raspadillas
- Vendedores de Paletas
- Helados Yumi
- La Peletería Tacna
- Helados de licor

➤ **Indirecta**

- Bares

- Helados D'Onofrio
- Helados Yamboly
- La Toscana
- Rolling Town
- Heladería Piamonte

1.1.1. El Segmento del Mercado

El producto está enfocado a aquellos clientes que cumplan con las siguientes características:

- Personas que les guste las paletas de hielo pero que buscan siempre la innovación en estos productos.
- Personas que buscan una nueva experiencia a la hora de probar sus cócteles favoritos.
- Personas de ambos sexos mayores de 18 años.

1.1.2. Resultados de la Encuesta

Siendo la población objetivo de 215,000 personas, se realizó el muestreo respectivo con un margen de error del 10%, obteniendo el tamaño de muestra final que equivale a un total de 68 personas, a las cuales se les aplicó una encuesta de 10 preguntas de manera virtual para determinar sus experiencias y preferencias con algún producto similar.

Tabla 3: Determinación de la Población

Población Provincia de Tacna	364,700
Porcentaje de personas mayores de 18 años	63.37%
Población o Universo	215,000

Fuente: (CPI, 2019)

Elaboración: Propia

$$n = \frac{Z\alpha^2 pqN}{(N-1) E^2 + Z\alpha^2 pq}$$

Figura 2: Fórmula de determinación de la muestra.
Elaboración: Propia

Donde:

- n: Número de elementos de la muestra.
- N: Número de elementos de la población o universo.
- p/q: Probabilidad de éxito/fracaso.
- E: Margen de error.
- Z²: Valor correspondiente al nivel de confianza (90%).

Por lo tanto, tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{1.65^2 * (0.5) * (0.5) * 215,000}{((215,000 - 1) * 0.1^2) + 1.65^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{146,334.38}{2,150.67}$$

$$n = 68.04$$

Figura 3: Aplicación de la fórmula de determinación de la muestra
Elaboración: Propia

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas:

Tabla 4: Resultados de la pregunta 01

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	37	54%
Femenino	31	46%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

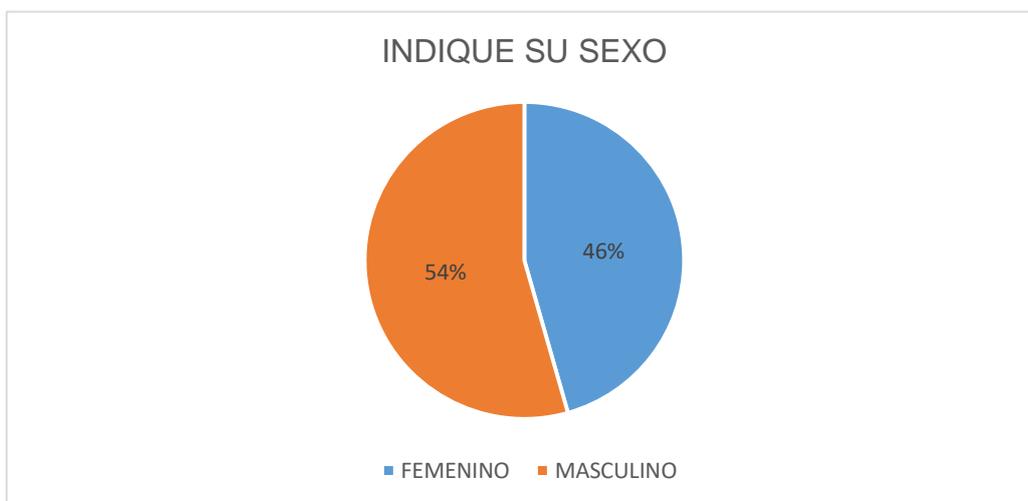


Figura 4: Gráfico de resultado de la pregunta 01

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

En el presente gráfico el porcentaje del 54% corresponde al sexo masculino y con un 46% corresponde al sexo femenino.

Tabla 5: Resultados de la pregunta 02

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	35%
No	44	65%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

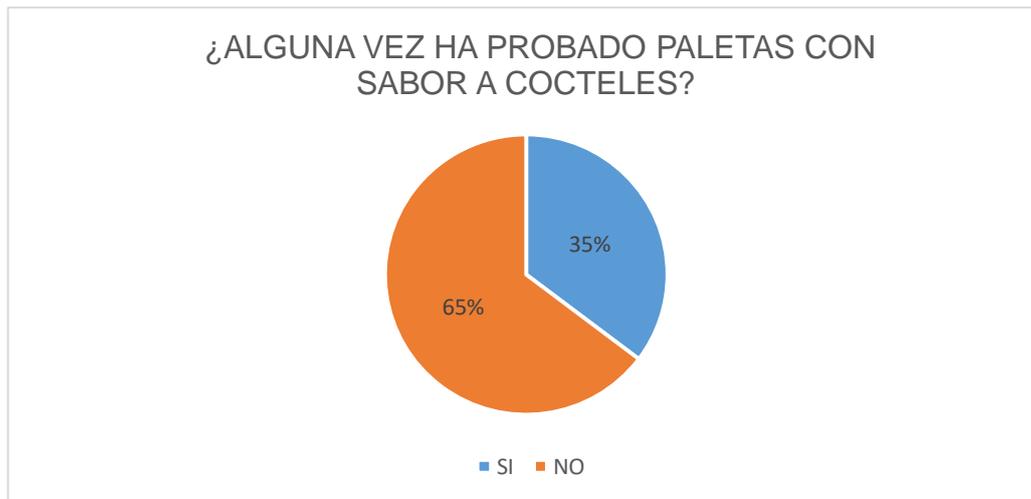


Figura 5: Gráfico de resultado de la pregunta 02

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

Ante la pregunta expuesta se tiene que con 65% la población indica que no ha consumido el producto, y con un 35% si consumieron algo similar.

Tabla 6 : Resultados de la pregunta 03

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	90%
No	7	10%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia



Figura 6: Gráfico de resultado de la pregunta 03

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

Con una respuesta mayoritaria del 90% se tiene que la población si le parece interesante la propuesta, mientras que con un 10% indican que no.

Tabla 7: Resultados de la pregunta 04

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	93%
No	5	7%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

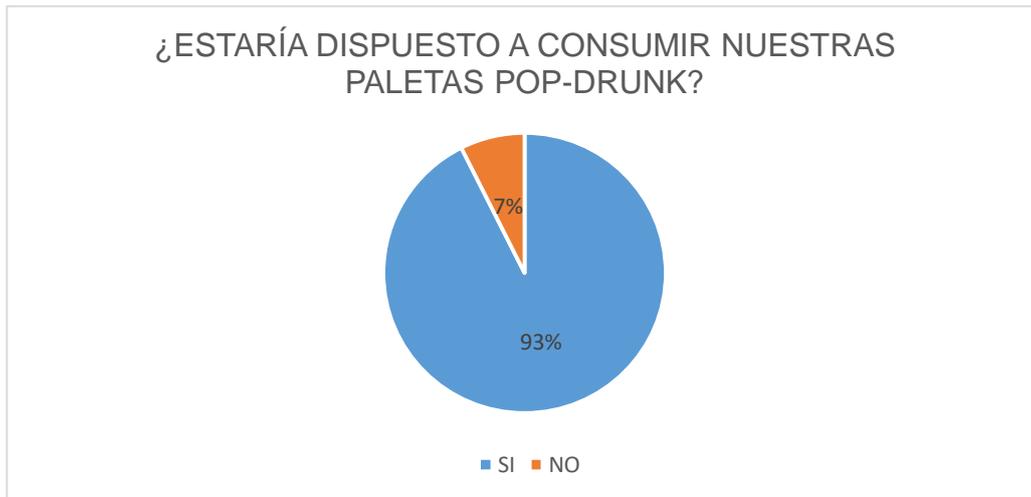


Figura 7: Gráfico de resultado de la pregunta 04

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

En la pregunta propuesta se tiene que con un 93% las personas si están dispuestas a consumir nuestras paletas a base de licor, y un porcentaje muy bajo con 7% indican que no les gustaría consumir el producto.

Tabla 8: Resultado de la pregunta 05

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad Nueva	4	6%
Alto de la Alianza	9	13%
Pocollay	6	9%
Cercado	33	49%
Gregorio Albarracín	16	23%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

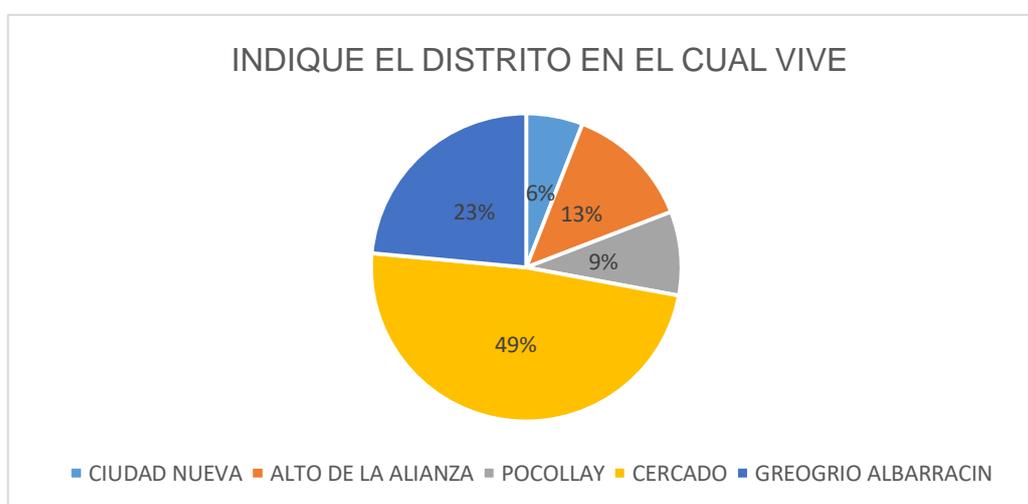


Figura 8: Gráfico de resultado de la pregunta 05

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

En la presente pregunta se tienen los siguientes resultados: comenzando con la minoría con un 6% se tiene que vive en Ciudad Nueva, un 9% indica que vive en Pocollay, luego se tiene que un 13% de las personas encuestadas viven en alto de la alianza, en cuarta posición se tiene que el 23% de la población vive en Gregorio Albarracín y por último con un 49% de las personas encuestas viven en Cercado de Tacna.

Tabla 9: Resultado de la pregunta 06

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mojito Tradicional	21	20%
Mojito de Fresa	15	14%
Mojito de Maracuyá	31	29%
Vodka con Gomitas	10	9%
Piña Colada	21	20%
Otros	8	8%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

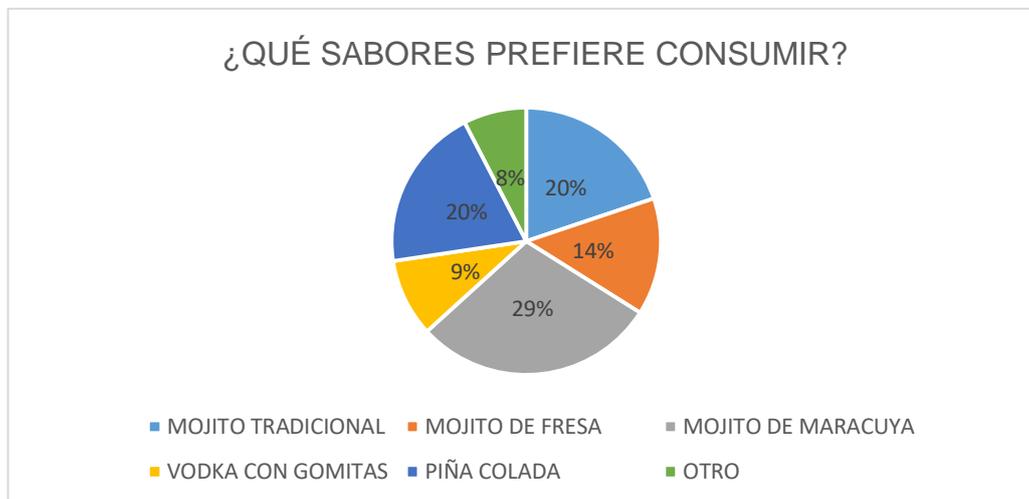


Figura 9: Gráfico de resultado de la pregunta 06

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

Los resultados de la presente pregunta se darán de forma gradual: comenzando con un 8% de los encuestados prefieren otro tipo de bebida, con un 9% prefieren vodka con gomitas, siguiendo con un 14% eligieron mojito de fresa, el mojito tradicional y la piña colada cuentan con una aceptación del 20% y por último como sabor preferente se tiene al mojito de maracuyá con un 29%.

Tabla 10: Resultado de la pregunta 07

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Primavera	63	37%
Verano	68	40%
Otoño	22	13%
Invierno	17	10%
Total	170	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

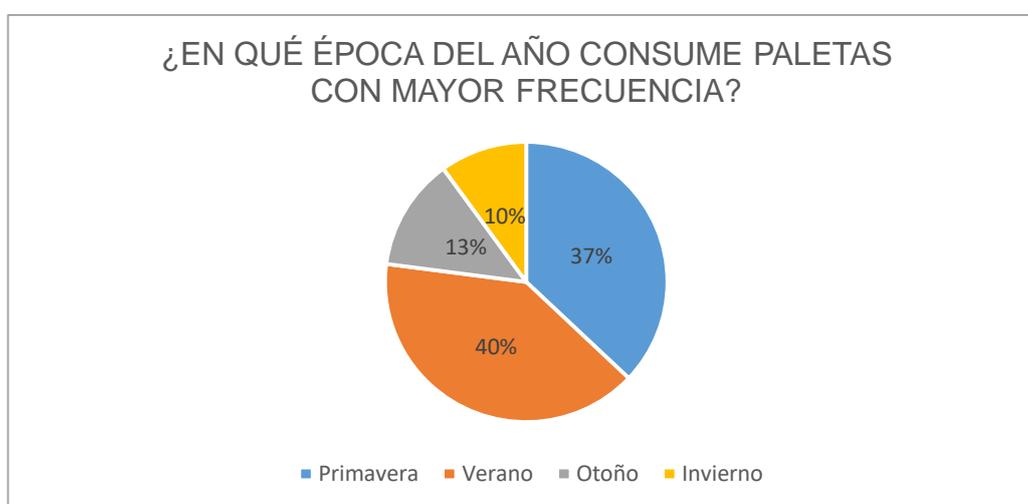


Figura 10: Gráfico de resultado de la pregunta 07

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Interpretación:

En la presente pregunta se interpreta que con un 40% del segmento consume paletas en verano, un 37% lo consume en primavera, un 13% consume paletas en otoño y por ultimo un 10% consume paletas en invierno.

Tabla 11: Resultado de la pregunta 08

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tienda Propia	33	48%
Internet	35	52%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

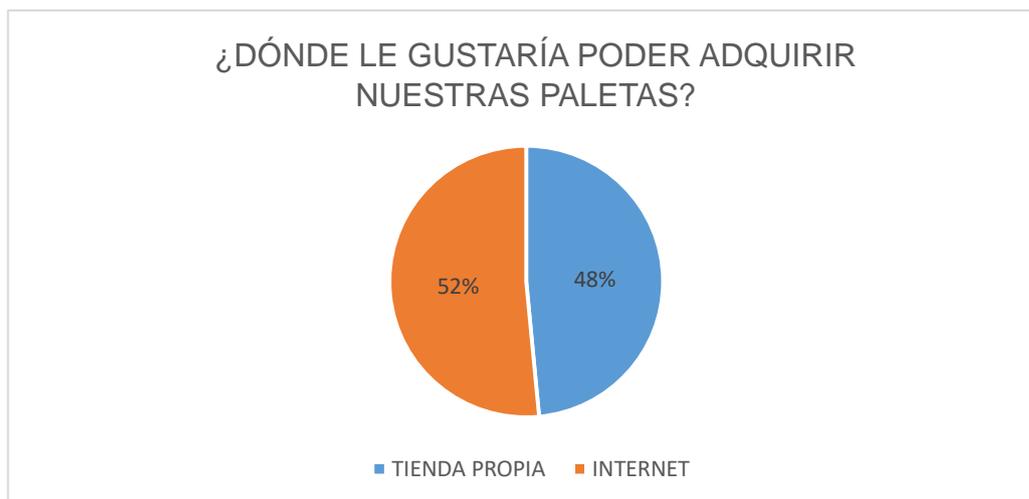


Figura 11: Gráfico de resultado de la pregunta 08

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

En el gráfico presente se tiene que con un 52% de encuestados prefieren adquirir las paletas por internet y un 48% prefieren adquirir el producto en una tienda propia.

Tabla 12: Respuesta de la pregunta 09

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
S/4.00 a S/5.00	59	87%
S/5.00 a S/6.00	6	9%
S/6.00 a S/7.00	3	4%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia



Figura 12: Gráfico de respuesta de la pregunta 09

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

La pregunta 09 arroja los siguientes resultados: un 87% de las personas prefieren que las peltas cuesten entre S/.4 a S/.5, luego, un 9% prefieren que cuesten entre S/.5 a S/.6 y por último comprarían el producto por un precio de S/.6 a S/.7.

Tabla 13: Respuesta de la pregunta 10

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	66	87%
Afiches/volantes	4	5%
Radio	6	8%
Total	76	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

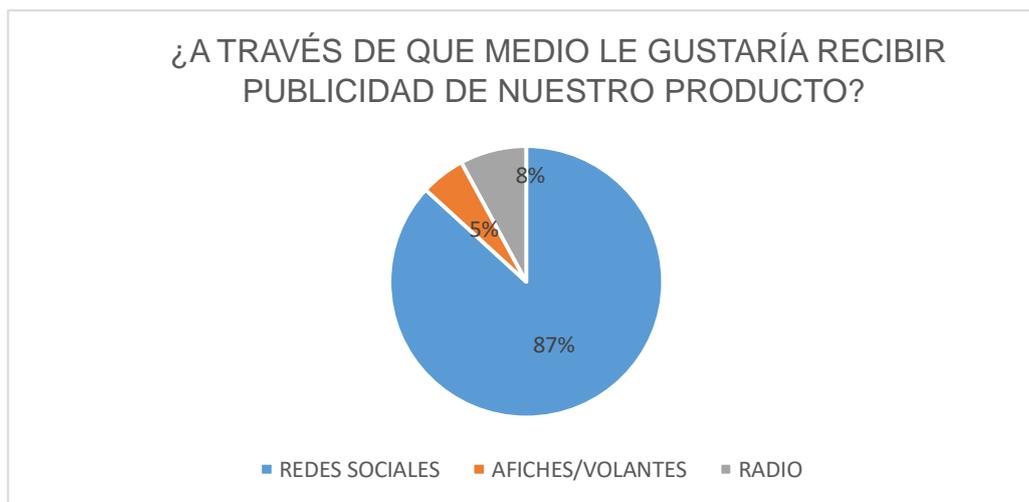


Figura 13: Gráfico de respuesta de la pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación:

Por último, se tiene la pregunta de dónde los clientes quisieran obtener la información del producto, por lo que con una mayoría del 87% se tiene que prefieren ver por las redes sociales, luego se indica que con un 8% prefiere la radio y por último se indica que prefieren obtenerla por medio de afiches y volantes con un 5%.

1.1.3. El Futuro del Mercado

- Se presenta un producto interesante y novedoso con un valor agregado y que siempre se irá actualizando.
- Se crea un nuevo nicho de mercado pues no hay alguna empresa que se imponga con una línea de producto similar.
- Este negocio se encuentra en una zona territorial en donde el clima será un aliado, dado que, en las temporadas de primavera y verano, las personas buscan una opción para refrescarse.

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

“Pop Drunk”, se dedica a la producción y venta de paletas con sabores de distintos cócteles como mojito clásico, mojito de maracuyá y piña colada, que serán elaborados con insumos de alta calidad y que garanticen la frescura en su consumo.

A la variedad de sabores de mojitos, se le asignará diferentes denominaciones, para diferenciarlas en el mercado, como son las siguientes:

➤ Paleta de Mojito Clásico

Descripción: Se conoce como el mojito clásico, cuya elaboración se realiza a partir de la mezcla de insumos básicos y congelación en moldes determinados.

Ingredientes:

- Azúcar
- Hojas de hierbabuena
- Zumo de limón
- Ron añejo (blanco)

- Soda o agua gasificada

➤ **Paleta de Mojito de Maracuyá**

Descripción: Es un producto cuya elaboración varía en el uso del maracuyá, un fruto tropical escogido por su agradable sabor y acidez.

Ingredientes:

- Jugo o pulpa de maracuyá
- Azúcar
- Hierbabuena o menta
- Ron blanco
- Agua gasificada

➤ **Paleta de Piña Colada**

Descripción: paleta donde se utiliza otro fruto tropical como es la piña, que es escogido por su dulce sabor para una mejor degustación. La elaboración tiene el mismo proceso que las anteriores.

Ingredientes:

- Zumo de piña
- Jarabe de Azúcar
- Ron blanco
- Crema de coco

Esta estrategia de negocio trata de ofrecer una nueva experiencia de degustación, alejada del producto común, incluyendo en el producto diferentes sabores de cóctel.

Otro punto importante, es dar el beneficio a los clientes de que puedan consumir el producto fácilmente, ya sea en fiestas, eventos, reuniones familiares, en las oficinas de trabajo es decir consumirlo en cualquier lugar y momento del día, con comodidad, eliminando preocupaciones o restricciones.

Uno de los puntos más resaltantes que se ofrece la venta de paletas elaboradas a base de cócteles, es que es un producto nuevo en el mercado, que no se ha desarrollado por completo; por tal motivo, los clientes serán atraídos por la novedad.

También mencionar que los costos de preparación serán mínimos, pero sin perder la calidad de los insumos; que esto beneficia a los clientes para que puedan acceder a los productos sin preocuparse por el precio.

Para poder responder a la demanda del mercado, es necesario mencionar la gran ventaja de las paletas, su conservación mediante el congelamiento, lo que permite contar con una reserva adicional para poder responder ante cualquier carga de demandas que pueda surgir por parte del clientes.

1.2.1. Innovación

- **Producto nuevo e innovador:** “Pop Drunk”, no ofrece la idea de solo pedir paletas que ya son conocidas, sino brinda una manera diferente y divertida para poder consumir sus cócteles favoritos como por ejemplo una piña colada en paleta.

No solo se venderán en épocas de verano, al contrario, el producto no solo está enfocado a clientes finales, sino a actividades familiares, fiestas y reuniones con amigos en cualquier época del año.

- **Económico:** El producto será elaborado a un costo mínimo, para ofrecer paletas de calidad, sin descuidar los sabores, textura y la frescura, todo esto a un precio accesible, ofreciendo facilidades hacia el clientes para optar por promociones sugeridas.
- **Discreción y Confort:** “Pop Drunk” no solo es la simple idea de vender paletas para el paladar de los clientes, sino la discreción de consumir cócteles en cualquier momento del día y en cualquier lugar, a diferencia de bares y discotecas, donde se prohíbe el consumo fuera de las instalaciones.

1.2.2. Prototipo del producto



Figura 14: Prototipo "POP DRUNK"

Elaboración: Propia

1.2.3. Relación con el Cliente

Para atraer y mantener la fidelidad de los clientes, se establece los siguientes puntos para cumplir el objetivo:

- **Trato rápido y eficaz:** Brindar una atención adecuada e inmediata, siempre de la manera más amable y empática, cuando surjan dudas, resolviendo quejas mediante medios de comunicación o de manera presencial.
- **Servicio pre y post venta adecuado:** Es importante establecer un vínculo con los clientes, esto significa estar siempre en contacto, ya sea mediante plataformas en internet como las redes sociales, chats y llamadas, obteniendo una opinión de las personas y así rescatar nuevas ideas para mejorar el producto o servicio.
- **Sorteo de las Pop Drunk:** Para tener una buena aceptación en el mercado, se realizará un sorteo cada 2 meses.

Tabla 14: Sorteos

Tipo	Cantidad
Mojito Clásico	10 unidades
Mojito de Maracuyá	10 unidades
Piña Colada	10 unidades

Elaboración: Propia

1.3. Estrategia de Comunicación

Para lograr una adecuada introducción al mercado, será esencial recurrir a los medios de comunicación más utilizados y actuales en la región de Tacna, por lo que se implementará una plataforma en las redes sociales como Facebook e Instagram, donde el cliente tendrá la oportunidad de calificar y compartir su opinión sobre el producto, esto permitirá conocer las necesidades de los clientes. Además, se facilitará un número de teléfono para poder mantener el contacto en cualquier momento.

Para obtener un control sobre los presupuestos de los anuncios, se identificará los recursos de publicidad, entre los más importantes son las siguientes:

- **Facebook ADS:** Es una plataforma que permite crear campañas publicitarias de negocio, con el fin de dar a conocer el producto nuevo en el mercado. Esta herramienta brinda la oportunidad de realizar anuncios, en diferentes modalidades, como en videos, historias, noticias y estados; además permite llegar a diferentes puntos del Perú abarcando una gran cantidad de clientes potenciales.

El objetivo de alcance de Facebook ADS, es que permite llegar al mayor número posible de personas del público de Facebook y controlar la frecuencia con la que ven los anuncios y lo mejor de todo es que se puede tener un control sobre el presupuesto gastado para el anuncio, que va desde los S/ 4.00 como mínimo hasta los S/ 1,400.00 soles por día, esto permite establecer un presupuesto de acuerdo a los días que se desea realizar la publicidad y la cantidad.

Facebook ADS da la opción de invertir en la cantidad y tiempo que se quiera aplicar la publicidad por lo que es la mejor opción para poder llegar a más personas.

- **Fan Page:** Implica recurrir a páginas de Facebook y perfiles de Instagram reconocidas a nivel regional, donde se llegará a un acuerdo para que el creador pueda promocionar el negocio y producto a sus seguidores, entre las diferentes opciones, se escogió la página “Tacna para el Mundo”, ya que cuenta con reconocimiento y un gran número de seguidores, y brinda presupuestos y modalidades de publicidad.
- **Página propia en Instagram Y Facebook:** La marca de “Pop Drunk” contará con una página en estas dos redes sociales, para poder mantener el contacto con los clientes; además se publicarán los sorteos a realizarse en el año y se subirán fotos de los productos.

Utilizando la publicidad de Facebook ADS y la publicidad en “Tacna para el mundo” el costo de publicidad para cada mes será el siguiente.

Tabla 15: Publicidad

TIEMPO	COSTO
1 mes Facebook ADS	200 soles
Tacna para el mundo	230 soles
Total	430 soles

Elaboración: Propia

La publicidad será constante, es decir será aplicada todos los meses del año, debido a que no se quiere perder la fidelidad del cliente.

1.4. Estrategia de Comercialización

- **Pedidos:** Los clientes solicitarán el producto comunicándose por las páginas de Facebook e Instagram, las cuales serán atendidas por el asistente administrativo.
- **Transporte:** Se entregará el producto al cliente por medio de dos opciones: el cliente podrá venir a recoger el producto, con anticipación y confirmación por ambas partes, será entregado por el asistente administrativo. Si el cliente desea contratará un servicio de delivery independiente.
- **Condiciones de Pago:** Los pagos deberán ser cancelados con anticipación. La forma de pago será a través de transferencias bancarias, cualquier otra forma de pago será acordado por ambas partes. No se entregará ningún pedido si éste aún se encuentra pendiente de pago.

1.5. Estrategias de Ingresos

El precio del producto estará situado a un porcentaje mínimo por debajo del precio de los competidores indirectos, con el fin de tener acogida por parte de los clientes, además así se afrontarán los costos, generando además utilidades.

Al ser un negocio nuevo en la ciudad, podría generar que otros emprendedores opten por replicar la idea, vendiendo el producto a un precio menor; sin embargo, en el tiempo que se esté en el mercado, antes de que aparezcan estos nuevos competidores, se habrá fidelizado a los clientes otorgándoles un producto de buen sabor y precio, además de brindarles una adecuada atención antes, durante y después de la compra de los productos.

El precio de las paletas será el siguiente:

Tabla 16: Designación de Precio de Venta

Producto	Precio de venta				
	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Paleta de mojito clásico	S/ 3.00	S/ 3.00	S/ 4.00	S/ 4.00	S/ 4.00
Paleta de mojito de maracuyá	S/ 3.00	S/ 3.00	S/ 4.00	S/ 4.00	S/ 4.00
Paleta de piña colada	S/ 4.00	S/ 4.00	S/ 5.00	S/ 5.00	S/ 5.00

Elaboración: Propia

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	Paleta de Mojito Clásico	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es un producto de consistencia firme y fresco que está elaborado a base de mezcla de ron, hojas de hierba buena con agua gasificada y limón.	
INGREDIENTES	INSUMOS	CANTIDAD
	Ron añejo	2 ml
	Zumo de limón	7 ml
	Azúcar	0.2 cdas
	Hierbabuena	2 hojas
Agua gasificada	75 ml	
USO O APLICACIONES	Para el consumo del cliente	
PRESENTACION COMERCIAL	Presentación individual de un solo diseño	
Tiene una textura firme y una buena presentación en estado solido		
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Refrigeración a -25° a -30° grados centígrados	
VIDA UTIL	Condiciones de refrigeración 6 meses	

Figura 15: Ficha Técnica - Paleta de Mojito Clásico

Elaboración: Propia

FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	Paleta de Mojito de maracuyá	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es un producto de consistencia firme y fresco que está elaborado a base de mezcla de ron, hojas de hierba buena con agua gasificada y zumo de maracuyá.	
INGREDIENTES	INSUMOS	CANTIDAD
	Ron añejo	02 ml
	Pulpa de maracuyá	12 gr
	Azúcar	0.2 cdas
	Hierbabuena	1 hoja
	Jugo de maracuyá	35 ml
	Agua gasificada	36 ml
USO O APLICACIONES	Para el consumo del cliente	
PRESENTACION COMERCIAL	Presentación individual de un solo diseño	
Tiene una textura firme y una buena presentación en estado solido		
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Refrigeración a -25° a -30° grados centígrados	
VIDA UTIL	Condiciones de refrigeración 6 meses	

Figura 16: Ficha Técnica - Paleta de Mojito de Maracuyá

Elaboración: Propia

FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	Paleta de Piña colada	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Es un producto de consistencia sólida y fresco que está elaborado a base de mezcla de ron, crema de coco y zumo de piña.	
INGREDIENTES	INSUMOS	CANTIDAD
	Ron añejo	02 ml
	Jugo de piña	30 ml
	Crema de coco	30 ml
	Jarabe de azúcar	10 ml
USO O APLICACIONES	Para el consumo del cliente	
PRESENTACION COMERCIAL	Presentación individual de un solo diseño	
Tiene una textura firme y una buena presentación en estado solido		
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Refrigeración a -25° a -30° grados centígrados	
VIDA UTIL	Condiciones de refrigeración 6 meses	

Elaboración: Propia

Figura 17: Ficha Técnica - Paleta de Piña Colada

2.2. Flujo del Proceso

2.2.1. Materias Primas

Para la elaboración de los productos, se presenta el siguiente listado de cada insumo para cada producto y su descripción de cantidad de cada uno.

➤ Paleta de Mojito Clásico

Tabla 17: Insumo para Paleta de Mojito Clásico

INSUMOS	CANTIDAD
Ron Blanco	02 ml
Hierbabuena	02 hojas
Zumo de Limón	07 ml
Azúcar	0.2 cucharadas
Agua Gasificada	75 ml

Elaboración: Propia

➤ **Paleta de Mojito de Maracuyá**

Tabla 18: Insumos para Paleta de Mojito de Maracuyá

INSUMOS	CANTIDAD
Ron Blanco	02ml
Pulpa de maracuyá	12 gr
Azúcar	0.2 cdas
Hierbabuena	01 hoja
Jugo de maracuyá	35ml
Agua gasificada	36ml

Elaboración: Propia

➤ **Paleta de Piña Colada**

Tabla 19: Insumos para Paleta de Piña Colada

INSUMOS	CANTIDAD
Ron Blanco	02ml
Jugo de piña	30ml
Crema de coco	30ml
Jarabe de azúcar	10ml

Elaboración: Propia

➤ **Equipos y Materiales Requeridos**

Tabla 20: Equipos y Materiales Requeridos

EQUIPO	CANTIDAD
Congeladora	02 unidades
Mesa de Trabajo	01 unidad
Licuada	01 unidad
Set de Bar	01 set
Moldes	06 unidades

Elaboración: Propia

2.2.2. Producción del Bien o Servicio

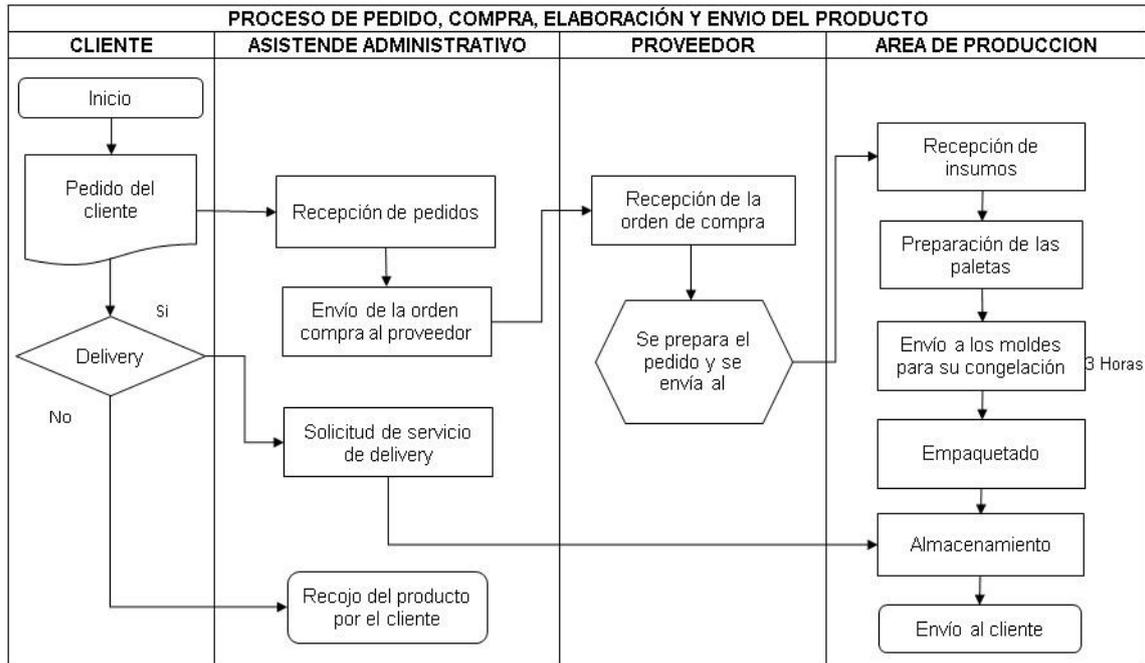


Figura 18: Proceso de Producción del Bien
Elaboración: Propia

2.2.1.1. Pedido del cliente

En esta etapa, el cliente se pondrá en contacto con la empresa para realizar su pedido, donde se llega a un acuerdo sobre el tipo de paletas que requiera.

2.2.1.2. Compra de Insumos

Los insumos para la preparación, serán adquiridos de proveedores identificados tanto por su calidad y precio, donde se verifica la cantidad de insumos requeridos.

2.2.1.3. Almacenamiento

Los insumos serán almacenados de acuerdo a su vida útil; los licores y aditivos en un almacén y los frutos en una congeladora.

2.2.1.4. Preparación

Las paletas se preparan de acuerdo al tipo de cóctel que el cliente solicite, donde varía su preparación y los aditivos extras para la elaboración, por ejemplo: el macerado, licuado y mezcla.

2.2.1.5. Llenado de moldes

Después de la preparación, los moldes de las paletas se llenarán con las mezclas de cada cóctel para luego llevarlas al congelador.

2.2.1.6. Congelación

Los moldes se llevarán a una congeladora, donde se mantendrán a una temperatura de -30° grados Celsius durante 3 horas aproximadamente, para que la mezcla adquiera una textura sólida.

2.2.1.7. Empacado

Las paletas serán envueltas y empacadas para su conservación.

2.2.1.8. Almacenamiento

Las paletas se llevarán a una conservadora para su mantenimiento y a una congeladora desde -25° a -30° , hasta el envío al cliente.

2.2.1.9. Envío o recojo del pedido

El cliente tendrá la opción de recoger el pedido de las paletas en el establecimiento personalmente o solicitar el servicio de delivery mediante un tercero.

2.3. Localización del Proyecto

2.3.1. Macro localización:

“Pop Drunk” estará ubicada en la provincia de Tacna.



Figura 19: Macro localización

Fuente: Google Maps

2.3.2. Micro localización:

El lugar de producción de “Pop Drunk”, se ubicará en Agrupamiento Justo Arias y Aragüés Bloque. J 403, debido a que está ubicado cerca a proveedores importantes, tanto mayoristas como minorista, para tener un acceso rápido a los insumos, además de ser un lugar concurrido y su proximidad a los diferentes distritos de Tacna para realizar el envío.



Figura 20: Micro localización

Fuente: Google Maps

2.4. Capacidad Instalada Estimada

La empresa “Pop Drunk” inicia su elaboración de los productos de acuerdo a pedido del cliente, tenemos lo siguiente.

Tabla 21: Capacidad de elaboración por día

Turnos	Moldes	Cantidad	Hrs. De Congelamiento	Total
Primer Turno	6	30	3 Horas.	180 unid.
Segundo Turno	6	30	3 Horas	180 unid.
				360 unid.

Elaboración: Propia

2.5. Infraestructura

2.5.1. Área de Producción

- Cocina: 2 m x 3 m
- Almacén: 3.5 m x 3 m

2.5.2. Área Operativa

- Pequeña Oficina: 2.5 m x 2 m

➤ Baño: 1.5 m x 2 m

2.6. Distribución de la Planta

A continuación, se muestra el plano de la planta, resaltando el área de cocina, almacén y una pequeña oficina donde se desarrollarán funciones administrativas.

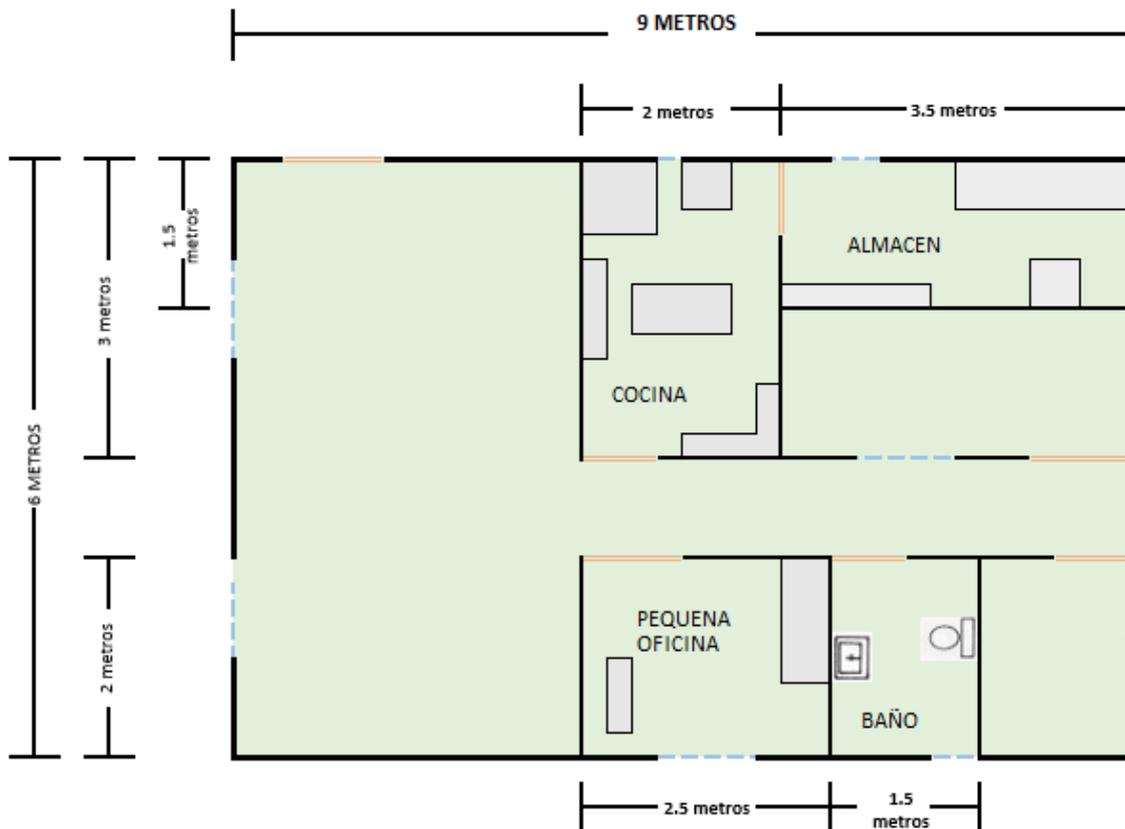


Figura 21: Distribución de Planta
Elaboración: Propia

2.7. Equipamiento

Para el presente proyecto se utilizarán los siguiente equipos, herramientas y mobiliario:

2.7.1. Equipamiento Área de Producción

Tabla 22: Equipamiento del Área de Producción

EQUIPO	CANTIDAD
Congeladoras	02
Mesa de Trabajo	01
Estante	01
Licuada	01
Set de Bar	01
Moldes	06

Elaboración: Propia

2.7.2. Equipamiento del Área de Operaciones

Tabla 23: Equipamiento del Área Operativa

EQUIPO	CANTIDAD
Archivador	01
Laptop	02
Impresora	01
Escritorio	01
Sillas	02
Útiles de Oficina y Limpieza	

Elaboración: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

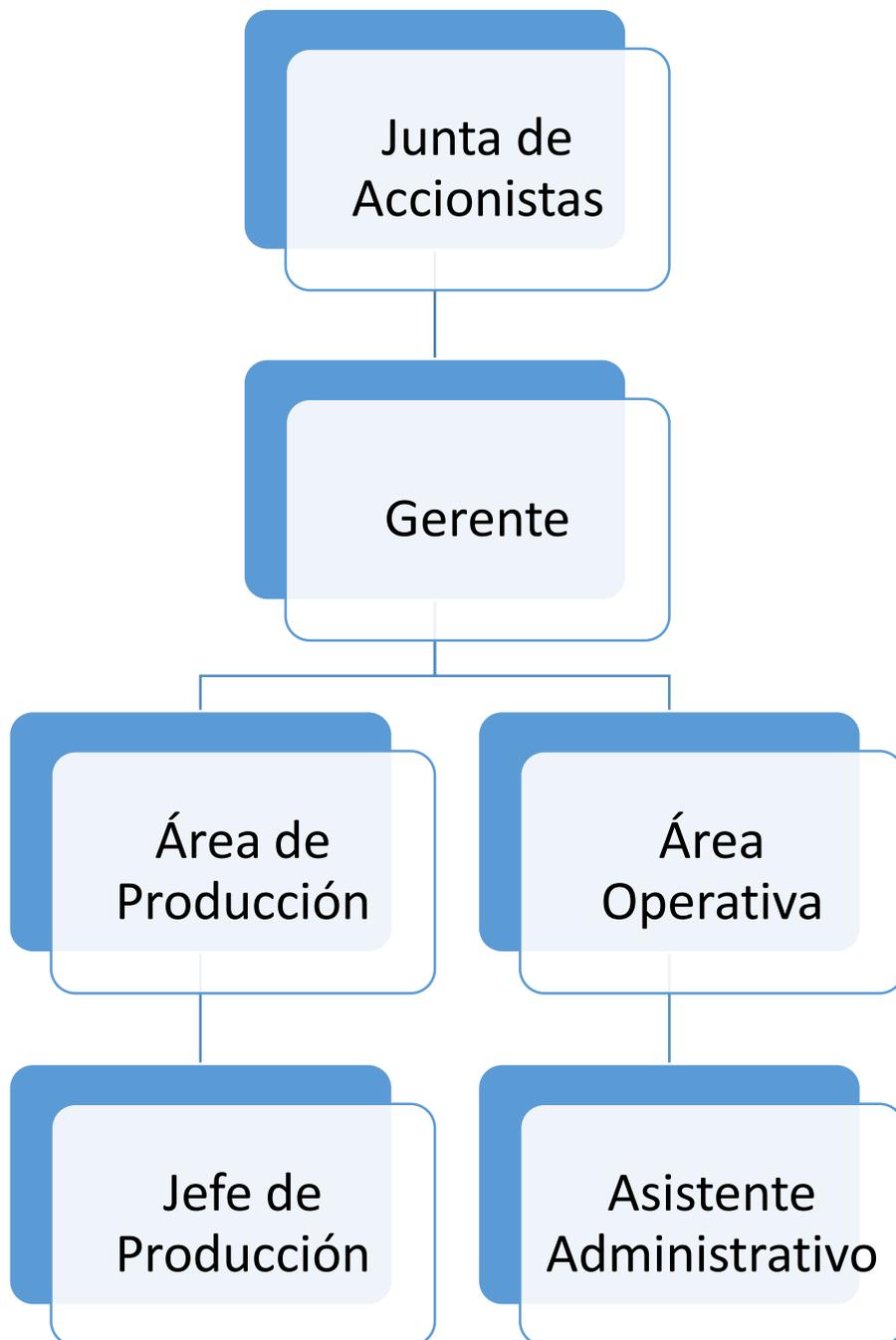


Figura 22: Organigrama

Elaboración: Propia

3.2. Descripción de los puestos

Tabla 24: Descripción de Puestos

PUESTO	REQUERIMIENTOS	DEBERES
Gerente general:	<p>· El gerente tendrá que ser contador y tener conocimientos de la administración de una empresa.</p> <p>· Creará un ambiente de trabajo en donde se conozcan los objetivos, las metas, la misión y visión de la empresa.</p>	<p>· Se encargará de concretar los pasos necesarios para llegar a los objetivos, aprovechará todos los recursos disponibles para hacer una correcta distribución del trabajo en las diferentes áreas.</p> <p>· El gerente se encargará de controlar, supervisar, validar y verificar que todo esté en marcha.</p> <p>· También diseñará los planes a partir del entorno y la meta del negocio, estos serán objetivos claros a corto y largo plazo.</p> <p>· El gestionará el presupuesto del negocio, procurando las mayores ganancias.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> · Supervisa a sus trabajadores y guiará para que puedan cumplir las metas de cada área propuestas. · Mantendrá contacto continuo con los proveedores, informará acerca de las novedades en los mercados.
Asistente administrativo:	<ul style="list-style-type: none"> · Persona capaz de apoyar los deberes del gerente, ser una persona proactiva y saber organizar bien su tiempo y ser muy organizado con sus cosas. · También deberá tener conocimiento de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> · El asistente administrativo es la encargada de recibir y redactar la correspondencia del superior. · Así como custodiar y ordenar los documentos de una oficina, atender el teléfono, responder los correos electrónicos, archivar documentos y coordinar los pagos y cobros.

		<ul style="list-style-type: none"> · También estará a cargo de estar pendiente de las publicaciones en las redes sociales de los productos.
Jefe de producción:	<ul style="list-style-type: none"> · Persona con conocimientos sobre la preparación de cócteles y se encargue de preparar un producto de buena calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> · Será el encargado de obtener la materia prima y otros insumos o materiales que se necesiten para luego poder preparar las paletas. · Tendrá a disposición todos los implementos necesarios para poder trabajar y obtener un producto de buena calidad y pasar a vender el producto final.

Elaboración: Propia

3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 25: Requerimiento de Personal

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación
Gerencia General	Gerente General	1	Tiempo parcial Planilla
Área Operativa	Asistente Administrativo	1	Tiempo parcial Planilla
Área de Producción	Jefe de Producción	1	Tiempo completo Panilla

Elaboración: Propia

4. Estudio legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Se ha decidido constituir la empresa bajo la forma societaria de una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), que estará conformada por 3 accionistas.

Al ser ésta una persona jurídica, los accionistas no responden con su patrimonio personal ante las responsabilidades de la empresa en caso la empresa presente alguna deuda.

Entre los beneficios de pertenecer a una SAC se tiene:

- Los accionistas no responden personalmente por las deudas sociales.
- Se requiere un mínimo de 2 y máximo 20 socios o accionistas.
- Se establece una Junta General de accionistas, una gerencia y un directorio (opcional). (Gestión, 2019)

4.2. Selección del Régimen Tributario

La empresa “Pop Drunk”, se acogerá al Régimen Especial del Impuesto a la Renta, ya que se estima que los ingresos netos no superan los S/525,000 y el valor de los activos fijos no supera los S/126,000. Además, no se supera el límite de 10 trabajadores por turno, como establece este Régimen. Respecto a las tasas de impuestos se considerará el Impuesto General a las Ventas (IGV) del 18% y el Impuesto a la Renta, que tiene una tasa de 1.5% de los ingresos netos mensuales. Cabe resaltar, que no se está obligado a presentar una Declaración Anual del Impuesto a la Renta. (SUNAT, 2019)

4.3. Selección del Régimen Laboral

El régimen laboral será el de Microempresa puesto que no se superan las 150 UIT en ventas netas anuales.

Beneficios de pertenecer al régimen de la Microempresa:

MICRO EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud del SIS (Seguro Integral De Salud)
Cobertura Provisional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

Figura 23: Beneficios de la Microempresa

Fuente: (SUNAT)

Elaboración: Propia

4.4. Otros Tramites

- Constitución de empresa: se deben seguir los siguientes pasos:

- Búsqueda y reserva de nombre en Registros Públicos.
 - Elaboración de minuta.
 - Abono de capital y bienes.
 - Elaboración de escritura pública.
 - Inscripción en registros públicos.
 - Inscripción al RUC a través del Centro de Servicio Virtual de SUNAT.
-
- Inscripción de la empresa en el REMYPE.
 - Trámite de Licencia de funcionamiento.
 - Trámite de Carnet Sanitario por parte de los trabajadores.
 - Obtener autorización sanitaria DIGESA.
 - Licencia para venta de licor.
 - Certificado de inspección de Defensa Civil.

Fuente: (Pasos para Constituir una empresa, 2020)

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión Inicial

Tabla 26: Inversión Inicial

Inversión Inicial

N°	Área		S/
1	Inversión en Activos		s/3,630.00
	1.1	Inversión en el Área de Producción	s/2,240.00
	1.2	Inversión en el Área Operativa	s/1,390.00
2	Trámites Legales		s/1,433.48
3	Imprevistos (10%)		s/506.35
Total			s/5,569.83
4	Capital de Trabajo		s/14,855.50
Total			s/20,425.33

Elaboración: Propia

El total de la inversión inicial será aportado por los tres socios de la siguiente manera:

- Socio 01: S/ 6,808.44 y un 33.33% en participación.
- Socio 02: S/ 6,808.44 y un 33.33% en participación.
- Socio 03: S/ 6,808.44 y un 33.33% en participación.

5.2. Valor de Venta

Tabla 27: Valor de Venta

Valor de Venta (Sin IGV)

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Paleta de Mojito Clásico	s/2.54	s/2.54	s/3.39	s/3.39	s/3.39
Paleta de Mojito de Maracuyá	s/2.54	s/2.54	s/3.39	s/3.39	s/3.39
Paleta de Piña Colada	s/3.39	s/3.39	s/4.24	s/4.24	s/4.24

Elaboración: Propia

5.3. Ingresos Projectados en Unidades

Se aplicó una encuesta y también el método del punto de equilibrio para determinar las unidades necesarias que se debe de producir y así obtener un margen de utilidad positivo.

Además, se proyecta que a partir del año 02 se aumente el 15% y a partir del año 03 aumente 30%, es un crecimiento constante ya que se toma en cuenta que la marca se hace conocida a través de la publicidad y fidelidad de los clientes.

Tabla 28: Proyección de Ingresos (Unidades)

Proyección de Ingresos en Unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Paleta de Mojito Clásico	6,538	7,518	9,774	12,706	16,518
Paleta de Mojito de Maracuyá	13,085	15,048	19,562	25,431	33,060
Paleta de Piña Colada	6,538	7,518	9,774	12,706	16,518
Total	26,161	30,084	39,109	50,842	66,095

Elaboración: Propia

5.4. Ingresos Projectados en Soles

Tabla 29 Ingresos Projectados en Soles

Proyección de Ingresos en Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Paleta de Mojito Clásico	S/16,622.03	S/19,114.21	S/33,131.30	S/43,070.69	S/55,991.89
Paleta de Mojito de Maracuyá	S/33,266.95	S/38,256.74	S/66,311.68	S/86,205.18	S/112,066.73
Paleta de Piña Colada	S/22,162.71	S/25,485.61	S/41,414.12	S/53,838.36	S/69,989.86
Total	S/72,051.69	S/82,856.56	S/140,857.09	S/183,114.22	S/238,048.49

Elaboración: Propia

5.5. Costos Projectados por Unidad

Los costos projectados tienen una variación debido a que los gastos en la producción (agua, luz, alquiler) van aumentando progresivamente en el año 02 con un 20% y durante el año 03 con un 30%. Además, hay un aumento en materia prima e insumos para el empaquetado del producto a partir del año 03 en un 30%.

Tabla 30: Costos Projectados por Unidad

Costo Unitario

Productos	Costo Unitario Año 01	Costo Unitario Año 02	Costo Unitario Año 03	Costo Unitario Año 04	Costo Unitario Año 05
Paleta de Mojito Clásico	s/1.08	s/1.09	s/1.38	s/1.38	s/1.38
Paleta de Mojito de Maracuyá	s/1.02	s/1.03	s/1.31	s/1.31	s/1.31
Paleta de Mojito de Piña	s/1.56	s/1.57	s/2.01	s/2.01	s/2.01

Elaboración: Propia

5.6. Costos Proyectados en Soles

Tabla 31: Proyección de costos (Soles)

Proyección de Costos en Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Paleta de Mojito Clásico	S/7,064.37	S/8,123.54	S/13,518.00	S/17,573.39	S/22,845.41
Paleta de Mojito de Maracuyá	S/13,397.19	S/15,406.67	S/25,615.38	S/33,299.99	S/43,289.99
Paleta de Piña Colada	S/10,228.76	S/11,762.38	S/19,667.63	S/25,567.92	S/33,238.29
Total	S/30,690.32	S/35,292.59	S/58,801.00	S/76,441.30	S/99,373.69

Elaboración: Propia

5.7. Gastos Projectados Operativos

Respecto a los sueldos del personal, se ha considerado un aumento a partir de año 03 de un 20%. Además, se tiene un aumento en gastos operaciones a partir del año 02 (agua, luz, alquiler) con un 20% y a partir del año 03 un 30%.

Tabla 32: Gastos Operativos

Gastos Operativos

Ítem	Descripción		Cantidad	Valor Unitario	Valor Total				
					Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
1	Personal				S/25,477.50	S/25,477.50	S/30,465.00	S/30,465.00	S/30,465.00
	1.1	Gerente	1	S/7,680.00					
	1.2	Jefe de Producción	1	S/11,805.00					
	1.3	Asistente Administrativo	1	S/5,992.50					
2	Gastos Operacionales				S/8,668.13	S/8,965.73	S/9,780.57	S/9,780.57	S/9,780.57
	2.1	Alquiler		S/1,200.00		S/1,440.00	S/1,560.00	S/1,560.00	S/1,560.00
	2.2	Luz		S/240.00		S/288.00	S/312.00	S/312.00	S/312.00
	2.3	Agua		S/48.00		S/57.60	S/62.40	S/62.40	S/62.40
	2.4	Internet		S/600.00		S/600.00	S/600.00	S/600.00	S/600.00
	2.5	Publicidad		S/5,160.00		S/5,160.00	S/5,160.00	S/5,160.00	S/5,160.00
	2.6	Sorteos		S/220.13		S/220.13	S/286.17	S/286.17	S/286.17
	2.7	Útiles de oficina y limpieza		S/1,200.00		S/1,200.00	S/1,800.00	S/1,800.00	S/1,800.00
Total					S/34,145.63	S/34,443.23	S/40,245.57	S/40,245.57	S/40,245.57

Elaboración: Propia

5.8. Flujo Económico

Tabla 33: Flujo Económico Proyectado

Flujo Económico Proyectado

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/72,051.69	S/82,856.56	S/140,857.09	S/183,114.22	S/238,048.49
Costos		S/30,690.32	S/35,292.59	S/58,801.00	S/76,441.30	S/99,373.69
Utilidad Bruta		S/41,361.37	S/47,563.97	S/82,056.09	S/106,672.92	S/138,674.79
Gastos Operativos		S/34,145.63	S/34,443.23	S/40,245.57	S/40,245.57	S/40,245.57
Utilidad Operativa		S/7,215.74	S/13,120.73	S/41,810.52	S/66,427.35	S/98,429.22
Impuesto a la Renta (1.5%)		S/1,080.78	S/1,242.85	S/2,112.86	S/2,746.71	S/3,570.73
Inversión	-S/5,569.83					
Capital de Trabajo	-S/14,855.50					
Utilidad Neta	-s/20,425.33	S/6,134.97	S/11,877.89	S/39,697.66	S/63,680.63	S/94,858.49

Elaboración: Propia

5.9. Análisis Económico

Tabla 34: Análisis Económico

COK	10%
VAN	S/127,188.18
TIR	92%

Elaboración: Propia

CAPITULO IV

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES

1. Decisión de Inversión

Usar un producto que ya es conocido por la población tacneña y darle un valor agregado, abre un nuevo nicho que no se ha visto, por lo que la idea de negocio resulta viable teniendo un VAN de S/127,188.18, y nuestra TIR es de 92% por lo que se recuperara la inversión entre el segundo y tercer año.

2. Recomendaciones

Colocar una idea de negocio pequeña tiene ciertas restricciones, por la coyuntura que se vive actualmente, el negocio propuesto ha tenido buena aceptación en el público, por lo que se puede abarcar más sectores, y pueda generar más rentabilidad considerando que en el mercado puede llegar a crecer abriendo la posibilidad de tener un local propio a la vez colocar franquicias en sectores estratégicos y tener la posibilidad de relacionarse con terceros

Tener sistema propio de distribución de los productos, para la comodidad del cliente. Sacar al mercado más opciones de paletas a base de cocteles para el gusto del cliente.

CONCLUSIONES

La hipótesis se comprobó con que con una entrevista a 50 personas que corresponden al segmento del mercado lo ratificó y se tomó en cuenta las ideas que agregan al producto.

La viabilidad del mercado se tiene que con el 54% el género masculino está más interesado, con un 65% se tiene que la población no ha consumido paletas a base de cócteles, con una mayoría de aprobación del 90% al segmento le parece interesante la propuesta, con un 93% las personas si estarían dispuestos a consumir el producto. El distrito más interesado en consumir es el cercado de Tacna con un 49%, la época del año en donde más se consume es en verano con un 40% los tres sabores más aceptados son mojito de maracuyá (29%), mojito tradicional y piña colada (20%), a las personas les gustaría adquirir nuestras paletas mediante pedidos por internet con un 52% por último el cliente estaría dispuesto a pagar entre S/.4 y S/.5 con un 87%.

La capacidad instalada de la empresa es de 360 paletas en un día y estará ubicada en agrupamiento Justo Arias y Aragüés block. J 403 cercado de Tacna

La personería jurídica es "Pop Drunk S.A.C" y la personería tributaria es Régimen especial del impuesto a la renta (RER).

La propuesta económica tiene una inversión S/. 20,425.32 con un COK del 10%, VAN S/127,188.18 y la TIR 92%.

BIBLIOGRAFIA

Brown, T. (2008). *Customer Experiencie*. España: Esic Editorial.

CPI. (Abril de 2019). Perú: Población 2019. *Market Report*, 2. Obtenido de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_2019_05.pdf

Gestión. (09 de Mayo de 2019). Obtenido de ¿Qué es una Sociedad Anónima Cerrada?: <https://gestion.pe/economia/empresas/sociedad-anonima-cerrada-sac-empresa-caracteristicas-constitucion-beneficios-nnda-nnlt-266153-noticia/>

Osterwalder, A. (2011). *Generacion de modelos de negocio*. España: Deusto.

Pasos para Constituir una empresa. (19 de Febrero de 2020). Obtenido de Diario Correo: <https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/>

SUNAT. (s.f.). Obtenido de RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT. (2019). Obtenido de Régimen Especial del Impuesto a la Renta: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA

Somos “Pop Drunk”, una empresa que le ofrece un nuevo producto en nuestra ciudad, paletas a base de cócteles. Le agradecemos pueda responder las siguientes preguntas. Gracias

1. Indique su sexo

- a. Femenino
- b. Masculino

2. ¿Alguna vez ha probado paletas de hielo con licor?

- a. Si
- b. No

3. ¿Le parece interesante nuestra propuesta?

- a. Si
- b. No

4. ¿Estaría dispuesto a consumir nuestras paletas “Pop-Drunk”?

- a. Si
- b. No

5. Indique el distrito en el cual vive

- a. Ciudad Nueva
- b. Alto de la Alianza
- c. Pocollay
- d. Cercado
- e. Gregorio Albarracín

6. ¿Qué sabores prefiere consumir?

- a. Mojito Tradicional

- b. Mojito de fresa
- c. Mojito de Maracuyá
- d. Vodka con gomitas
- e. Piña Colada
- f. Otro: _____

7. ¿En qué época del año consume paletas con mayor frecuencia?

- a. Verano
- b. Otoño
- c. Invierno
- d. Primavera

8. ¿Dónde le gustaría poder adquirir nuestras paletas?

- a. Tienda Propia
- b. Internet

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto?

- a. De S/4.00 a S/5.00
- b. De S/5.00 a S/6.00
- c. De S/6.00 a S/7.00

10. ¿A través de que medio le gustaría recibir publicidad de nuestro producto?

- a. Redes Sociales (Facebook / Instagram)
- b. Afiches / Volantes
- c. Radio

ANEXO 2: INVERSIÓN EN ACTIVOS – PRODUCCIÓN

Tabla 35: Inversión en Activos – Producción

Inversión en Activos - Producción

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Congeladora	2	s/500.00	s/1,000.00
2	Mesa de trabajo	1	s/350.00	s/350.00
3	Estante	1	s/200.00	s/200.00
4	Licuada	1	s/100.00	s/100.00
6	Moldes de paletas	36	s/15.00	s/540.00
7	Set de Bar (cuchillo, tasa medidora, exprimidor, ensera, cuchara ,mezcladora)	1	s/50.00	s/50.00
Total				s/2,240.00

Elaboración: Propia

ANEXO 3: INVERSIÓN EN ACTIVOS – ÁREA OPERATIVA

Tabla 36: Inversión en Activos - Área Operativa

Inversión en Activos - Área Operativa

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Archivador	1	s/80.00	s/80.00
2	Laptop	2	s/500.00	s/1,000.00
3	Impresora	1	s/200.00	s/200.00
4	Escritorio	1	s/50.00	s/50.00
5	Sillas	2	s/30.00	s/60.00
Total				s/1,390.00

Elaboración: Propia

ANEXO 4: TRÁMITES LEGALES

Tabla 37: Trámites Legales

Trámites Legales

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	SUNARP – Búsqueda y reserva de nombre	1	s/20.00	s/20.00
2	Elaboración de la minuta	1	s/450.00	s/450.00
3	Escritura pública	1	s/200.00	s/200.00
4	Registros públicos	1	s/50.00	s/50.00
5	SUNARP para inscribir tu empresa	1	s/90.00	s/90.00
6	Licencia para venta de licor	1	s/230.00	s/230.00
7	Licencia de funcionamiento de 0 A 100 M2	1	s/170.50	s/170.50
8	DIGESA- registro sanitario	1	s/222.98	s/222.98
Total				s/1,433.48

Elaboración: Propia

ANEXO 5: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 01

Tabla 38: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Paleta de Mojito Clásico	675	709	744	447	402	402	402	442	486	535	588	706	6,538
Paleta de Mojito de Maracuyá	1351	1,419	1,489	894	804	804	804	885	973	1,071	1,178	1,413	13,085
Paleta de Piña Colada	675	709	744	447	402	402	402	442	486	535	588	706	6,538
Total	2,701	2,836	2,978	1,787	1,608	1,608	1,608	1,769	1,946	2,140	2,354	2,825	26,161

Elaboración: Propia

ANEXO 6: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 02

Tabla 39: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Paleta de Mojito Clásico	776	815	856	513	462	462	462	508	559	615	677	812	7,518
Paleta de Mojito de Maracuyá	1,554	1,631	1,713	1,028	925	925	925	1,017	1,119	1,231	1,354	1,625	15,048
Paleta de Piña Colada	776	815	856	513	462	462	462	508	559	615	677	812	7,518
Total	3,106	3,261	3,425	2,055	1,849	1,849	1,849	2,034	2,238	2,461	2,707	3,249	30,084

Elaboración: Propia

ANEXO 7: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 03

Tabla 40: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Paleta de Mojito Clásico	1,009	1,060	1,113	668	601	601	601	661	727	800	880	1,056	9,774
Paleta de Mojito de Maracuyá	2,020	2,121	2,227	1,336	1,202	1,202	1,202	1,323	1,455	1,600	1,761	2,113	19,562
Paleta de Piña Colada	1,009	1,060	1,113	668	601	601	601	661	727	800	880	1,056	9,774
Total	4,038	4,240	4,452	2,671	2,404	2,404	2,404	2,644	2,909	3,200	3,520	4,224	39,109

Elaboración: Propia

ANEXO 8: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 04

Tabla 41: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 04

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 04

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Paleta de Mojito Clásico	1,312	1,377	1,446	868	781	781	781	859	945	1,040	1,143	1,372	12,706
Paleta de Mojito de Maracuyá	2,626	2,757	2,895	1,737	1,563	1,563	1,563	1,720	1,891	2,081	2,289	2,746	25,431
Paleta de Piña Colada	1,312	1,377	1,446	868	781	781	781	859	945	1,040	1,143	1,372	12,706
Total	5,249	5,512	5,787	3,472	3,125	3,125	3,125	3,438	3,782	4,160	4,576	5,491	50,842

Elaboración: Propia

ANEXO 9: PROYECCIÓN DE INGRESOS EN UNIDADES - AÑO 05

Tabla 42: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Paleta de Mojito Clásico	1,705	1,791	1,880	1,128	1,015	1,015	1,015	1,117	1,229	1,351	1,487	1,784	16,518
Paleta de Mojito de Maracuyá	3,413	3,584	3,763	2,258	2,032	2,032	2,032	2,235	2,459	2,705	2,975	3,570	33,060
Paleta de Piña Colada	1,705	1,791	1,880	1,128	1,015	1,015	1,015	1,117	1,229	1,351	1,487	1,784	16,518
Total	6,824	7,165	7,524	4,514	4,063	4,063	4,063	4,469	4,916	5,408	5,948	7,138	66,095

Elaboración: Propia

ANEXO 10: COSTO UNITARIO PALETA DE MOJITO CLÁSICO

Para determinar el costo de las paletas, se utilizó un cuadro de equivalencia, en el cual se detalla los insumos a utilizar y las medidas que se requiere para la elaboración de cada paleta.

Tabla 43: Costo Unitario - Paleta de Mojito Clásico

Costo Unitario Paleta de Mojito Clásico

Ítem	Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total				
					Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
1	Materias Primas				S/0.34	S/0.34	S/0.44	S/0.44	S/0.44
1.1	Ron	2	ml	S/0.03	S/0.06	S/0.06	S/0.08	S/0.08	S/0.08
1.2	Hierba buena	2	hojas	S/0.01	S/0.02	S/0.02	S/0.03	S/0.03	S/0.03
1.3	Zumo de limón	7	ml	S/0.02	S/0.13	S/0.13	S/0.16	S/0.16	S/0.16
1.4	Azúcar	0.2	cdas	S/0.05	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
1.5	Agua gasificada	75	ml	S/0.00	S/0.13	S/0.13	S/0.16	S/0.16	S/0.16
2	Costos Indirectos				S/0.64	S/0.65	S/0.81	S/0.81	S/0.81
2.1	Palitos	1	unidades	S/0.38	S/0.38	S/0.38	S/0.49	S/0.49	S/0.49
2.2	Envolturas	1	unidades	S/0.15	S/0.15	S/0.15	S/0.20	S/0.20	S/0.20
2.3	Luz	80	soles	S/2.67	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
2.4	Agua	16	soles	S/0.53	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
2.5	Alquiler	400	soles	S/13.33	S/0.04	S/0.04	S/0.05	S/0.05	S/0.05
2.6	Depreciación (congeladora)	847	soles	S/23.53	S/0.07	S/0.07	S/0.07	S/0.07	S/0.07
3	Mermas (10%)				S/0.10	S/0.10	S/0.13	S/0.13	S/0.13
Total					S/1.08	S/1.09	S/1.38	S/1.38	S/1.38

Elaboración: Propia

ANEXO 11: COSTO UNITARIO - PALETA DE MOJITO DE MARACUYÁ

Tabla 44: Costo Unitario - Paleta de Mojito de Maracuyá

Costo Unitario Paleta de Mojito de Maracuyá

Ítem	Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total				
					Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
1	Materias Primas				S/0.29	S/0.29	S/0.38	S/0.38	S/0.38
	1.1	Ron	2	MI	S/0.03	S/0.06	S/0.06	S/0.08	S/0.08
	1.2	Maracuyá	12	Gr	S/0.00	S/0.04	S/0.04	S/0.05	S/0.05
	1.3	Jugo de Maracuyá	35	MI	S/0.00	S/0.10	S/0.10	S/0.13	S/0.13
	1.4	Azúcar	0.2	Cdas	S/0.05	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
	1.5	Hierbabuena	1	Hojas	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
	1.6	Agua gasificada	36	MI	S/0.00	S/0.07	S/0.07	S/0.09	S/0.09
2	Costos Indirectos				S/0.64	S/0.65	S/0.81	S/0.81	S/0.81
	2.1	Palitos	1	Unidades	S/0.38	S/0.38	S/0.38	S/0.49	S/0.49
	2.2	Envolturas	1	Unidades	S/0.15	S/0.15	S/0.15	S/0.20	S/0.20
	2.3	Luz	80	Soles	S/2.67	S/0.01	S/0.01	S/0.01	S/0.01
	2.4	Agua	16	Soles	S/0.53	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
	2.5	Alquiler	400	Soles	S/13.33	S/0.04	S/0.04	S/0.05	S/0.05
	2.6	Depreciación (congeladora)	847	Soles	S/23.53	S/0.07	S/0.07	S/0.07	S/0.07
3	Mermas (10%)				S/0.09	S/0.09	S/0.12	S/0.12	S/0.12
Total					S/1.02	S/1.03	S/1.31	S/1.31	S/1.31

Elaboración: Propia

ANEXO 12: COSTO UNITARIO - PALETA DE PIÑA COLADA

Tabla 45: Costo Unitario - Paleta de Piña Colada

Costo Unitario Paleta de Piña Colada

Ítem	Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total				
					Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
1	Materias Primas				s/0.78	s/0.78	s/1.02	s/1.02	s/1.02
	1.1	Ron	2	MI	s/0.03	s/0.05	s/0.05	s/0.07	s/0.07
	1.2	Crema de coco	30	MI	s/0.02	s/0.51	s/0.51	s/0.66	s/0.66
	1.3	Jarabe de azúcar	10	MI	s/0.01	s/0.13	s/0.13	s/0.17	s/0.17
	1.4	Jugo de piña	30	MI	s/0.003	s/0.09	s/0.09	s/0.11	s/0.11
2	Costos Indirectos				s/0.64	s/0.65	s/0.81	s/0.81	s/0.81
	2.1	Palitos	1	Unidades	s/0.38	s/0.38	s/0.38	s/0.49	s/0.49
	2.2	Envolturas	1	Unidades	s/0.15	s/0.15	s/0.15	s/0.20	s/0.20
	2.3	Luz	80	Soles	s/2.67	s/0.01	s/0.01	s/0.01	s/0.01
	2.4	Agua	16	Soles	s/0.53	s/0.00	s/0.00	s/0.00	s/0.00
	2.5	Alquiler	400	Soles	s/13.33	s/0.04	s/0.04	s/0.05	s/0.05
	2.6	Depreciación (congeladora)	847	Soles	s/23.53	s/0.07	s/0.07	s/0.07	s/0.07
3	Mermas (10%)				s/0.14	s/0.14	s/0.18	s/0.18	s/0.18
Total					s/1.56	s/1.57	s/2.01	s/2.01	s/2.01

Elaboración: Propia

ANEXO 13: CUADRO DE EQUIVALENCIA - PALETA DE MOJITO CLÁSICO

Tabla 46: Cuadro de equivalencia - Paleta de mojito clásico

Paleta de Mojito Clásico			Equivalencia	
Insumos para la Preparación			Cantidad	Precio
Insumo	Cantidad	Precio		
Ron	750ml	S/19.00	01 ml	S/0.03
Hierbabuena	60 hojas	S/0.80	01 hoja	S/0.01
Limón	35 limones	S/3.20	01 ml	S/0.02
Azúcar	50 kg	S/130.00	01 cda	S/0.05
Agua gasificada	1500 ml	S/2.50	01 ml	S/0.00

Elaboración: Propia

ANEXO 14: Cuadro de equivalencia - Paleta de mojito de maracuyá

Tabla 47: Cuadro de equivalencia - Paleta de mojito de maracuyá

Paleta de Mojito de Maracuyá			Equivalencias	
Insumos para la Preparación			Cantidad	Precio
Insumo	Cantidad	Precio		
Ron	750 ml	19.00	01 ml	0.03
Pulpa de maracuyá	1000 gr	3.00	1 gr	0.003
Jugo de maracuyá	1000 ml	2.90	01 ml	0.003
Azúcar	50 kg	130.00	01 cda	0.05
Hierbabuena	60 hojas	0.80	01 ml	0.001
Agua Gasificada	1500 ml	2.50	02 ml	0.002

Elaboración: Propia

ANEXO 15: Cuadro de equivalencia - Paleta de piña colada

Tabla 48: Cuadro de equivalencia - Paleta de piña colada

Paleta de Piña Colada			Equivalencias	
Insumos para la Preparación			Cantidad	Precio
Insumo	Cantidad	Precio		
Ron	750 ml	S/19.00	01 ml	S/0.03
Crema de coco	500 ml	S/8.50	01 ml	S/0.02
Jarabe de azúcar	750 ml	S/10.00	01 ml	S/0.01
Jugo de piña	1000 ml	S/2.90	01 cda	S/0.00

Elaboración: Propia