

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NIVEL FORMATIVO
PROFESIONAL TECNICO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
ELABORACION DE YOGURT A BASE DE FRUTAS
EXOTICAS EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

SAYRA MARIA AGUILAR RAMOS.
JUANA AMALIA GOMEZ VALDEZ.
KELLY YESSSENIA PILCO AROCUTIPA.

DOCENTE GUIA:

ERNESTO ALESSANDRO LEO ROSSI.

DOCENTE INFORMANTE:

RONALD HUACCA INCACUTIPA.

TACNA – PERÚ

2020

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	9
-------------------------	---

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema	11
2. Origen del Tema	11
3. Formulación del Problema	12
4. Objetivo General	12
5. Objetivos Específicos	12
6. Metodología	13
6.1. Hipótesis base del negocio	13
6.2. Proponer el modelo de negocios	13
6.3. Determinar la viabilidad del mercado	13
6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa	13
6.5. Determinar la Propuesta Organizacional	14
6.6. Determinar la Propuesta Legal	14
6.7. Evaluar la Propuesta Económica	14
7. Limitaciones del Estudio	14

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada	15
2. Nuestra Hipótesis	15
2.1. Como es la experiencia actual	15
2.2. Que problemas presenta	15
2.3. Quienes están involucrados	16
2.4. Posibles soluciones	16
3. Concepto Final	16
3.1. Qué es	16

3.2.	Como funciona.....	16
3.3.	Porque es Especial.....	16
3.4.	Prototipo.....	17
4.	El Propósito Estratégico.....	17
5.	La Misión.....	17
6.	La Visión.....	17
7.	Los Promotores.....	18
8.	Modelo de Negocios.....	19

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1.	Estudio de Mercado.....	20
1.1.	Análisis del Mercado.....	20
1.2.	Estrategia del Producto o Servicio.....	30
1.3.	Estrategia de Comunicación.....	33
1.4.	Estrategia de comercialización.....	33
1.5.	Estrategia de Ingresos.....	33
2.	Estudio Técnico.....	34
2.1.	Especificaciones Técnicas.....	34
2.2.	Flujo del Proceso.....	36
2.3.	Localización del Proyecto.....	39
2.4.	Capacidad Instalada Estimada.....	42
2.5.	Infraestructura.....	44
2.6.	Equipamiento.....	45
3.	Estudio Organizacional.....	46
3.1.	Estructura Organizacional de la empresa.....	46
3.2.	Descripción de los puestos.....	46
3.3.	Requerimiento e inversión de personal.....	48
4.	Estudio Legal.....	49

4.2	Selección de la Persona Natural o Jurídica.	49
4.3	Selección del Régimen Tributario.	49
1.5.	Otros Tramites.....	51
2.	Estudio Financiero	52
2.4.	Inversión Inicial.....	52
2.5.	Valor de Venta.....	52
2.6.	Ingresos Proyectados en Unidades	52
2.7.	Ingresos Proyectados en Soles	53
2.8.	Costos Proyectados por Unidad	54
2.9.	Costos proyectados en soles.....	55
2.10.	Gastos Proyectados Administrativos	56
2.11.	Gastos Proyectados de Comercialización	57
2.12.	Flujo Económico.....	58
2.13.	Análisis Económico	59

CAPITULO IV

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES

1.	Decisión de Inversión	59
2.	Recomendaciones	59
	CONCLUSIONES	60
	Bibliografía.....	62
	ANEXOS.....	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Propuesta de logotipo.	17
Figura 2: Propuesta de logotipo.	17
Figura 3: Propuesta de Logotipo.	17
Figura 4: Presentación de 900 ml.	32
Figura 5 Presentación de 160gr.	32
Figura 6: Mapa de Tacna.	41
Figura 7: Ubicación del Local.	42
Figura 8 (2D): Distribución de Planta.	44
Figura 9 (3D): Distribución de Planta.	45
Figura 10: Estructura Organizacional de la Empresa.	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis del Mercado	21
Tabla 2: Análisis del Mercado	21
Tabla 3: ¿Consumes Yogurt?	23
Tabla 4: ¿Dónde compra generalmente su yogurt?	24
Tabla 5: ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de yogurt líquido de 900 ml?	25
Tabla 6: ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?	26
Tabla 7: ¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas exóticas?	27
Tabla 8: ¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? “Exótico”	28
Tabla 9 : ¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?	29
Tabla 10: Equipamiento de Área de Producción.	45
Tabla 11: Requerimiento e inversión de personal.	48
Tabla 12: Trámites de pago.	51

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Modelo de Canvas.	19
Cuadro 2: Ficha Técnica de Producto Terminado.	34
Cuadro 3: Ficha Técnica de Producto Terminado	35
Cuadro 4: Inversión inicial.....	52
Cuadro 5: Valor de Venta sin IGV	52
Cuadro 6: Proyección de ingresos en unidades.	53
Cuadro 7: Ingresos Proyectados en soles.....	53
Cuadro 8: Costo de yogurt griego.	54
Cuadro 9: Costo de Yogurt Líquido.	55
Cuadro 10: Costos Proyección en soles	55
Cuadro 11: Gastos Administrativos.....	56
Cuadro 12: Gastos de Comercialización	57
Cuadro 13: Flujo económico.	58
Cuadro 14: Análisis Económico.	59
Cuadro 15: Inversión en Activos-Producción.....	63
Cuadro 16: Inversión en Activos-Administración	64
Cuadro 17: Inversión en Activos- Comercialización	64
Cuadro 18: Trámites Legales.....	65
Cuadro 19: Proyección de ingresos en unidades- Año 01.....	66
Cuadro 20: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02.....	66
Cuadro 21: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03.....	67
Cuadro 22: Proyección de ingresos en unidades- Año 04.....	67
Cuadro 23: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05.....	68

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 ¿Consumes Yogurt?	23
Grafico 2 ¿Dónde compra generalmente su yogurt?	24
Grafico 3 ¿Cuánto paga generalmente por presentaciones de 900 ml?	25
Grafico 4 ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?	26
Grafico 5 ¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas exóticas?	27
Grafico 6 ¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? "Exótico"	28
Grafico 7 ¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?	29

RESUMEN EJECUTIVO

Las enfermedades digestivas hoy en día se han vuelto cada vez comunes, lo cual hace que los consumidores prefieran los productos naturales, por ello brindamos un producto que ya se encuentra en el mercado “yogurt” en presentaciones de 160 gr. (griego) y de 900 ml. (bebible) el cual está elaborado de manera artesanal con frutas exóticas como la Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto de consistencia adecuada y propiedades significativas para la salud.

La empresa ofrece la producción y comercialización, logrando llegar a nuestro segmento de mercado como los consumidores de productos naturales y de estilo de compra innovador que se encuentran en la ciudad de Tacna.

A través de encuestas, se encuentra que un 44% no consumen yogurt debido a su consistencia y ser elaborados con muchos químicos, se detectó que un 35% lo compra en minimarket en presentaciones pequeñas para las loncheras de sus hijos y grandes para consumo familiar.

EXOTIC es una sociedad anónima cerrada S.A.C. constituido como persona jurídica y conformado por tres accionistas, inscrito en el régimen tributario R.E.R y régimen laboral REMYPE cuenta con un establecimiento adecuado y con personal altamente calificado para la elaboración de un producto de gran calidad, una capacidad instalada de 88 unidades de 900 ml. y 40 unidades de 160 gr. diarias llegando al quinto año con un máximo de 21660 und. de 900 ml. y 9960 und. de 160 gr.

De acuerdo a los socios del proyecto se da como inversión inicial S./24,349.49 con un capital de trabajo S./30,000.00 según la elaboración del análisis económico el costo unitario proyectado en 5 años, dándonos como resultado un COK de 10%, VAN de S/. 20,040.05 nuevos soles y un TIR de 20% que hacen de esta oportunidad de mercado una opción interesante para invertir.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACION DE YOGURT A BASE DE FRUTAS EXOTICAS EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”.

2. Origen del Tema

Basada en una experiencia personal se coincide sobre la necesidad de un producto en el mercado que tuviera propiedades preventivas y saludables para los desórdenes estomacales e infecciones de vías respiratorias siendo de las más comunes en la ciudad. Luego de una investigación realizada sobre las frutas y sus beneficios el diario el comercio nos habla de tres tipos como Pitahaya o llamada también fruta de Dragón (El Comercio, 2019) con propiedades preventivas para los desórdenes estomacales entre otros . Aguaje o árbol de la vida (El Comercio, 2015) y Aguaymanto (El Comercio, 2015) ricos en vitamina A, C y E que previenen enfermedades respiratorias, cancerígenas y fortalecen el sistema inmunológico. Así se realiza el enfoque en la elaboración de yogurt natural a base de frutas exóticas con sabores nuevos y benéficos para la salud.

3. Formulación del Problema

En la ciudad de Tacna dentro de la taza de morbilidad se encuentra enfermedades digestivas como gastritis, úlceras, infecciones intestinales, enfermedades del esófago, estómago y duodeno ocupando el cuarto y sexto lugar de las más comunes según (DIRESA, 2019) . Es así como hombres y mujeres hoy en día revisan la composición de los productos que van a consumir esperando cada vez que sean más naturales y tengan menos composición química, sumado a ello un enfoque convencional del mercado lácteo que si bien es cierto ha ido en aumento de sabores no logra cautivar al consumidor. Por esta razón se apuesta por una línea de yogurt natural, sabores exóticos, consistencia adecuada y propiedades significativas para la salud como una nueva alternativa de consumo.

4. Objetivo General

Formulación de un plan de negocios para la elaboración de yogurt a base de frutas exóticas 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.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, 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.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo Canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder 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 un flujo grama del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

El proyecto de inversión ofrece la alternativa de cuidar la flora intestinal siendo primordial para buena salud. En la actualidad las personas no disponen de mucho tiempo debido a las ocupaciones diarias complicando el cuidado de su alimentación.

Por ello se presenta un yogurt natural con sabores nuevos y exóticos con vitaminas A, C y E en presentación bebible de 900 ml. y griego de 160 gr. siendo deleitoso para el paladar.

2. Nuestra Hipótesis

La hipótesis está basada en la producción y comercialización de yogurt a base de frutas exóticas como Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto con altos nutrientes favorables para la salud. Las personas van a optarán por su consumo siendo una alternativa natural.

2.1. Como es la experiencia actual

En la actualidad las personas disfrutan más de un yogurt natural que contribuye a la salud.

2.2. Que problemas presenta

- El yogurt tiene una propuesta convencional.
- Consistencia muy líquida.
- Procesados químicamente.

2.3. Quienes están involucrados

- Familias (niños y adultos).
- Personas que cuidan su salud.
- Personas con un nivel de ingresos mínimo.

2.4. Posibles soluciones

- Elaboración y comercialización de un producto natural.
- Ingreso de nuevos sabores al mercado.
- Despertar el interés por sabores novedosos.

3. Concepto Final

3.1. Qué es.

Exótico es elaborado de manera artesanal, con la propuesta de nuevos sabores a base de frutas exóticas como Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.

3.2. Como funciona.

Producto lácteo a base de frutas que ofrecen sabores exóticos, con ricos nutrientes sirve para estabilizar la flora intestinal, disminuye el colesterol, refuerza el sistema inmunológico entre otros. Presentaciones de 160 gr. y 900 ml. en frasco de vidrio.

3.3. Porque es Especial.

El yogurt es un producto de alta demanda en el mercado, al adicionarle una variedad de sabores a base de frutas exóticas y rico en nutrientes ofrece una alternativa nueva al consumidor, amoldándose a distintos estilos de vida, el producto es especial y novedoso debido a contiene antioxidantes, ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, cáncer, anemia, osteoporosis entre otros.

3.4. Prototipo.



Figura 1: Propuesta de logotipo.
Fuente: Propia
Elaboración: Propia



Figura 2: Propuesta de logotipo.
Fuente: Propia.
Elaboración: Propia.



Figura 3: Propuesta de Logotipo.
Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4. El Propósito Estratégico

Exótico está comprometido con el bienestar de sus clientes por ello ofrece un producto 100% natural ayudando a mejorar la nutrición. Se apuesta por el consumo de frutas exóticas en relación al valor nutricional en presentación de yogurt despertando la curiosidad del consumidor.

5. La Misión

Somos una empresa tacneña dedicada a producir y comercializar productos naturales de yogurt a base de frutas exóticas, brindando una alternativa nueva.

6. La Visión

Ser una empresa reconocida en la ciudad de Tacna posicionando en la mente del consumidor el yogurt natural a base de frutas exóticas

7. Los Promotores

- ❖ Sayra Aguilar Ramos: Egresada de administración de negocios internacionales, con experiencia en el desarrollo y ejecución de planes y estrategias de marketing, branding y publicidad. Se encargará del área de marketing.
- ❖ Juana Gómez Valdez: Egresada de administración de negocios internacionales, con experiencia en asesoramiento negocios, ventas y gestor de cobranzas. Se encargará del área de finanzas.
- ❖ Kelly Pilco Arocutipa: Egresada de administración de negocios internacionales, con experiencia en atención al cliente y ejecutiva comercial. Se encargará del área de ventas.

8. Modelo de Negocios

Alianzas claves	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
Proveedores de materia Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.	Selección y compra de materia prima e insumo, marketing.	Yogurt natural con sabores nuevos a base de frutas exóticas altos nutrientes.	Venta a través de canales directos y por tiendas regionales Atención personalizada en medios interactivos (redes sociales)	Con estilo de compra innovador.
Minimarket regionales.	Recursos clave Infraestructura, talento humano, materia prima, socios, capital. Permisos sanitarios.	Rico en vitamina A, C y E. Beneficioso para la salud intestinal.	Canales Marketing promocional. Publicidad en redes sociales y radiales. Participación en ferias locales y regionales.	Consumidores de productos naturales.
Proveedor de envases.				
	Estructura de costes		Fuentes de ingresos	
	Pagos de servicios básicos, insumos, materiales, equipo, campaña publicitaria.		Venta de yogurt griego en presentación de 160 gr. Venta de yogurt bebible en presentación de 900 ml.	

Cuadro 1: Modelo de Canvas.

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El mercado actual de yogurt es uno de los más innovadores, por tal razón que se busca lanzar el producto a precio adecuado, ya sea para el desayuno, un break o la cena.

Los principales competidores a nivel nacional que se tiene son las grandes marcas como Gloria y Laive, siendo productos procesados por lo que se mantiene una gran ventaja contando con un proceso natural.

A nivel provincial se encuentra “La lechería”, “Pletasa” y “Fongal Tacna”, que ofrecen yogurt natural, pero ninguna el yogurt a base de los frutos con los que cuenta Exótico, por ende a pesar de competir en el mismo mercado se busca superarlo por la novedad y variedad de sabores con la que se contará.

Mercado destino son los pobladores de la ciudad de Tacna con edades de 20 a 59 años de los distritos de Tacna, Coronel Gregorio Albarracín, Ciudad Nueva, Alto de la Alianza y Pocollay.

PROVINCIA/ DISTRITO	TOTAL	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59
TOTAL	346,013	30,141	29,772	29,293	28,769	24,833	22,007	18,664	14,385
TACNA	320,834	28,267	27,836	27,293	26,864	23,034	20,221	16,985	13,091
TACNA	86,267	6,614	7,034	7,192	7,082	6,078	5,810	5,576	4,665
ALTO DE LA ALIANZA	39,659	3,915	3,883	3,414	3,195	2,514	2,318	2,096	1,877
CALANA	3,228	267	220	233	255	221	230	207	226
CIUDAD NUEVA	38,131	4,149	3,376	3,054	2,791	2,472	2,278	1,922	1,193
INCLAN	7,778	622	670	521	608	519	449	382	387
PACHIA	1,988	175	131	143	121	139	138	120	102
PALCA	1,689	133	138	116	130	113	113	84	76
POCOLLAY	21,538	1,712	1,894	1,967	1,865	1,580	1,420	1,155	1,021
SAMA	2,636	217	207	175	189	154	176	212	157
CORONEL GREGORIO ALBARRACIN	117,920	10,463	10,283	10,478	10,628	9,244	7,289	5,231	3,387
CANDARAVE	8,194	527	584	626	593	590	560	497	400
CANDARAVE	3,038	161	204	224	225	230	222	174	154
CAIRANI	1,317	99	95	116	76	92	71	93	56
CAMILACA	1,532	123	128	118	120	107	119	97	87
CURIBAYA	182	14	14	8	14	11	17	18	6
HUANUARA	909	59	53	62	65	71	68	51	50
QUILAHUANI	1,216	71	90	98	93	79	63	64	47
JORGE BASADRE	9,145	834	841	855	790	688	709	655	447
LOCUMBA	2,633	219	236	232	215	186	224	193	194
ILABAYA	3,045	163	259	295	269	268	283	265	165
ITE	3,467	452	346	328	306	234	202	197	88
TARATA	7,840	513	511	519	522	521	517	527	447
TARATA	3,292	238	208	223	201	227	214	177	148
CHUCATAMANI	663	41	35	42	48	44	49	50	40
ESTIQUE	719	47	64	49	52	43	44	59	49
ESTIQUE-PAMPA	674	51	50	35	51	39	54	67	46
SITAJARA	706	43	42	47	62	41	46	51	43
SUSAPAYA	777	38	50	65	48	50	41	62	58
TARUCACHI	415	25	30	24	23	28	34	35	36
TICACO	594	30	32	34	37	49	35	26	27

Tabla 1: Análisis del Mercado

Fuente: MINSA

Elaboración: MINSA

PROVINCIA/ DISTRITO	TOTAL	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59
TACNA	320,834	28,267	27,836	27,293	26,864	23,034	20,221	16,985	13,091
TACNA	86,267	6,614	7,034	7,192	7,082	6,078	5,810	5,576	4,665
ALTO DE LA ALIANZA	39,659	3,915	3,883	3,414	3,195	2,514	2,318	2,096	1,877
CALANA	3,228	267	220	233	255	221	230	207	226
CIUDAD NUEVA	38,131	4,149	3,376	3,054	2,791	2,472	2,278	1,922	1,193
INCLAN	7,778	622	670	521	608	519	449	382	387
PACHIA	1,988	175	131	143	121	139	138	120	102
PALCA	1,689	133	138	116	130	113	113	84	76
POCOLLAY	21,538	1,712	1,894	1,967	1,865	1,580	1,420	1,155	1,021
SAMA	2,636	217	207	175	189	154	176	212	157
CORONEL GREGORIO ALBARRACIN	117,920	10,463	10,283	10,478	10,628	9,244	7,289	5,231	3,387

Tabla 2: Análisis del Mercado

Fuente: MINSA

Elaboración: MINSA

Se toma como referencia del (MINSA, s.f.) Donde indica que la cantidad total de pobladores en la ciudad de Tacna son de 346,013 hasta el año 2016, 4 provincias, tomando a Tacna con 10 distritos, de los cuales se

usa para mercado meta coronel Gregorio Albarracín con 117,920, Ciudad Nueva 38,131, Alto de la Alianza 39,659, Pocollay 21,538 y Tacna 86,267 pobladores de las edades de 20 a 59 años.

1.1.1. Resultados de las encuestas

Para realizar las encuestas virtuales en la ciudad de Tacna se hizo un muestreo con una población de 174,115 en personas con edades entre 20 a 59 años de la provincia de Tacna en los distritos de Alto Alianza, Pocollay, Coronel Gregorio Albarracín, Ciudad Nueva y Tacna.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{174115 \times (1.68)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.10)^2 \times (174115-1) + (1.68)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{122856}{1742}$$

Resultado de Muestreo n=71

Somos un grupo de estudiantes egresados del Instituto John Von Neumann de la carrera Administración de Negocios Internacionales. Las encuestas son realizadas en la ciudad de Tacna, departamento de Tacna – Cercado en junio del 2020 sobre el consumo de yogurt a base de frutas exóticas.

Pregunta 1. ¿Consumes Yogurt?

PREGUNTA	¿Consumes Yogurt?	
PROMEDIO	CANTIDAD	%
SI	40	56%
NO	31	44%
TOTAL	71	100%

Tabla 3 ¿Consumes Yogurt?

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

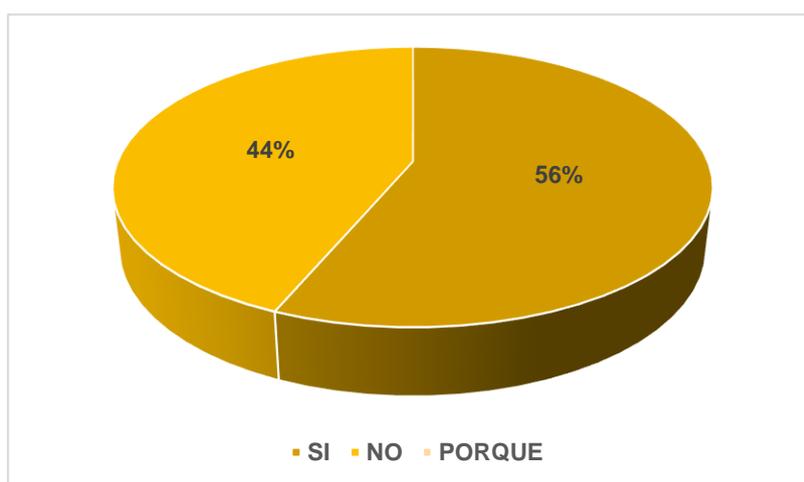


Gráfico 1. ¿Consumes Yogurt?

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna. el 56% consume yogurt y el 44% no consume yogurt.

Pregunta 2. ¿Dónde compra generalmente su yogurt?

PREGUNTA	2.- ¿Dónde compra generalmente su yogurt?	
PROMEDIO	CANTIDAD	%
Bodegas	18	25%
Minimarket	25	35%
Supermercados	28	40%
TOTAL	71	100%

Tabla 4: ¿Dónde compra generalmente su yogurt?

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

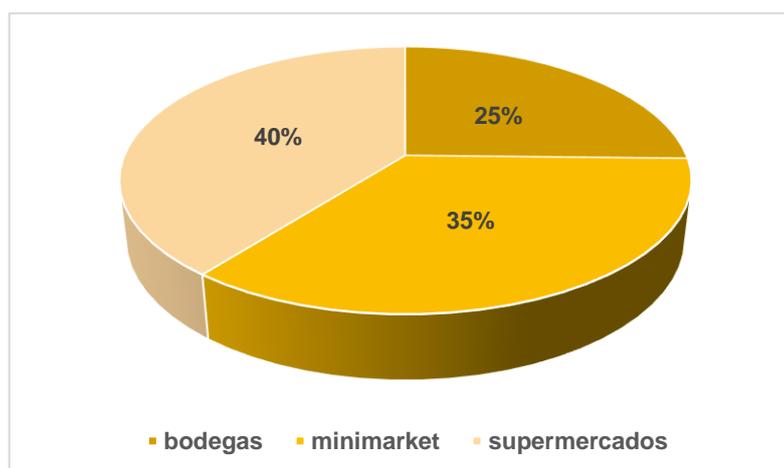


Gráfico 2 ¿Dónde compra generalmente su yogurt?

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 40% compran generalmente su yogurt en el supermercado y el 35% en los minimarket, mientras que el 25 % lo compra en bodegas.

Pregunta 3. ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de yogurt liquido de 900 ml?

PREGUNTA		1.- ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de yogurt liquido de 900 ml?	
PROMEDIO		CANTIDAD	%
S/ 10.50		35	49%
S/ 8.50		25	35%
S/ 8.00		11	16%
TOTAL		71	100%

Tabla 5 ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de yogurt líquido de 900 ml?

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

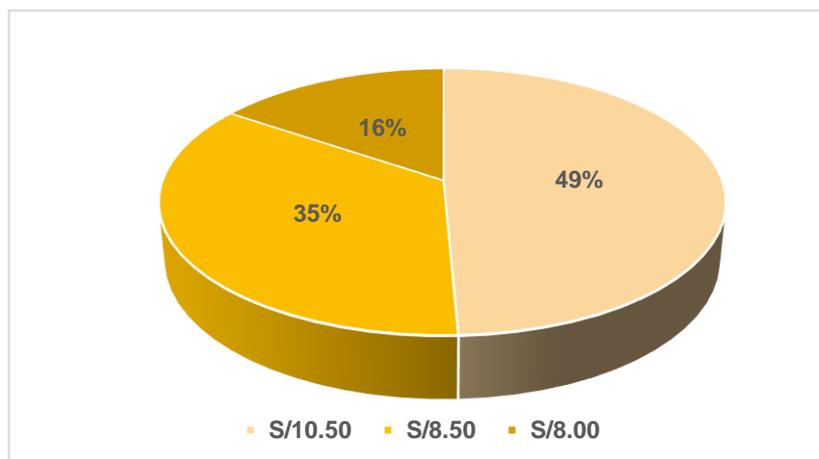


Gráfico 3 ¿Cuánto paga generalmente por presentaciones de 900 ml?

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 49 % paga generalmente S/ 10.50 por la presentación de yogurt líquido, el 35 % para generalmente S/8.50 y el 16% paga generalmente S/8.00.

Pregunta 4. ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?

¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?			
PREGUNTA	PROMEDIO	CANTIDAD	%
S/	5.00	36	51%
S/	4.50	20	28%
S/	4.00	15	21%
TOTAL		71	100%

Tabla 6: ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

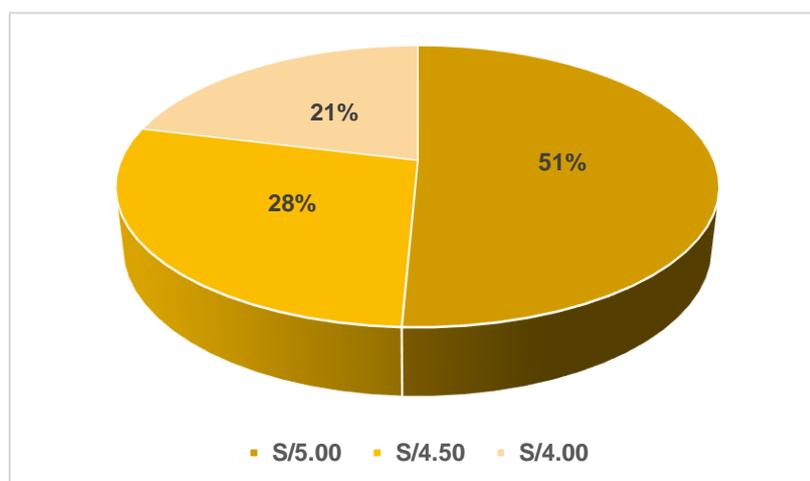


Gráfico 4 ¿Cuánto paga generalmente por la presentación de un yogurt griego de 160 gr?

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 51% paga generalmente S/5.00, el 28 % paga generalmente S/ 4.50 y el 21% paga generalmente S/4.00 por la presentación de un yogurt griego de 160 gr.

Pregunta 5. ¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas exóticas?

PREGUNTA	¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas Exóticas?	
PROMEDIO	CANTIDAD	%
Si	35	49%
No	20	28%
Puede Ser	16	23%
TOTAL	71	100%

Tabla 7: ¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas exóticas?

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

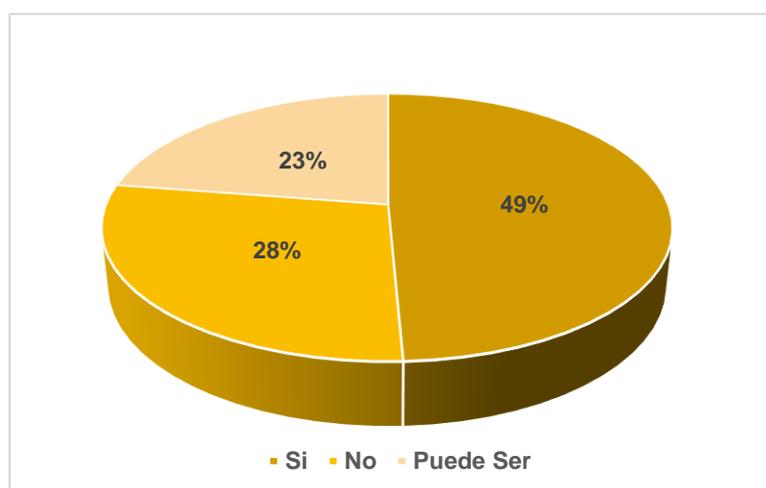


Gráfico 5 ¿Consumirías un nuevo yogurt a base de frutas exóticas?

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 49% si consumiría un nuevo yogurt a base de frutas exóticas, el 28 % no lo haría y el 23% está en duda.

Pregunta 6. ¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? “Exótico”

PREGUNTA	¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? “Exótico?”	
PROMEDIO	CANTIDAD	%
Si	32	45%
No	24	34%
Puede Ser	15	21%
TOTAL	71	100%

Tabla 8: ¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? “Exótico”

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

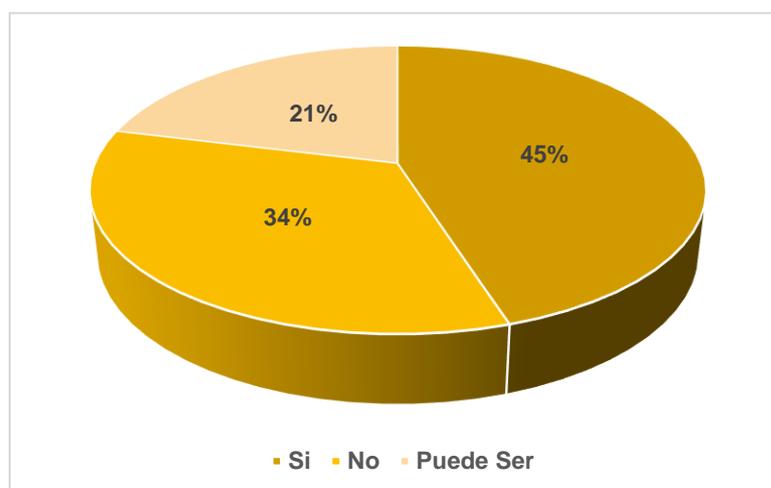


Grafico 6 ¿Te parece atractivo el nombre de nuestro producto? "Exótico"

Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 45% le parece atractivo el nombre de nuestro producto y el 21% se encuentra en duda.

Pregunta 07: ¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?

¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?		
PREGUNTA	CANTIDAD	%
Radio	14	20%
TV	33	46%
Redes Sociales	24	34%
TOTAL	71	100%

Tabla 9: ¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?
Fuente: Propia.
Elaboración: Propia.

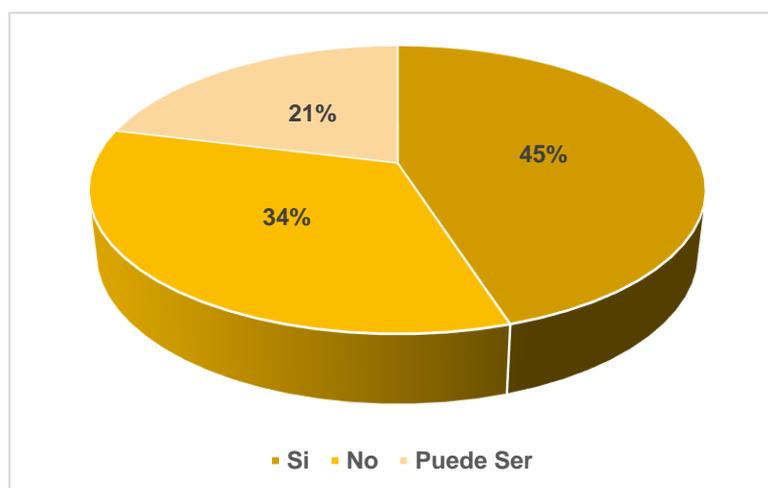


Grafico 7 ¿En qué medio de comunicación desearía enterarse de nuestro producto y sus beneficios?
Elaboración: Propia.

Interpretación: El resultado encuestado en la ciudad de Tacna el 46% desea enterarse de nuestro producto y beneficios a través de TV y el 34% desea enterarse a través de Redes Sociales, mientras que solo el 20% se entera por Radio.

1.1.2. El Segmento del Mercado

Exótico podrá ser consumido por diversos miembros de la familia tacneña, sin embargo, el mercado objetivo será:

- ✓ Compradores con estilo innovador, aquel grupo de personas que son las primeras en adquirir un producto nuevo en el mercado.
- ✓ Consumidores de productos naturales los que buscan tener un régimen alimenticio saludable.
- ✓ Aquellas que tengan problemas digestivos, gastritis entre otros.

Por ello el producto será atractivo para nuestro segmento de mercado. Un yogurt natural con una nueva línea de sabores a base frutas exóticas y benéficas para su salud.

1.1.3. El Futuro del Mercado

- ✓ Crecimiento poblacional de la ciudad de Tacna.
- ✓ Creciente interés por la salud intestinal y los productos naturales.
- ✓ Aumento del interés en los alimentos fermentados como parte de una dieta más saludable

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

Se lanzará al mercado un solo producto (Yogurt) en dos presentaciones con tres variedades de sabor (Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto). Se conoce que la demanda existe debido a la mayoría de las familias en la actualidad consume yogurt, para el desayuno, break o la cena. El

mercado es la población de la provincia de Tacna, que se beneficia por el valor nutricional que aportará el producto.

La ventaja competitiva que se tiene ante las marcas nacionales como Gloria y Laive es la naturalidad del producto.

Por otro lado, si se habla de los competidores a nivel provincial, la ventaja competitiva son los tres sabores los cuales son: Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.

Se elige esta variedad de sabores por ser novedosos dentro del mercado tacneño, ya que ningún otro competidor cuenta con ellos.

Exótic será pionera en el mercado con estos sabores, se contará con una oferta inicial que podrá responder a la demanda del mercado de manera efectiva.

1.2.1. Innovación

Yogurt elaborado de manera artesanal de sabores exóticos Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto rico en nutrientes, con la menor cantidad de insumos químicos ayudando a mejorar la nutrición.

1.2.2. Prototipo del producto



Presentación de 900 ml.

Figura 4: Presentación de 900 ml.

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Presentación de 160 gr.



Figura 5 Presentación de 160gr.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

1.2.2. Relación con el Cliente

Exótic está comprometida con la salud de los consumidores con una nueva alternativa a base de sabores exóticos.

1.3. Estrategia de Comunicación

- ✓ Marketing digital para interactuar con el público.
- ✓ Difusión radial.
- ✓ Marketing promocional orientado a campañas BTL.
- ✓ Publicidad por redes sociales (Facebook, Instagram, otras).
- ✓ Estudio de mercado con frecuencia regular orientado al comportamiento del producto en el mercado.

1.4. Estrategia de comercialización

- ✓ Venta mediante internet y medios digitales con información de valor en redes sociales a través de imágenes, videos cortos, etc.
- ✓ Tendrá convenios con minimarket (activaciones dentro de sus instalaciones)
- ✓ Ventas vía telefónica
- ✓ Participación activa de los consumidores por redes sociales, tips saludables entre otros.
- ✓ Se venderá en presentación de 160 gr. y 900 ml. en frascos de vidrio empacados en cajas de 6 unidades.

1.5. Estrategia de Ingresos

- ✓ Los ingresos se darán por la venta de yogurt con sabores a Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.

- ✓ Los precios varían en modalidad de sus dos presentaciones de 160 gr. y 900 ml.

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- Producto 1

FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO

NOMBRE DEL PRODUCTO	EXOTIC	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Yogurt Griego en presentación de 160 gr. en sabores exóticos.	
INGREDIENTES	INSUMOS	CANTIDADES
	Fruta	0.065.33 gr.
	Leche	250 ml.
	Leche en polvo	3 gr
	Azúcar	25 gr
	Cultivo	0.025 gr.
USO O APLICACIONES	Para el consumo del cliente	
SABORES	Presentación en tres sabores: Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.	
PRESENTACION COMERCIAL		
PRESENTACION Y EMPAQUE COMERCIAL	Envase vidrio de 160 gr.	
TIPO DE CONSERVACION	Medio ambiente	
	Refrigeración	Temperatura de 0 a 4 grados

Cuadro 2: Ficha Técnica de Producto Terminado.

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

- Producto 2

FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO

NOMBRE DEL PRODUCTO	EXOTIC	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Yogurt bebible en presentación de 900 ml. en sabores exóticos.	
INGREDIENTES	INSUMOS	CANTIDADES
	Fruta Leche Azúcar Cultivo	100. gr. 900 ml. 50 gr. 10 gr.
USO O APLICACIONES	Para el consumo del cliente	
SABORES	Presentación en tres sabores: Pitahaya, Aguaje y Aguaymanto.	
PRESENTACION COMERCIAL		
PRESENTACION Y EMPAQUE COMERCIAL	Envase vidrio de 900 ml	
TIPO DE CONSERVACION	Medio ambiente Refrigeración	Temperatura de 0 a 4 grados

Cuadro 3: Ficha Técnica de Producto Terminado

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

2.2. Flujo del Proceso

2.2.1. Materias Primas

- ✓ Aguaje.
- ✓ Pitahaya.
- ✓ Aguaymanto.
- ✓ Cultivo.
- ✓ Leche.
- ✓ Leche en polvo.
- ✓ Azúcar.

2.2.2. Proveedores

- ✓ **Pitahaya fruit Perú- Tacna**
Pitahaya
- ✓ **Mayoristas del mercado Grau**
Aguaymanto
Aguaje
- ✓ **Planta lechera**
- ✓ Leche fresca
- ✓ **Especería continental**
Cultivo
Leche en polvo
- ✓ **Vidrio infinito**
Envases de vidrio
- ✓ **Imprenta graficenter centro**
Etiquetas

2.2.3. Producción de yogurt “Exótico”



2.2.3.1. Recepción de materia prima.

La fruta es recibida por el jefe de producción, el mismo que llevará el control y la calidad de los insumos.

2.2.3.2. Clasificación – prelavado

La fruta ingresada deberá ser previamente clasificada por el jefe de producción. El ayudante de cocina realizara el lavado

manual retirando todos los microorganismos que pudieran deteriorar la calidad del producto.

2.2.3.3. Pelado – pesado

Se realizará el pelado y el pesado respectivo necesario para la preparación.

2.2.3.4. Cocción

La fruta será puesta en una olla a fuego medio, se le agrega azúcar, mezclamos por 3 minutos hasta obtener una jalea.

2.2.3.5. Pasteurización

Se pasa a pasteurizar la leche fresca a una temperatura de 80° por un tiempo de 20 segundos, se agrega leche en polvo y obtener una contextura adecuada, se procede a mezclar los ingredientes durante 1 minuto.

- Enfriamiento: El operario vigila el enfriamiento correcto.

2.2.3.6. Inoculación

Agrega el yogurt natural junto a la leche previamente pasteurizada para realizar la incubación por 12 horas. Refrigerar 2 horas obteniendo la contextura adecuada.

2.2.3.7. Aromatización y batido

Con el yogurt obtenido pasamos a mezclar junto a la jalea y frutas picadas.

2.2.3.8. Envasado

Obtenido el producto se procede al envasado en frasco de vidrio.

2.2.3.9. Etiquetado

Correspondiente a cada uno de los productos con la información del contenido.

2.2.3.10. Almacenado

Serán almacenados correctamente para ser distribuidos.

2.2.3.11. Distribución

El producto es distribuido para su comercialización.

2.2.4. Producto o servicio terminado

- Yogur bebible “Exótico” de 900 ml.
- Yogurt griego “Exótico” de 160 gr.

2.3. Localización del Proyecto

Esta localización se establece por macro y micro donde considera:

Factores Determinantes

- Fuente Materias Primas

La ubicación del proyecto se encuentra cerca de las fuentes de materias primas, se reduce costos, transporte y algún deterioro que pudiera suscitarse.

- Mano De Obra

Se necesita mano de obra con experiencia, de preferencia en procesamientos lácteos.

- Tecnología

El yogurt es elaborado de manera artesanal y los equipos que necesitamos se pueden adquirir en el mercado local no siendo un factor determinante. El proceso no usa mayor tecnología.

Para el área de ventas y administración se considera en uso de una computadora facilitando el control.

- Aspectos Tributarios

Se trabajará con el R.E.R. Con los siguientes beneficios.

-Llevar libros contables según los ingresos.

-Tributar de acuerdo a tu ganancia.

-Emitir todo tipo de comprobante.

Factores Condicionales

- Geográfico

Ubicado dentro del mercado de ciudad, vías de acceso pavimentadas que facilita el tránsito de proveedores y consumidores, cercanía al público objetivo.

- Institucional

Lograr la estabilización de la empresa y direccionarla en un crecimiento responsable.

- Social

Respetar los derechos con condiciones de trabajo dignas, se emplea acciones para salud y seguridad del trabajo de los colaboradores.

- Económico

La planta crea una economía sostenible utilizando los recursos de manera eficaz.

2.3.1. Macro localización:

Exótic se ubicará a 5 minutos del cercado de Tacna. Es necesario contar con un lugar donde pueda implementarse de manera óptima la planta, departamento de administración y ventas.



Figura 6: Mapa de Tacna.
Fuente: Google.
Elaboración: Propia.

2.3.2. Micro localización:

Situada en el distrito de Tacna Villa Municipal Mz.B Lt.1B. Elegida en base a su accesibilidad, seguridad, cercanía a proveedores costos de alquiler promedio bajo. Cuenta con los m2 necesarios para la implementación, cerca al mercado objetivo que facilita la adquisición de los productos.

VILLA MUNICIPAL B-1B

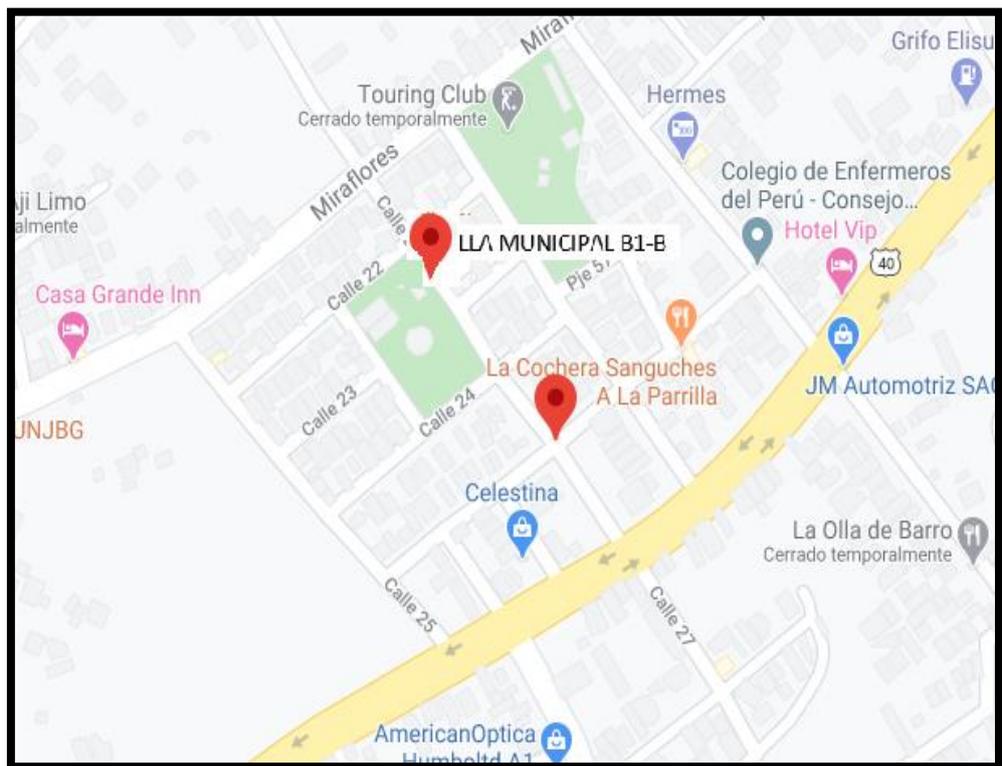


Figura 7: Ubicación del Local.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

2.4. Capacidad Instalada Estimada

La capacidad máxima estimada será de 88 unidades de 900 ml. y 40 unidades de 160 gr. diarias durante el primer año.

Factores Determinantes

- Demanda

La capacidad de la producción está relacionada con la demanda del público objetivo y la tendencia a mejorar la salud con alimentos que complementen una vida saludable.

Factores Condicionales

- Tecnología

La empresa en la etapa de ventas usará una computadora dándole el mantenimiento correspondiente.

- Localización

Ubicado en el Villa Municipal Mz.B. Lt1B debido al bajo costo de alquiler y poseer buena ubicación.

- Aspectos Financieros

La financiación será asumida por los socios hasta que pueda ir recuperando el capital. Las ganancias serán reinvertidas.

Le empresa deberá tener la capacidad para poder recuperar la inversión realizada por cada socio.

- Capacidad General.

La empresa obtendrá una capacidad como máximo de 1849 unidades de 900 ml. y 840 unidades de 160 gr. De yogurt a base de frutas exóticas llegando al quinto año de producción.

- Recursos Humanos

- Administrador

- Jefe de producción

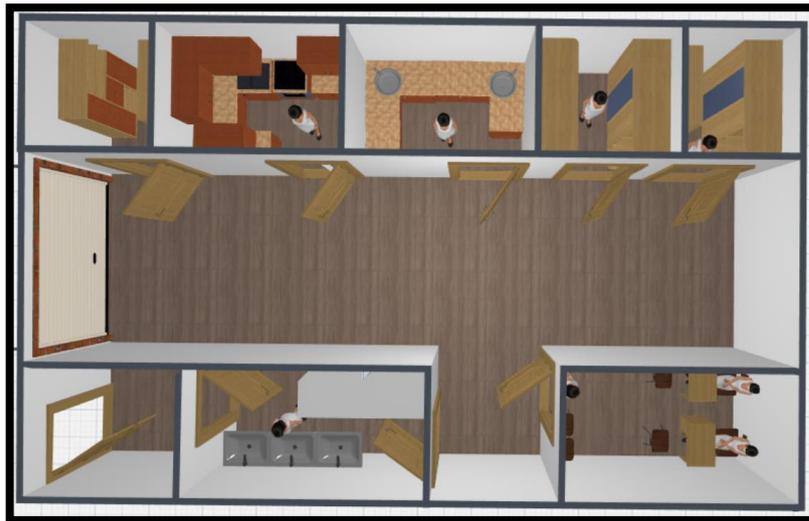


Figura 9 (3D): Distribución de Planta.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

2.6. Equipamiento

Para el presente proyecto se utilizar la siguiente maquinaria, así:

2.6.1. Equipamiento Área de Producción

N°	Descripción	Cantidad
1	Cocina industrial	1
2	Refrigeradora industrial	1
3	Balón de gas	2
4	Balanza	2
5	Olla acero a. inoxidable 10 Lt.	1
6	Olla acero a. inoxidable 20 Lt.	4
7	Colador	2
8	Cuchillo	4
9	Mesa de a. inoxidable	1
10	Cucharon a. inoxidable	5
11	Tabla de picar	2
12	Termómetro	2
13	Porongo de aluminio	5
14	Balde de 20 L.	5

Tabla 10: Equipamiento de Área de Producción.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

Organigrama.

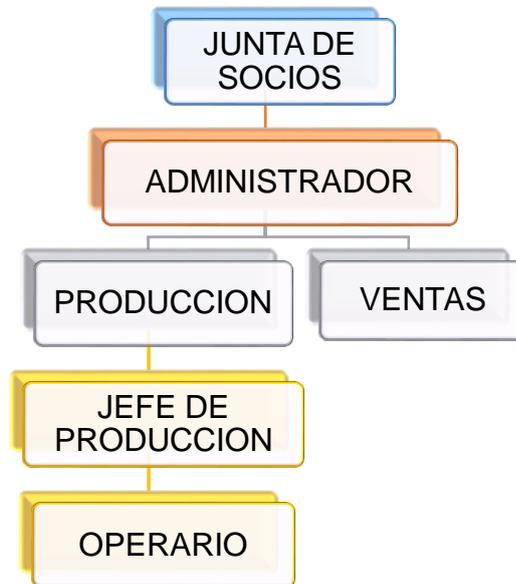


Figura 10: Estructura Organizacional de la Empresa.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

3.2. Descripción de los puestos

3.2.1 Administrador: Encargado de gestionar el funcionamiento, capacidad, cantidad de producción de la empresa y área comercial.

3.2.1.1 Funciones:

- ✓ Administrar la gestión operativa y comercial de la empresa.
- ✓ Se encarga del recurso humano y medios interactivos con los que se cuenta.

- ✓ Planifica la distribución y coordina el reporte de facturas.
- ✓ Controla los pagos de proveedores y clientes.

3.2.2. Jefe producción: Supervisa las líneas de producción durante todo el proceso ocupándose del correcto funcionamiento y que se cumpla el plan de trabajo establecido.

3.2.2.1. Funciones:

- ✓ Recepcionar adecuadamente materia prima, insumos entre otros.
- ✓ Negociación con proveedores.
- ✓ Asegura el cumplimiento de las normas de salud y seguridad.
- ✓ Ingresar las compras proyectadas al área de almacén.
- ✓ Manejo de inventarios.
- ✓ Tendrá a cargo personal externo de ser necesario de acuerdo con la demanda.
- ✓ Realiza el proceso de producción.

3.2.3. Operario: Apoya en el proceso de producción.

3.2.3.1. Funciones:

- ✓ Responsable de realizar las funciones asignadas para el desarrollo del objetivo.

- ✓ Cumplir con las normas de aseo e higiene personal.
- ✓ Cumplimiento de las buenas prácticas y manipulación de insumos.
- ✓ Participa en la elaboración de producto asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad.

3.3 Requerimiento e inversión de personal

Área	Cargo	N° de funcionarios	Modalidad de contrato
Área de comercialización	Administrador	1	Tiempo completo Planilla
Área de producción	Jefe de producción	1	Tiempo completo Planilla
Área operativa	Operario	1	Tiempo completo Planilla

Tabla 11: Requerimiento e inversión de personal.
Elaboración: Propia.
Fuentes: Propia.

4 Estudio Legal

4.2 Selección de la Persona Natural o Jurídica.

Exótico como sociedad anónima cerrada S.A.C. conformado por tres accionistas que desarrolla este proyecto. Esta constituido como persona jurídica.

4.3 Selección del Régimen Tributario.

El Régimen Especial de Renta (RER), es un régimen tributario dirigido a personas naturales, jurídicas y sociedades conyugales domiciliarias en el Perú que obtengan rentas de la tercera categoría. (SUNAT, 2020)

Los tributos que se pagan en el RER deben presentar los siguientes requisitos.

- El ingreso neto anual no debe superar los 525.000 nuevos soles.
- El impuesto general a las ventas: el 18% del valor de venta.
- Tener como máximo 10 trabajadores por turno
- No debe superar 525.000 nuevos soles de límite de compras.
- Impuesto a la renta: neto mensual 1.5% de ingresos.

1.4. Selección de régimen laboral:

Régimen laboral REMYPE, la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.

Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración. (SUNAT, s.f.)

Beneficios:

- Sistema integral de salud con sistema contributivo.
- Sistema Nacional de Pensiones o al Sistema Privado de pensiones.
- Disponen de 15 días de vacaciones al año o su proporcional trabajado.
- Trabajar hasta 48 horas semanales.
- 24 horas continuas de descanso físico.
- No goza de aguinaldo.
- No goza de Cts.

1.5. Otros Tramites

Tramitar para reservar nombre de la empresa – SUNARP	Búsqueda del nombre, tramite personal en SUNARP.	Gratuito	S/ 20.00
	Reserva de nombre	S/ 20.00	
Minuta de constitución		S/ 200.00	S/ 200.00
Inscripción de los Registros Públicos			
Escritura Publico - Aprobación del notario			
Tramitar registro único del contribuyente		Gratuito	Gratuito
Tramitar licencia de funcionamiento		S/ 126.10	S/ 126.10
Tramitar inspección técnica de seguridad		S/ 170.80	S/ 170.80
Tramitar libros contables	Libro de Compras	S/ 25.00	S/ 25.00
	Libro de Ventas - Ingresos 100 folios	S/ 25.00	S/ 25.00
	Libro de Planilla	S/ 75.00	S/ 75.00
	Libro de Reclamaciones - 100 folios	S/ 80.00	S/ 80.00
Trámites para obtener certificado de seguridad de Defensa Civil	Señalización de Rutas de Evacuación	S/ 523.75	S/ 523.75
	Sistema contra incendios		
	Instalaciones eléctricas		
Carnet de Sanidad		S/ 40.00	S/ 40.00
DIGESA		S/ 400.00	S/ 400.00
TOTAL		S/ 1,685.65	S/ 1,685.65

Tabla 12: Trámites de pago.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

2. Estudio Financiero

2.4. Inversión Inicial

N°	AREA	NS/.
	Inversión en Activos	S/ 20,450.25
1	1.1 Inversión en el Área de Producción	S/ 18,118.25
	1.2 Inversión en el Área de Administración	S/ 1,042.00
	1.3 Inversión en el Área de Comercialización	S/ 1,290.00
2	Trámites Legales	S/ 1,685.65
3	Capital de Trabajo	S/ 30,000.00
4	Imprevistos (10%)	S/ 2,213.59
Total		S/ 54,349.49

Cuadro 4: Inversión inicial

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

2.5. Valor de Venta

Productos	Valor de Venta
Yogurt Griego	S/4.24
Yogurt Liquido	S/8.90

Cuadro 5: Valor de Venta sin IGv

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

2.6. Ingresos Proyectados en Unidades

Para la estimación del proceso de producción se tiene por ingreso de unidades producidas 40 unidades de griego por 160 gr. cada 3 días y 88 unidades de líquido por 900 ml. en el primer año; teniendo una estimación de crecimiento porcentual del segundo año de 10%, el tercer año del 10%;

el cuarto año del 15%; el quinto año un crecimiento del 20% y de manera mensual por temporada del 5%(tiempo de escolaridad y verano).

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Yogurt Griego	5952	6570	7221	8301	9960
Yogurt Líquido	12880	14280	15702	18054	21660
Total	18832	20850	22923	26355	31620

Cuadro 6: Proyección de ingresos en unidades.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

2.7. Ingresos Proyectados en Soles

La información brindada de los ingresos en efectivo proyectados es del precio unitario sin el IGV por la cantidad de yogurt producida estimada.

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Yogurt Griego	S/ 25,220.34	S/ 27,838.98	S/ 30,597.46	S/ 35,173.73	S/ 42,203.39
Yogurt Líquido	S/114,610.17	S/127,067.80	S/139,721.19	S/160,650.00	S/192,737.29
Total	S/139,830.51	S/154,906.78	S/170,318.64	S/195,823.73	S/234,940.68

Cuadro 7: Ingresos Proyectados en soles.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

2.8. Costos Proyectados por Unidad

En el siguiente cuadro se calcula los costos de cada uno de los productos, tomando en cuenta las cantidades y precios de cada ingrediente que se utilizara para la elaboración de 40 unidades de yogurt griego que al ser dividido entre la cantidad total se obtiene el valor unitario.

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario S/	Valor Total
1	Materias Primas			
1.1	Leche	10	2.00	20.00
1.2	Fruta(Aguaymanto, Aguaje, Pitahaya)	2.6	9.33	24.26
1.3	Cultivo	10	0.12	1.20
1.4	Leche en polvo	120	0.02	2.88
1.5	Azúcar	2	2.00	4.00
2	Costos Indirectos			
2.1	Etiquetas para los envases	40	0.10	4.00
2.2	Envase con tapa	40	1.00	40.00
2.3	Depreciación			0.09
3	Mermas (10%)			9.64
				106.07
			Total	2.65

Cuadro 8: Costo de yogurt griego.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

En el siguiente cuadro se calcula los costos de cada uno de los productos, tomando en cuenta las cantidades y precios de cada ingrediente que se utilizara para la elaboración de 88 unidades de yogurt líquido que al ser dividido entre la cantidad total se obtiene el valor unitario.

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario S/	Valor Total
1	Materias Primas			
1.1	Leche	80	2.00	160.00
1.2	Fruta(Aguaymanto, Aguaje, Pitahaya)	8.8	9.33	82.10
1.3	Azúcar	4	2.00	8.00
1.4	Cultivo	8.8	0.12	1.06
2	Costos Indirectos			
2.1	Etiquetas para los envases	88	0.10	8.80
2.2	Envase con tapa	88	1.50	132.00
2.3	Depreciación			0.09
3	Mermas (10%)			39.21
				431.26
			Total	4.90

Cuadro 9: Costo de Yogurt líquido.
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

2.9. Costos proyectados en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Yogurt Griego	S/ 15,769.91	S/ 17,407.31	S/ 19,132.14	S/ 21,993.61	S/ 26,389.16
Yogurt Líquido	S/ 63,106.84	S/ 69,966.28	S/ 76,933.51	S/ 88,457.37	S/ 106,125.32
Total	S/ 78,876.75	S/ 87,373.59	S/ 96,065.65	S/ 110,450.98	S/ 132,514.48

Cuadro 10: Costos Proyección en soles
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

2.10. Gastos Proyectados Administrativos

Se mantendrá un sueldo fijo para el personal encargado del desarrollo de la empresa, manteniendo los 4 empleados desde el principio hasta el final cubriendo así un buen funcionamiento.

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Anual
1 Personal					
1.1	Jefe de Producción	1	S/1,200.00	S/1,200.00	S/14,400.00
1.2	Operario	1	S/930.00	S/930.00	S/11,160.00
1.3	Administrador	1	S/1,400.00	S/1,400.00	S/16,800.00
2 Gastos Operacionales					
2.1	Sueldo contador externo	1	S/300.00	S/300.00	S/300.00
2.2	Luz	1	S/120.00	S/120.00	S/1,440.00
2.3	Gas	2	S/146.00	S/292.00	S/3,504.00
2.4	Agua	1	S/90.00	S/90.00	S/1,080.00
2.5	Depreciación anual				S/62.00
Total				S/3,402.00	S/48,746.00

Cuadro 11: Gastos Administrativos
 Elaboración: Propia.
 Fuente: Propia.

2.11. Gastos Proyectados de Comercialización

Se tendrá un personal de activación, del cual se empleará de sus servicios solo dos veces en el año.

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Anual
1	Personal				
1.1	Personal de Activación	1	S/300.00	S/300.00	S/300.00
2	Gastos Operacionales				
2.1	Alquiler de local Mobiliario de	1	S/800.00	S/800.00	S/4,800.00
2.2	activación		S/200.00	S/200.00	S/200.00
Total				S/1,300.00	S/5,300.00

Cuadro 12: Gastos de Comercialización
Elaboración: Propia.
Fuente: Propia.

2.12. Flujo Económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/139,830.51	S/154,906.78	S/170,318.64	S/195,823.73	S/234,940.68
Costos		S/78,876.75	S/87,373.59	S/96,065.65	S/110,450.98	S/132,514.48
Utilidad Bruta		S/60,953.76	S/67,533.19	S/74,252.99	S/85,372.75	S/102,426.20
Gastos Administrativos		S/48,746.00	S/48,746.00	S/48,746.00	S/48,746.00	S/48,746.00
Gastos de Comercialización		S/5,300.00	S/5,300.00	S/5,300.00	S/5,300.00	S/5,300.00
Utilidad Operativa		S/6,907.76	S/13,487.19	S/20,206.99	S/31,326.75	S/48,380.20
Impuestos		-S/2,097.46	-S/2,323.60	-S/2,554.78	-S/2,937.36	-S/3,524.11
Venta de Activos						S/460.00
Inversión	-S/	24,349.49				
Capital de Trabajo	-S/	30,000.00				
Utilidad Neta	-S/	54,349.49	S/4,810.30	S/11,163.59	S/17,652.21	S/28,389.39
				S/17,652.21	S/28,389.39	S/45,316.09

Cuadro 13: Flujo económico.
Elaboración: Propia.

Fuente: Propia

2.13. Análisis Económico

COK	10%
VAN	S/20,040.05
TIR	20%

Cuadro 14: Análisis Económico.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

CAPITULO IV

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES

1. Decisión de Inversión

Se decide invertir aprovechando que el yogurt es un producto existente en el mercado, ofreciéndolo en una nueva variedad de sabores a base de frutas exóticas con alto valor nutricional y elaborado de la manera natural para ser agradable y saludable para el consumidor.

El plan de negocios es viable según el estudio económico realizado ya que al obtener un Valor Anual Neto de S/. 20,040.05 y Tasa Interna de Retorno de 20% superior al Costo de Oportunidad del 10%, que significa una rentabilidad significativa para el negocio y un crecimiento continuo.

2. Recomendaciones

- Ampliar el mercado objetivo. Crear un grupo de asesores comerciales para que promocionen EXOTIC en diferentes departamentos.
- Producir EXOTIC en nuevas variedades de presentaciones. Para llegar a más clientes y facilitar la adquisición de productos.

- Realizar un estudio más amplio de nuevas frutas exóticas que beneficien la salud, para comercializar nuevos sabores y llegar a nuevos mercados potenciales.

CONCLUSIONES

- De acuerdo a un estudio realizado se comprueba que en la ciudad de Tacna la tasa de morbilidad se encuentran las enfermedades digestivas como gastritis, úlceras, infecciones intestinales, enfermedades del esófago, del estómago y del duodeno ocupando el cuarto y sexto lugar posición de las más comunes.
- A través de las encuestas se conoce que los consumidores buscan productos elaborados de manera natural por ello se presenta yogurt artesanal con frutas beneficiosas para su salud.
- Cuenta con una capacidad instalada de 88 unidades de 900 ml. y 40 unidades de 160 gr. diarias llegando al quinto año con un máximo de 21660 und. de 900 ml. y 9960 und. de 160 gr. Personal calificado para el desarrollo a cargo de un administrador, jefe de producción y operario.
- El régimen tributario R.E.R permite vender hasta S/. 525 000 anuales, su impuesto general a las ventas es del 18% y el impuesto a la renta es del 1.5%, considerando características y beneficios que permitan la formalización y funcionamiento del negocio.

- La sociedad anónima cerrada está conformada con un mínimo de 2 y máximo de 20 accionistas como personas naturales o jurídicas, pueden participar en forma activa y/o directa en la administración, gestión y representación, lo cual se adapta al proyecto de 3 socios.
- A través del análisis financiero se encuentra la rentabilidad al invertir S/.30,000.00 obtiene un Valor Anual Neto de S/. 20,040.05 y Tasa Interna de Retorno del 20% superior al Costo de Oportunidad del 10%, lo que significa un crecimiento continuo para el negocio.

Bibliografía

- aguaje. (s.f.). Obtenido de <https://www.tvperu.gob.pe/novedades/tvperu/aguaje-una-alternativa-deliciosa-para-mejorar-tu-salud>
- Aguaymanto. (s.f.). Obtenido de <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-aguaymanto>
- DIRESA. (JUNIO de 2019). Obtenido de https://www.redsaludtacna.gob.pe/archivos/POI_SEGUNDO_TRIMESTR E_2019.pdf
- El Comercio. (20 de 08 de 2015). Obtenido de <https://elcomercio.pe/viu/estar-bien/beneficios-incorporar-aguaymanto-dieta-198172-noticia/>
- El Comercio. (12 de 09 de 2015). Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/pone-riesgo-abundancia-aguaje-amazonia-198231-noticia/>
- El Comercio. (09 de 05 de 2019). Obtenido de <https://elcomercio.pe/deporte-total/running/nutricion/beneficios-otorga-pitahaya-runners-noticia-633415-noticia/>
- MINSA. (s.f.). MINSA. Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionM arcos.asp?23>
- SALUD, D. R. (2019). Obtenido de https://www.redsaludtacna.gob.pe/archivos/POI_SEGUNDO_TRIMESTR E_2019.pdf
- SUNAT. (s.f.). Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- SUNAT. (2020). Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios.>
- SUNAT. (s.f.). REGIMEN LABORAL. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html#:~:text=R%C3%89GIMEN%20LABORAL%20DE%20LA%20MICRO,a%20sus%20conductores%20y%20empleadores.>
- zanin, n. t. (mayo de 2020). Obtenido de <https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-pitahaya/>

ANEXOS

Inversión en Activos – Producción

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Cocina industrial	1	S/ 3,800.00	S/ 3,800.00
2	Refrigeradora industrial	1	S/ 1,850.00	S/ 1,850.00
3	Balón de gas 45	2	S/ 146.00	S/ 292.00
4	Balanza	2	S/ 70.00	S/ 140.00
5	Ollas de acero de 10 litro	1	S/ 175.00	S/ 175.00
6	Ollas de acero de 20 litros	4	S/ 350.00	S/ 1,400.00
7	Juegos de coladores	2	S/ 20.00	S/ 40.00
8	Cuchillos	4	S/ 5.00	S/ 20.00
9	Mesa de a. inoxidable	1	S/ 600.00	S/ 600.00
10	Cucharones de A. inoxidable	5	S/ 25.00	S/ 125.00
11	Tabla de picar	2	S/ 25.00	S/ 50.00
12	Termómetro	2	S/ 28.00	S/ 56.00
13	Porongo de aluminio	5	S/ 60.00	S/ 300.00
14	Baldes 20 litro	5	S/ 25.00	S/ 125.00
15	Etiquetas de envase por ciento	3500	S/ 0.10	S/ 350.00
16	Fruta	296.4	S/ 9.93	S/ 2,943.25
18	Leche en polvo	4	S/ 14.50	S/ 58.00
19	Leche (litro)	2340	S/ 2.00	S/ 4,680.00
20	Cultivo en polvo	22	S/ 12.00	S/ 264.00
21	Azúcar – saco	3	S/ 120.00	S/ 360.00
Total				S/18,118.25

Cuadro 15: Inversión en Activos-Producción

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Inversión en Activos – Administración

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Papel bond A4	5	S/ 10.50	S/ 52.50
2	Archivador	5	S/ 3.50	S/ 17.50
3	Perforador	1	S/ 5.00	S/ 5.00
4	Engrapador	1	S/ 5.00	S/ 5.00
5	Cuaderno universitario	2	S/ 5.00	S/ 10.00
8	Sello Administrativo	1	S/ 12.00	S/ 12.00
9	Caja de Lapiceros	1	S/ 5.00	S/ 5.00
10	Módulo de atención	1	S/ 200.00	S/ 200.00
11	Escritorio	1	S/ 300.00	S/ 300.00
12	Sillas	6	S/ 20.00	S/ 120.00
13	Impresora	1	S/ 250.00	S/ 250.00
14	Libros administrativos	2	S/ 7.50	S/ 15.00
15	Libros contables	2	S/ 7.50	S/ 15.00
16	Libro de Reclamaciones	1	S/ 35.00	S/ 35.00
Total				S/ 1,042.00

Cuadro 16: Inversión en Activos-Administración

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Inversión en Activos – Comercialización

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Redes Sociales	4	S/ 10.00	S/ 40.00
2	Laptop	1	S/ 1,250.00	S/ 1,250.00
3	Extintor 12 k	1	S/ 109.00	S/ 109.00
4	Señalización de seguridad	12	S/ 2.90	S/ 34.80
5	Botiquín	1	S/ 41.00	S/ 41.00
6	Limpieza	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Total				S/ 1,290.00

Cuadro 17: Inversión en Activos- Comercialización

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Trámites Legales

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario S/	Valor Total S/
1	Trámite para reservar nombre de la empresa	1	S/ 20.00	S/ 20.00
2	Minuta, Inscripción y escritura	1	S/ 200.00	S/ 200.00
3	Tramitar licencia de funcionamiento	1	S/ 126.10	S/ 126.10
4	Tramitar Inspección Técnica de Seguridad	1	S/ 170.80	S/ 170.80
5	Trámites para obtener certificado de seguridad de Defensa Civil	1	S/ 523.75	S/ 523.75
6	Carnet de Sanidad	1	S/ 40.00	S/ 40.00
7	DIGESA	1	S/ 400.00	S/ 400.00
8	Tramitar libros contables	1	S/ 205.00	S/ 205.00
			Total	S/1,685.65

Cuadro 18: Trámites Legales.

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Yogurt Griego	480	480	504	504	480	504	504	504	504	504	504	480	5952
Yogurt Liquido	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1108	1108	1108	1108	12880
Total	1536	1536	1560	1560	1536	1560	1560	1560	1612	1612	1612	1588	18832

Cuadro 19: Proyección de ingresos en unidades- Año 01

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Yogurt Griego	528	528	554	554	554	554	554	554	554	554	554	528	6570
Yogurt Liquido	1219	1219	1219	1219	1161	1161	1161	1161	1161	1161	1219	1219	14280
Total	1747	1747	1773	1773	1715	1715	1715	1715	1715	1715	1773	1747	20850

Cuadro 20: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Yogurt Griego	580	580	609	609	609	609	609	609	609	609	609	580	7221
Yogurt Liquido	1340	1340	1340	1340	1277	1277	1277	1277	1277	1277	1340	1340	15702
Total	1920	1920	1949	1949	1886	1886	1886	1886	1886	1886	1949	1920	22923

Cuadro 21: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 04

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Yogurt Griego	667	667	700	700	700	700	700	700	700	700	700	667	8301
Yogurt Liquido	1541	1541	1541	1541	1468	1468	1468	1468	1468	1468	1541	1541	18054
Total	2208	2208	2241	2241	2168	2168	2168	2168	2168	2168	2241	2208	26355

Cuadro 22: Proyección de ingresos en unidades- Año 04

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia.

Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Yogurt Griego	800	800	840	840	840	840	840	840	840	840	840	800	9960
Yogurt Liquido	1849	1849	1849	1849	1761	1761	1761	1761	1761	1761	1849	1849	21660
Total	2649	2649	2689	2689	2601	2601	2601	2601	2601	2601	2689	2649	31620

Cuadro 23: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05

Elaboración: Propia.

Fuente: Propia

