



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIOS CUBICOCOS AMAZÓNICOS,  
CIUDAD IQUITOS, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORES:**

**CLAUSI PIETRO, JHOARE  
MATUTE SANDOVAL, GIANNI EDUARDO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVAS DE MERCADOS Y  
TERRITORIOS**

**IQUITOS - PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A mi querida madre, Dora Pietro

A mi amado hijo, Bastian Gadiel

A mí querida abuelita, Yolanda

A mi esposa Fiorella Tello, por toda su  
paciencia y apoyo.

**Jhoare Clausi**

A Dios, como ofrenda por la bendición de la vida.

A mis padres, Jaime y Miroslava por instruirme con dedicación en cada paso que he dado y voy a seguir dando en mi vida, ya que gracias a ellos soy la persona que soy y cada logro que he conseguido ha sido por el apoyo constante de ustedes.

A mis hermanos, Giusy y Christian, para que les sirva de ejemplo con mucho amor y así puedan conseguir todo lo que se propongan. Y a las personas que me han motivado día a día y saben quiénes son.

**Gianni Matute**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la vida, por sus bendiciones

A querida madrecita Dora Pietro, por su amor incondicional

A mi hijo Bastian Gadiel, por ser la razón de mi vida

A mi esposa Fiorella Tello, por ser un apoyo permanente.

### **Jhoare Clausi**

A Dios, porque contigo todo es posible y tú misericordia es eterna.

A ustedes padres amados, porque mi agradecimiento con ustedes no tiene fin, mi mayor logro es verlos sonreír y sentirse orgullosos de mí, bien conmigo y yo con ustedes.

A mis hermanos, qué me acompañan en el día a día y me han ayudado a conseguir muchas cosas, gratitud total a mi familia y a Dios.

.

**Gianni Matute**

## ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE  
NEGOCIOS



### ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 788-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 23 de noviembre de 2022, se autorizó la sustentación para el día martes 29 de noviembre de 2022.

Siendo las 10.30 horas del día 29 de noviembre del 2022 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS CUBICOCOS AMAZÓNICOS, CIUDAD IQUITOS, 2022.

Presentado por:

**MATUTE SANDOVAL GIANNI EDUARDO**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

**CLAUSI PRIETO JHOARE**

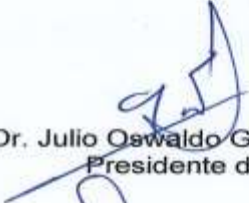
Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:


La sustentación es: Aprobada por unanimidad.

A las 11:45 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

  
Dr. Julio Oswaldo Goicochea Espino  
Presidente del Jurado

  
Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa  
Miembro del Jurado

  
Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mgr.  
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú  
065 - 261088 / 065 - 262240  
Av. Abelardo Quiñones Km. 2,5

Filial Tarapoto – Perú  
042-564903  
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú  
www.ucp.edu.pe



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIOS CUBICOCOS AMAZÓNICOS, CIUDAD IQUITOS, 2022"**

De los alumnos: **CLAUSI PIETRO JHOARE Y MATUTE SANDOVAL GIANNI EDUARDO**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **16% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 09 de Mayo del 2022.






Dr. César J. Ramal Aspyag  
Presidente del Comité de Ética - UCP

CIRA/ri-a  
186-2022

### Document Information

Analyzed document	ucp_2022_Administración_TSP_Jhoare Clausi y Gianni Matute_V1.pdf (D135453984)
Submitted	2022-05-04T16:18:00.0000000
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	16%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

<b>SA</b>	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Delly Monge y Patricia          Novoa_Administración_V1.pdf          Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Delly Monge y Patricia Novoa_Administración_V1.pdf (D122275370)          Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe          Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>	8	
<b>SA</b>	<p>Universidad Científica del Perú /          ucp_Administración_2021_TSP_MagalyMurrieta y DoraYoplack_V1.pdf          Document ucp_Administración_2021_TSP_MagalyMurrieta y DoraYoplack_V1.pdf (D134344232)          Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe          Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>	4	
<b>SA</b>	<p>Universidad Científica del Perú /          ucp_2022_Negocios_TSP_ChristianRomero_V1.pdf          Document ucp_2022_Negocios_TSP_ChristianRomero_V1.pdf (D127478652)          Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe          Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>	9	
<b>SA</b>	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Jimmy Aquije y Karen          Gomez_Administracion_Contabilid ad_V1.pdf          Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Jimmy Aquije y Karen Gomez_Administracion_Contabilid ad_V1.pdf (D122925733)          Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe          Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>	2	
<b>SA</b>	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y          Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf          Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf (D112250802)          Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p>	1	
		5	

Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com

SA

Universidad Científica del Perú / UCP\_2021\_Negocios\_TSP\_Julissa Reategui y Chrystian

Rios\_Administración\_V1.pdf

Document UCP\_2021\_Negocios\_TSP\_Julissa Reategui y Chrystian

Rios\_Administración\_V1.pdf

(D118811064)

1



Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe

Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com

Universidad Científica del Perú /

ucp\_2021\_Administración\_TPS\_KatherinMeléndezySusettyVela\_V1.pdf

\*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

### Página

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Acta de sustentación.....	iv
Hoja de antiplagio.....	v
Índice de contenido.....	viii
Índice de cuadros.....	x
Índice de figuras.....	xii
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	06
2.3 Oferta competitiva.....	10
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1 El producto.....	11
2.4.2 El precio.....	13
2.4.3 La promoción.....	13
2.4.4 La cadena de distribución.....	16
III. PLAN DE OPERACIONES.....	17
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	17



3.2	El proceso de aprovisionamiento.....	17
3.3	El proceso de producción.....	22
3.4	El proceso de atención al cliente.....	25
IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	29
4.1	La estructura organizacional.....	29
4.2	Puestos, funciones.....	29
4.3	Condiciones laborales.....	32
4.4	Régimen tributario.....	33
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	34
5.1	Estudio económico.....	34
5.1.1	Mercado y ventas.....	34
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos.....	35
5.2	Estudio financiero.....	37
5.2.1	Inversiones.....	37
5.2.2	Financiamiento .....	39
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	43
	CONCLUSIONES.....	46
	BIBLIOGRAFÍA.....	47

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Página</b>
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de tallas .....	03
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022....	08
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2022.....	09
Cuadro N° 04 Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2022.....	09
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, año 2022.....	09
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2022.....	10
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares .....	10
Cuadro N° 08 Precio de los productos .....	13
Cuadro N° 09 Costo de producción.....	27
Cuadro N° 10 Demanda del negocio a desarrollar.....	34
Cuadro N° 11 Ventas de los productos.....	34
Cuadro N° 12 Costo de ventas (soles).....	35
Cuadro N°13 Gastos administrativos (soles).....	35

Cuadro N° 14 Gastos comerciales (soles).....	36
Cuadro N° 15 Gastos pre operativo (soles).....	36
Cuadro N° 16 Inversión en activos (soles).....	37
Cuadro N° 17 Depreciación de los activos (soles).....	37
Cuadro N° 18 Costo laboral (%).....	38
Cuadro N° 19 Programa de endeudamiento primer año (soles).....	39
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento segundo año (soles).....	39
Cuadro N° 21 Programa de endeudamiento tercer año (soles).....	40
Cuadro N° 22 Capital de trabajo (soles).....	40
Cuadro N° 23 Estado de resultados integrales (soles).....	41
Cuadro N° 24 Cálculo de la tributación.....	42
Cuadro N° 25 Estado de flujo de caja económico (soles).....	43
Cuadro N° 26 Estado de flujo de caja financiero (soles).....	43
Cuadro N° 27 Valor Actual Neto (VANE), Tasa Interna de Retorno (TIRE), Y B/C Económico (soles).....	44
Cuadro N° 28 Valor Actual Neto (VANF), Tasa Interna de Retorno (TIRF), Y B/C Financiero (soles).....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Página</b>
Figura N° 01 Localización de la empresa .....	03
Figura N° 02 Bebida para aplacar el intenso calor.....	05
Figura N° 03 Cubicocos en sus dos presentaciones.....	11
Figura N° 04 Logo de inversiones,2022.....	13
Figura N° 05 Polo con el logo 2022.....	15
Figura N° 06 Fan page 2022.....	15
Figura N° 07 La cadena de distribución, 2022.....	16
Figura N° 08 Árbol del cocotero.....	18
Figura N° 09 El coco, fruto del cocotero.....	19
Figura N° 10 Agua de coco, fruto del cocotero .....	19
Figura N° 11 Proceso de aprovisionamiento, 2022.....	20
Figura N° 12 Camión para el traslado de la mercadería y de los productos terminados.....	21
Figura N° 13 Estibador de mercadería.....	21
Figura N° 14 El proceso de producción, 2022.....	22
Figura N° 15 Maquinas productora de hielo.....	24
Figura N° 16 Proceso de atención al cliente de Inversiones Gianjho SAC,2022.....	25

Figura N° 17 Motocicleta para el reparto.....	27
Figura N° 18 Distribución de planta.....	28
Figura N° 19 Organigrama de la empresa.....	29

## RESUMEN

Plan de negocio Cubicocos Amazónicos, ciudad Iquitos, 2022

Jhoare, Clausi Pietro

Gianni Eduardo, Matute Sandoval

La presente investigación se encuentra en el rubro agroindustria y tiene por finalidad constituir una empresa, dedicado a la elaboración y comercialización de cubitos de hielo en base a agua de coco, a través del servicio delivery en diversas presentaciones. La investigación realizada ha determinado la existencia de diversas necesidades que se pretende satisfacer. La demanda de los productos y del servicio delivery presenta una tendencia creciente, principalmente en el aspecto demográfico. En cuanto al estudio técnico realizado se ha establecido como fuente de aprovisionamiento la ciudad de Iquitos. Los procesos determinados para la empresa pretenden elaborar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes al punto de superar sus expectativas. La estructura organizacional es simple, con funciones claras y específicas adaptada para una micro empresa. Los ratios económicos y financieras calculados en el presente proyecto determinan la viabilidad y rentabilidad de la inversión, con un Valor Actual Neto Económico de S/ 341,744, una Tasa Interna de Retorno Económica del 93% y un Índice Beneficio Costo Económico de S/ 2.94

Palabras claves: plan de negocio, cubitos, coco, hielo.

## **ABSTRACT**

Cubicocos Amazonicos business plan, Iquitos city, 2022

Jhoare, Clausi Pietro

Gianni Eduardo, Matute Sandoval

The present investigation is in the agroindustry category and its purpose is to establish a company, dedicated to the elaboration and commercialization of ice cubes based on coconut water, through the delivery service in various presentations. The research carried out has determined the existence of various needs that are intended to be satisfied. The demand for products and delivery services shows a growing trend, mainly in terms of demographics. Regarding the technical study carried out, the city of Iquitos has been established as a source of supply. The processes determined for the company aim to develop a quality product that meets the needs of customers to the point of exceeding their expectations. The organizational structure is simple, with clear and specific functions adapted for a micro company. The economic and financial ratios calculated in this project determine the viability and profitability of the investment, with an Economic Net Present Value of S/ 341,744, an Internal Economic Rate of Return of 93% and an Economic Cost Benefit Index of S/ 2.94

Keywords: business plan, cubes, coconut, ice.

## I. INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Cubicocos Amazónicos

Razón social: inversiones Gianjho SAC

Sector de la actividad: manufactura, elaboración de productos alimenticios.

Localización: calle 20 de agosto Nro. 165, distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: producción

**Figura 01**

#### **Localización de Inversiones Gianjho SAC., 2022**



Fuente: Los autores

### 1.2 Actividad empresarial

Inversiones Gianjho SAC, se dedicará a la elaboración y comercialización de cubitos de hielo, elaborado en base de agua de coco. El sector de la industria al cual pertenece: Manufactura, elaboración de productos alimenticios.



## Cuadro 1

### Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Gianjho SAC, 2022

C	Industrias manufactureras			
	10	Elaboración de productos alimenticios		
		107	Elaboración de productos alimenticios	
			1079	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

### 1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de acompañar una bebida gaseosa o no gaseosa, para aplacar el intenso calor. También, satisfacer la necesidad de tomar una bebida alcohólica acompañada de hielo de coco, con la pareja, los familiares, amigos o compañeros de trabajo. Así mismo satisfacer la necesidad de pasar gratos momentos departiendo con los amigos y familiares con una bebida helada.

Los segmentos al cual se va dirigir son las personas de ambos géneros, entre los 25 y 34 años de edad que prefieren tomar sus bebidas alcohólicas con Cubicocos, como también los mayores de 35 a 60 años que prefieren mantener la costumbre de ingerir bebidas alcohólicas con Cubicocos de hielo, que perciban ingresos dependientes e independientes, y que pertenecen a los sectores socio económicos AB y C. Otro segmento está constituido por personas que gustan consumir las bebidas acompañadas de alcohol, principalmente whisky.

La oferta consiste en la elaboración y comercialización de cubitos de hielo elaborados a base de agua de coco, sin preservantes ni conservantes, es decir de forma natural. Se contarán con diversas presentaciones, como de 1kg y ½ kg. Se contará con un punto de venta delivery y se aceptarán los diversos medios de pagos.

## II. PLAN DE MARKETING

### 2.1 Necesidades de los clientes

Busca satisfacer las siguientes necesidades:

Cuando el calor es excesivo puede representar un problema para la salud. Se pierde mucho líquido del que se cree por la evaporación. Se puede comparar como un plato de agua expuesto al sol a altas temperaturas, que muchas veces superan los 38°C, dado el clima tropical de la región amazónica. Con una mala hidratación la temperatura del cuerpo aumenta y pueden aparecer algunos síntomas como dolor de cabeza, náuseas, sed intensa y somnolencia.

Beber una bebida alcohólica de forma moderada, tiene sus ventajas. Los bebedores moderados tienen menores tasas de absentismo, laboral que los abstemios, además, beber alcohol de forma moderada aumenta la resistencia mental de las personas.

Otra necesidad que se busca satisfacer es la de pasar gratos momentos con la familia, con los amigos o con los compañeros de trabajo. Las personas generalmente antes de acudir a un centro nocturno prefieren degustar alguna bebida alcohólica, en sus hogares con sus familiares, amigos, y para tal motivo requieren realizar preparados al instante, que les permita pasar gratos momentos.

Es por eso que se propone el presenta plan de negocios, para satisfacer varias necesidades, motivados el clima tropical en cual vivimos, que muchas veces dificulta el normal desenvolvimiento de las personas.

**Figura 2**  
**Bebida para aplacar el intenso calor**



Fuente: [eldiario.es/consumoclaro/beber/bebida-verano-fria-caliente\\_1\\_3285593.html](http://eldiario.es/consumoclaro/beber/bebida-verano-fria-caliente_1_3285593.html)

## **2.2 Demanda actual y tendencias**

El consumidor está más concienciado, ahora con respecto al consumo de productos naturales, saludables, sostenibles, locales y de marcas responsabilizadas de la sociedad. La tendencia de productos naturales con estas características presenta cada vez un crecimiento mayor. Situación que no sólo se da en el Perú si no en gran parte de los países del mundo.

Existe un consenso generalizado a nivel mundial sobre la importancia de la alimentación en la calidad de vida. Hoy al alimentarse bien significa ser saludable, por eso al momento de consumir alimentos y bebidas se busca saludabilidad, incluso por sobre el sabor y la accesibilidad económica, a la vez existe un gran interés por conocer cuál es el origen de los ingredientes que se consumen

A nivel de América Latina, el interés por la alimentación se ubica en el tercer lugar (31%), destacando que el Perú (82%) es uno de los países que evidencia mayor interés. A su vez, a nivel total en la región, 72% de los consultados afirman que el tema de la alimentación les “interesa mucho”.

A pesar de estos indicadores, el estudio muestra que el 86% de los peruanos se considera satisfecho con su salud y 89% satisfecho con su alimentación. A nivel regional, la satisfacción es del 82% para ambos casos. Además, existe un consenso generalizado sobre la importancia de alimentarse bien para estar saludable.

En todos los países analizados, la alimentación es señalada como el aspecto más relevante para tener un buen estado de salud (65%), seguido por la realización de actividad física (47%).

El consumo de cubitos de hielo de agua de coco está relacionado principalmente al consumo de bebidas alcohólicas, en primer lugar, costumbre que cada vez se incrementa entre los consumidores de licores, como también para helar algunos refrescos y en algunos casos para raspadillas, entre otros.

Por otro lado, en consumo de alcohol, el Perú es el sexto país en Latinoamérica con mayor consumo anual de alcohol con 8.1 litros per cápita, según el último informe de la Organización Panamericana de la Salud – (2019,OPS). La lista regional está liderada por Chile, quien tiene un consumo anual per cápita de 9.6 litros de alcohol puro, seguido de Argentina con 9.3 litros per cápita y Venezuela con 8.9 litros per cápita. Gestión (27 de junio). Peruanos alcanzan un consumo anual de alcohol de 8.1 litros per cápita.

## Cuadro 2

### Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2022 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	135,534
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	101,220
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	78,101
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	213,871
<b>Población mercado ciudad Iquitos</b>	<b>430,268</b>	<b>471,993</b>	<b>1.164%</b>	<b>528,727</b>

Fuente: INEI

## Cuadro 3

### Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2022

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2022)	97.50%	132,146
Distrito Punchana (al 2022)	94.40%	95,552
Distrito Belen (al 2022)	88.75%	69,315
Distrito San Juan Bautista (al 202)	91.15%	194,944
<b>Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2022)</b>		<b>491,956</b>

Fuente: INEI

## Cuadro 4

### Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2022

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	50.35%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	46.58%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	45.87%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	45.52%
<b>Población por edades, ciudad Iquitos (2022)</b>	<b>119,676</b>	<b>111,904</b>	<b>231,581</b>

Fuente: INEI

### Cuadro 5

#### Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2022

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	10,421
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	32,653
Segmento D ciudad de Iquitos	0.0%	-
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
<b>Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2022)</b>	<b>18.6%</b>	<b>43,074</b>

Fuente: INEI

### Cuadro 6

#### Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2022

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		8,558
Consumo del producto (kg por día/familia)		0.125
Consumo del producto (kg por mes/familia)	30	3.75
Consumo del producto (kg por año/familia)	12	45
Consumo del producto ciudad Iquitos (kilos)		385,126
<b>Consumo de cubos de hielo de agua de coco</b>	<b>45%</b>	<b>173,307</b>

Fuente: INEI

### 2.3 Oferta competitiva

A nivel nacional y regional se ha determinado la mayor oferta del producto de la empresa, pero en el mercado local no se ha determinado empresa alguna con el giro similar, que es la elaboración de cubitos de hielo elaborado a base de agua de coco.

La empresa determinada como competencia fueron aquellas empresas dedicada a la elaboración y comercialización de cubitos de hielo de agua pura, contando con distintas presentaciones.

**Cuadro 7**

**Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos, 2022 (soles)**

Producto	Marca	Presentación
	DANNA	3.5 kg
		5 kg
	YACU RUMI	3 kg
	ARTIK	3 kg

Fuente: elaboración propia

En el cuadro anterior, se puede ver los negocios similares que se han encontrado en el mercado local. Negocios dedicados a la venta de cubitos de hielo de agua.

## 2.4 Programa de marketing

### 2.4.1 El producto

#### a) Categorías de productos.

Se dedicará a la elaboración y comercializan de cubitos de hielo, elaborados a base de agua de coco. Elaborados de forma natural y artesanal y sin el uso de preservantes. Se contará con diversas presentaciones.

El agua de coco contiene una gran cantidad de minerales, como potasio, magnesio, cobre, hierro; vitaminas, como el ácido fólico y del complejo B que ayudan a mantener nuestra salud, también vitamina C que ayuda a limpiar el cuerpo de bacterias y fortalece el sistema inmunológico.

Se va contar con las siguientes presentaciones:

- Cubito de hielo de agua de coco de 3kg
- Cubito de hielo de agua de coco de 5kg

**Figura 3**

**Cubicocos en sus dos presentaciones**



Fuente: elaboración propia



**b) La marca**

La marca es el nombre o término, símbolo, diseño o combinación de todos estos elementos que identifican los productos o servicios para diferenciarlos de la competencia.

Las marcas reconocidas de cubos de hielo en la ciudad de Iquitos las mismas que representan los negocios similares tenemos:

- Super ice
- Danna
- Cool ice

En el mercado local, se cuenta con la presencia de diversas marcas, en diversas presentaciones, como también a distintos precios, no se aprecia el posicionamiento fuerte conseguido por alguna de ellas.

**Figura 04**  
**Logo, 2022**



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la figura Nro. 04, mostrada línea arriba, la marca desarrollada para el presente proyecto será **Cubicocos amazónicos**, el

principal valor del producto es que es un producto natural con muchos beneficios para la salud. Acompañará a la marca una frase regional, que le dará temática un regional: **Del coco su hielo**, por ser parte referencial del habla de la región.

## 2.4.2 El precio

El precio representa el valor de adquisición de un producto o servicio.

EL objetivo que se busca alcanzar con el precio es que la empresa gane la mayor participación del mercado, con un precio accesible que le permite llegar a todos los segmentos determinados.

**Cuadro 8**  
**Precio de los productos, 2022**

Producto	Unidad de medida	Precio
Cubicocos 3 kg	Bolsa	S/15.00
Cubicocos 5 kg	Bolsa	S/20.00

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.08 se puede apreciar las dos presentaciones con la que contara la empresa, como también se detalla los precios de cada una de ellas, precios con lo que se ingresará al mercado.

## 2.4.3 La promoción.

La empresa ha determinado dentro de sus actividades de promoción, aquellas que busquen persuadir, dar conocimiento y preferencia a los clientes.

Se realizarán campañas promocionales todo el año, para que el cliente conozca del producto.

La primera actividad de promoción será la campaña de lanzamiento con el objetivo que el público sepa de la marca Cubicocos. Esta campaña estará compuesta de dos partes, la primera la campaña de intriga y la segunda la campaña de lanzamiento.

### **Campaña de lanzamiento**

Empezará desde el 15 de octubre al 30 de noviembre (45) días, se busca aprovechar los meses previos a la campaña navideña, campaña con incremento natural en las ventas, se necesita priorizar la rapidez en la atención a los clientes y, es esta una ventaja de nuestro producto lo cual significa para nosotros una gran oportunidad de ingreso estratégico al mercado.

### **Campaña de intriga**

Durante el período de intriga usaremos anuncios en las redes sociales, como en el Facebook; a su vez también se construirá una página web en donde también compartiremos nuestros mensajes publicitarios,

### **Página web**

En la página web, se informará a los clientes acerca de nuestras promociones, propiedades de los cocos y participación en diversas actividades, ferias y eventos en las cuales se participará.

### **Facebook e Instagram**

Mediante las redes sociales se tendrá mayores oportunidades de conocimiento y recordación de la marca y del producto, a la vez se enviará una nueva invitación a nuevos clientes, y así mantener una comunicación constante conocer sus opiniones de nuestros productos, como lo están utilizando, a la vez compartir nuevas recetas en preparación de bebidas.

**Figura 05**  
**Polo con el logo, 2022**



Fuente: elaboración propia

**Figura 06**  
**Fan page, 2022**



Fuente: elaboración propia

#### 2.4.4 La cadena de distribución

La venta de los productos de la empresa; será realizado mediante un canal directo, los pedidos podrán realizarse de la siguiente forma: presencial, telefónicamente, vía internet y de las redes sociales, mensaje de texto, entre otros.

Se contará con un fan page por medio del cual se ofrecerá información detallada sobre los productos, los clientes podrán realizar sus pedidos y pagos por dicho medio, luego les llegara a su celular un código de pedido, en donde confirmamos la realización de la venta y le informamos hora del envío, de acuerdo a sus requerimientos.

En cuanto a medios de pago se podrán realizar mediante 2 modalidades: Efectivo y Tarjeta (Débito y Crédito) ya sea Visa, MasterCard u otros, pagos como plin, yape, nubiz, entre otros.

**Figura 07**

**La cadena de distribución directa, 2022**



Fuente: elaboracion propia

### III. PLAN DE OPERACIONES

Para el plan de operaciones se ha diseñado como parte del plan estratégico operativo los procesos que involucran la elaboración de los productos, se describe los aspectos técnicos y organizacionales del proceso productivo.

#### 3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento, 2022

Se ha realizado el estudio de la fuente de aprovisionamiento y se han considerado dos etapas para ello:

- a. La primera etapa será la ciudad de Iquitos, donde se ha determinado productores en la zona del milagro, en la carretera Iquitos-Nauta, como también en los caseríos aledaños a la ciudad, agricultores dispuestos a dejar en la puerta del almacén los productos.
- b. La segunda etapa, para el caso de escasez de la materia prima o para el caso que el costo lo amerite, será la ciudad de Tarapoto región que lidera la producción de coco en el Perú, con producción permanente durante todo el año.

#### 3.2 El proceso de aprovisionamiento, 2022.

El proceso de aprovisionamiento que se han considerado en el presente proyecto, considera las siguientes etapas:

- a. **Adquisición de la materia prima:** la materia prima es el la fruta del coco (nucífera), fruta que se obtiene del cocotero.
- b. **Empaque:** los cubos de hielo será envasado en bolsa plásticas de preferencias biodegradables. Cada cubo de hielo cuenta con un peso aproximado de 60gramos, para la presentación de 3 kg, contendrá un promedio de 50 cubos y para la presentación de 5kg, contendrá un promedio de 84 cubos.

- c. **Presentación:** Cubicocos contará con una etiqueta llamativo, clara, coherente con la imagen eco-amigable, se detallará la información básica para nuestros clientes, con una medida de 20cm de ancho por 35 cm de largo. La etiqueta será colocada en el centro del envase y solo en un lado del mismo, no le debe quitar presencia a los Cubicocos.

**Figura 08**  
**Árbol el cocotero**



Fuente: [google.com/search?q=palmera+coco&rlz=1C1CHBF\\_esPE89](https://www.google.com/search?q=palmera+coco&rlz=1C1CHBF_esPE89)

**Figura 9**  
**El coco, fruto del cocotero**



Fuente: [google.com/search?q=recimo+de+coco&tbm=isch&ved=2ahUKEwj6-](https://www.google.com/search?q=recimo+de+coco&tbm=isch&ved=2ahUKEwj6-)

**Figura 10**  
**Agua de coco, fruto del cocotero**



Fuente: [google.com/search?q=agua+de+coco&rlz=1C1CHBF\\_esPE897PE](https://www.google.com/search?q=agua+de+coco&rlz=1C1CHBF_esPE897PE)



**Figura 11**  
**Proceso de aprovisionamiento, 2022**



Fuente: elaboracion propia

En la figura anterior se puede apreciar el proceso de aprovisionamiento de la empresa desde La solicitud de la materia prima hasta el ingreso al almacén del mismo.

El proceso de aprovisionamiento se da inicio con la solicitud de materia prima por el área de producción, para luego buscar el proveedor que nos brinde las facilidades y condiciones. Seguidamente se realiza el pedido con las condiciones descritas por la empresa.

El siguiente paso es la cancelación del pedido, para luego programar la recepción del mismo, se recepciona y se verifica o controla a la vez, para finalmente ingresar al almacén a la espera de la distribución.

**Figura 12**

**Camión para el traslado de la mercadería y de los productos terminados**



Fuente: [google.com/search?q=camion+para+mercaderia&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=camion+para+mercaderia&rlz=1C1CHBF)

**Figura 13**

**Estibador de mercadería**



Fuente: [google.com/search?q=carrito+estibador+de+mercaderia&tbn=is](https://www.google.com/search?q=carrito+estibador+de+mercaderia&tbn=is)

### 3.3 El proceso de producción, 2022

La empresa ha diseñado el proceso de producción con los siguientes pasos:

**Figura 14**  
**Proceso de producción, 2022**



Fuente: elaboración propia

#### El proceso de producción

##### 1. Materia prima:

Se alista la materia prima según la cantidad de Cubicocos a preparar, se debe llegar previamente la orden de pedido.

##### 2. Selección:

Es necesario seleccionar la materia prima, ya que puede darse el caso de cocos que se encuentran en mal estado, lo cual perjudicaría la producción.

##### 3. Lavado:

Se procede a dar un lavado con el fin de limpiar y que no contamine o ensucie los demás.

**4. Pelado:**

Se procede a pelar uno de los extremos del coco de donde se procederá a extraer el agua.

**5. Extracción de agua:**

Se extrae el agua de forma manual, con el sumo cuidado que esta agua no se contamine.

**6. Recipiente:**

El agua debe ser acumulado en recipiente de alto tamaño previamente debe desinfectarse dicho recipiente.

**7. Molde/cubiteras:**

Se procede a llenar los moldes o cubiteras, según la cantidad de kilos programada para la producción.

**8. Congelado:**

Se procede a congelar a 18°grados bajo cero por un espacio de 7 horas.

**9. Embolsado:**

Se procede a embolsar después de tiempo transcurrido, el que debe ser dos presentaciones las de 3 kilos y la de 5 kilo.

**10. Almacén:**

Se ingresa al almacén, es decir en las congeladoras que se ubicaran en el almacén para continuar con la cadena de frio.

**Figura 15**  
**Maquina productora de hielo**



[Fuentecafequipos.com/producto/productora-de-hielo-gourmet-icetro](http://Fuentecafequipos.com/producto/productora-de-hielo-gourmet-icetro)

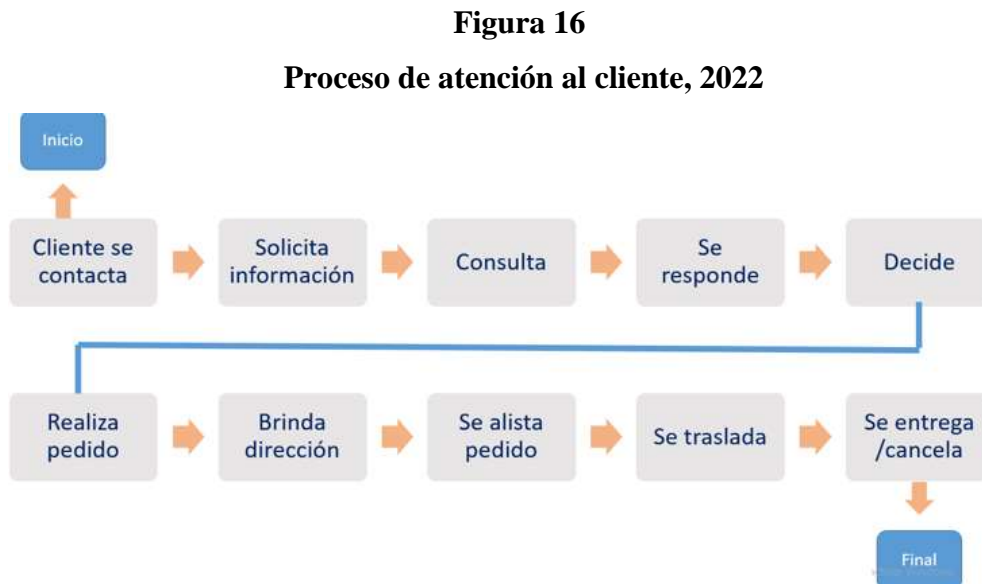
**Especificaciones técnicas:**

La productora de hielo SCI-050. Equipo de fácil instalación y limpieza, produce cubos individuales transparentes con forma.

- Sistema de auto lavado por cada ciclo
- Filtro de aire removible de fácil limpieza
- Cosecha de hielo cada 18 minutos
- Producción 500 kg/día (puede variar dependiendo de la temperatura del agua y ambiente)
- Capacidad de Almacenaje de 100 kg
- Tipo de Hielo Gourmet
- Energía 220V/60Hz, consumo 800W, monofásico
- Acabado Acero inoxidable AISI304
- Refrigerante R-404A
- Dimensiones (an x fo x al) 52 x 64 x 91 cm

### 3.4 El proceso de atención al cliente, 2022

La empresa ha diseñado en el proceso de atención al cliente los siguientes pasos:



Fuente: elaboración propia

#### El proceso de atención al cliente

##### 1. Se contacta cliente:

El cliente se contacta con la empresa, ya que está interesado en adquirir los productos.

##### 2. Solicita información:

El interés del cliente era para solicitar información detallada de todos los productos que tiene la empresa.

##### 3. Consulta:

El cliente puede solicitar información adicional la cual se debe hacer llegar en el momento, absolviendo todas sus dudas.

4. **Se responde:**

Se atiende todas las dudas emitidas por el cliente hasta que éste quede sin objeciones.

5. **Decide:**

Si el cliente decide adquirir nuestros productos se sigue con el procedo

6. **Realiza pedido:**

Se toma nota del pedido del cliente, cantidad, monto total, se le consulta si va factura o boleta y demás detalles.

7. **Brinda dirección:**

Se le solicita la dirección; es necesario mencionar la calle exacta, con alguna referencia para ubicar la dirección. También, se le solicita información si va pagar con monto exacto o con billetes.

8. **Se alista pedido:**

Se alista el pedido del cliente de acuerdo a las condiciones pactadas

9. **Se traslada:**

Se procede a trasladar los productos solicitados por el cliente, con el cambio de ser el caso, y en la dirección señalada. Se traslada también el comprobante de pago.

10. **Se entrega y cancela:**

Se procede a entregar la mercadería solicitada, se recibe el efectivo se entre el cambio de haberlo y despide al cliente.

### Cuadro 9

#### Costo de producción para 3 kg de Cubicocos

Detalle	Medida	Cantidad	Importe	TOTAL
Coco	Unidad	4	S/1.00	S/4.00
Bolsa x kg	Unidad	1	S/0.80	S/0.80
Sticker	Unidad	1	S/0.50	S/0.50
<b>TOTAL</b>			<b>S/2.30</b>	<b>S/5.30</b>
		<b>Kilos</b>	<b>3</b>	<b>S/1.77</b>

Fuente: elaboración propia

### Figura 17

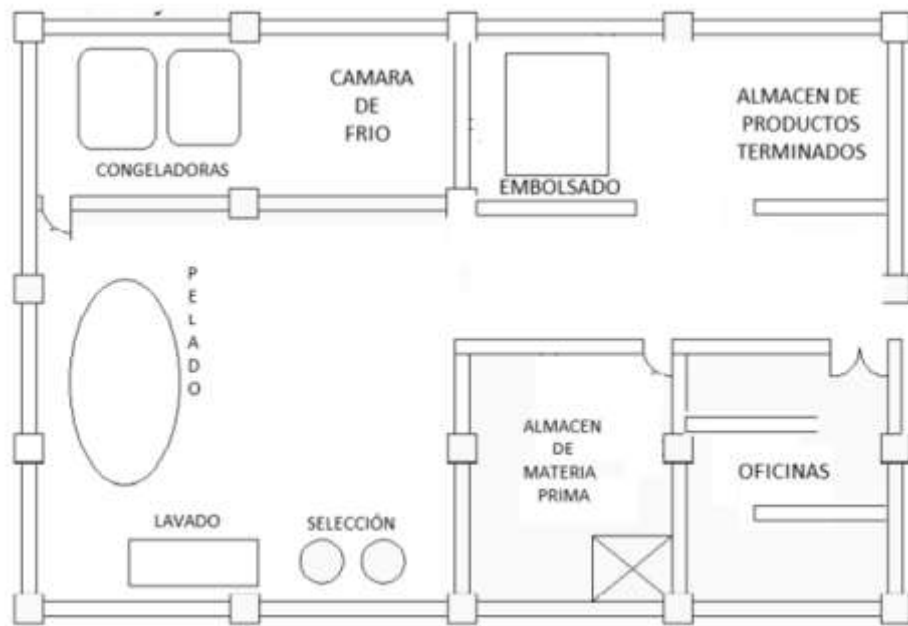
#### Motocicleta para el reparto



Fuente: [.google.com/search?q=motocicleta+para+el+delivery&rlz=1C](https://www.google.com/search?q=motocicleta+para+el+delivery&rlz=1C)



**Figura 18**  
**Distribución de planta**



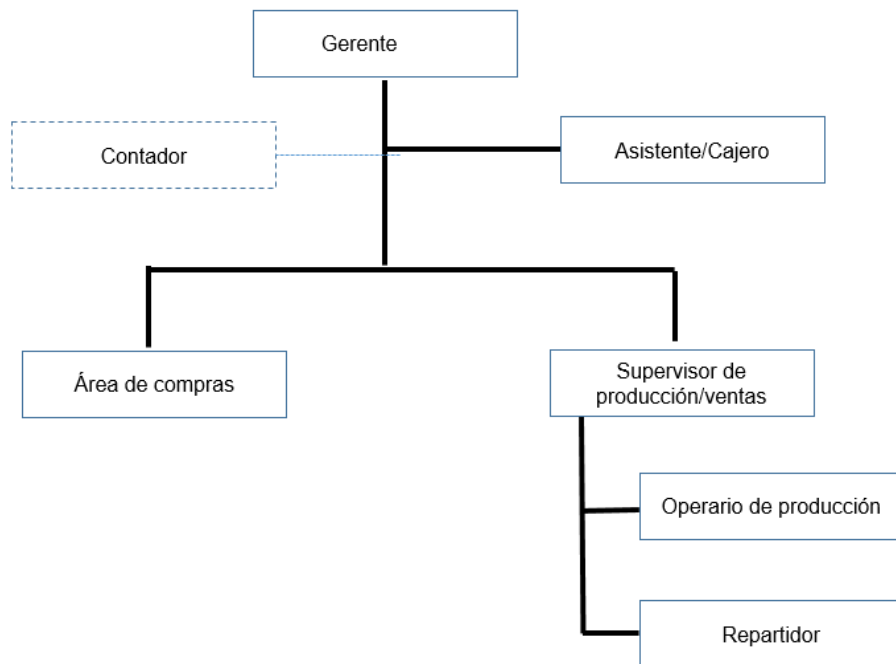
Fuente: elaboración propia

## IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1 Estructura organizacional, 2022

La empresa ha diseñado la estructura orgánica de la siguiente manera:

**Figura 19**  
**Organigrama de la empresa**



Fuente: elaboración propia

### 4.2 Puestos y funciones

Las funciones determinadas en la empresa, se hicieron de manera simple y clara con el propósito de evitar duplicidad de funciones y más que todo para que los miembros cumplan con total responsabilidad.

**a) Puesto: Gerente**

**Funciones:**

1. Planifica las estrategias de las áreas y de la empresa
2. Propone la investigación de mercado
3. Organiza el personal y asigna funciones
4. Organiza los procesos de la empresa
5. Organiza y elabora el manual de organización y funciones
6. Gestión y administra las cuentas de la empresa
7. Supervisa el desarrollo de las actividades de la empresa
8. Busca financiamiento, con las mejores condiciones para la empresa
9. Responsable del manejo del personal
10. Controla y toma decisiones los distintas áreas de la empresa, financiero y RRHH.

**b) Puesto: Supervisor de compras**

**Tareas:**

1. Planifica el permanente aprovisionamiento de las materias primas, bienes y demás servicios para le empresa.
2. Elabora los procesos operativos de la empresa
3. Supervisa, controla y verifica durante el proceso de cada suministro.
4. Evalúa y supervisa los procedimientos de distribución
5. Gestionas todas las actividades de compras desde el requerimiento hasta la distribución.
6. Reporta al Gerente de la empresa.
7. Controla el stock de la empresa utilizando el método que se ajuste a las necesidades de la empresa.

**c) Puesto: Supervisor de producción/ventas**

**Tareas:**

1. Elabora. Supervisa y ejecuta la estrategia comercial para la búsqueda de clientes prospectos.
2. Gestiona y desarrolla las estrategias de marketing
3. Promueve las ventas a través del marketing, publicidad.
4. Desarrolla y ejecuta
5. Realiza mantenimiento de la página web y del fan page.
6. Diseña estrategias para mejorar la producción, el proceso productivo y el producto final.
7. Diseña el plan de capacitación del plan del personal de planta
8. Logra los objetivos de producción
9. Elige la materia prima con que trabajar, conservando la calidad de los productos
10. Supervisa el trabajo del operario y del repartidor

**d) Puesto: Asistente/cajero**

**Funciones:**

1. Brinda información a los clientes
2. Recepciona los pedidos de los clientes
3. Toma nota de los pedidos de los clientes
4. Deriva el pedido al área de producción y ventas
5. Recibe el dinero que le entrega el repartidor
6. Emite los comprobantes
7. Deposita el ingreso por ventas
8. Elabora la planilla de ingreso tanto diario como semanal
9. Pagas los servicios de la empresa
10. Reporta al gerente

**e) Puesto: Operario de producción**

Tareas:

1. Recepciona los pedidos para la entrega
2. Mantiene limpio el área de producción
3. Hace el listado de materiales y bienes que requiere el área
4. Informa la producción del día
5. Se encarga de la verificación de las máquinas para el mantenimiento
6. Coordina con el asistente administrativo y cajera cambios en los pedidos
7. Controla el vencimiento de los extintores y de la fumigación del área
8. Reporta al supervisor de producción y ventas
9. Otras que se requiera

**f) Puesto: Repartidor**

Tareas:

1. Encargado de hacer llegar los pedidos a los clientes
2. Encargado de verificar que los pedidos esté correctamente embolsados
3. Responsable del cuidado del vehículo utilizado para el delivery
4. Responsable de la entrega de los productos en buenas condiciones
5. Responsable de la entrega del comprobante
6. Recibe el dinero por la cancelación de los productos
7. Responsable de la entrega del cambio
8. Responsable de hacer llegar el pedido en el menor tiempo posible.

**4.3 Condiciones laborales**

La empresa, por política otorgará todos los beneficios que brinda una micro empresa, en primer momento estará en el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa, regulado

actualmente a través del Decreto Supremo N° 013-2013- PRODUCE; la empresa se registrará como una micro empresa.

La empresa se inscribirá como un micro empresa de acuerdo a lo que exige la Ley 30056. Sólo en el caso del contador se pagará por recibo por honorarios.

Todos los trabajadores contarán con contrato laboral por 3 meses, pasado este periodo se podrá ampliar a los 6 meses. Se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias. De acuerdo a la necesidad del mercado se podrá emplear en turnos de 8 horas.

#### **4.4 Régimen tributario.**

Se constituirá bajo una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) y se acogerá, se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT ya que fue creado para las micro y pequeñas empresas que cuenten con renta de tercera categoría y que sus ingresos anuales no superen las 1,700 UIT (unidades impositivas tributarias). Con pagos del 10% de impuesto a la renta al año, siempre y cuando las utilidades antes de impuesto no excedan las 15 UIT. En caso de exceder, se pagará el 29.5%, por el exceso.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 Estudio económico.

#### 5.1.1 Mercado y ventas.

**Cuadro 10**

#### **Demanda de negocio a desarrollar**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Demanda total (kilos)	173,307		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (kilos)	173,307	175,040	176,790
Participación de mercado (decisión empresa)	60.00%	70.00%	80.00%
<b>Demanda del proyecto (kilos)</b>	<b>103,984</b>	<b>122,528</b>	<b>141,432</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 10 se detalla la demanda proyectada en kilos, así como la tendencia de crecimiento del mercado, el cual se ha fijado una tasa de crecimiento lineal para los 3 años. La participación de mercado que se espera lograr es del 60% en el primer año y del 70% en el segundo y del 80% en el tercer año.

**Cuadro 11**

#### **Ventas de los productos**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas anuales (kilos)	103,984	122,528	141,432
Precio venta (soles x kilos)	5.00	5.00	5.39
Tendencia del precio en el mercado	0%	8%	8%
Precio de venta	S/.5.00	S/.5.39	S/.5.80
<b>VENTA TOTAL EMPRESA</b>	<b>S/.519,920</b>	<b>S/.659,813</b>	<b>S/.820,256</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 11 se detalla la proyección de ventas anuales en unidades monetarias para el horizonte de tiempo de 3 años que dura el proyecto, se ha proyectado una venta de 103,984 kilos en el primer año, 122,525 en el segundo y de 141,432 kilos en el tercer año (detallado en el cuadro Nro.10).

## 5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

**Cuadro 12**  
**Costo de ventas**  
(soles)

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas	103,984	122,528	141,432
Costo del servicio ( kilo)	S/1.77	S/1.78	S/1.78
<b>Costo de producción (por kilo)</b>	<b>S/184,052</b>	<b>S/217,525</b>	<b>S/251,839</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.12, se muestra los cálculos realizados para la determinación del costo de producción por kilo, resultado del análisis de la demanda para la venta del producto, multiplicado por el costo de cada año.

**Cuadro 13**  
**Gastos administrativos**  
(soles)

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Gerente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 2,000
Asistente/cajero	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Supervisor de compras/ventas	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,700
Operario/repartidor	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,300
<b>Remuneraciones del personal</b>	<b>S/. 7,800</b>	<b>S/. 8,800</b>	<b>S/. 9,600</b>
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
<b>Remuneracion total mensual</b>	<b>S/. 8,827</b>	<b>S/. 9,959</b>	<b>S/. 10,864</b>
Servicios públicos	S/. 420	S/. 350	S/. 300
Utiles oficina	S/. 165	S/. 198	S/. 215
Servicio contable	S/. 300	S/. 350	S/. 400
Otros:	S/. 335	S/. 477	S/. 485
<b>Total mensual</b>	<b>S/. 10,047</b>	<b>S/. 11,334</b>	<b>S/. 12,264</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.120,564</b>	<b>S/.136,004</b>	<b>S/.147,168</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.13 se explican los cálculos realizados para los gastos directos e indirectos del personal administrativo y los gastos de



operación, considerados con precios de mercado, también se incluyen los principales servicios que asumirá la empresa.

**Cuadro 14**  
**Gastos comerciales (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Publicidad	S/. 640.00	S/. 520.00	S/. 435.00
Alquileres	S/. 600.00	S/. 650.00	S/. 700.00
Promociones	S/. 540.00	S/. 465.00	S/. 320.00
Estibadores	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 700.00
Otros	S/. 250.00	S/. 315.00	S/. 420.00
Total mensual	S/. 2,630.00	S/. 2,550.00	S/. 2,575.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.31,560.00</b>	<b>S/.30,600.00</b>	<b>S/.30,900.00</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.14 se ha considerado los gastos que incluyen la operación comercial, se ha considerado publicidad, promociones con el fin de posicionar la marca, estrategia diseñada en el proyecto para dar valor agregado a los productos, se han calculado de forma mensual y anual.

**Cuadro 15**  
**Gastos pre operativos (soles)**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Estudio de mercado	S/. 1,100.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 930.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>Total</b>	<b>S/. 2,030.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.15 se han considerado los gastos pre operativos, correspondiente al estudio de la demanda y oferta (estudio de mercado), gastos efectuados en la presente investigación, también, se ha considerado los trámites para obtener los permisos, como licencia, constancia de defensa civil, certificado DIREPRO, entre otros. Gastos considerados solo el año 0 que es el año de la inversión.

## 5.2 Estudio financiero.

### 5.2.1 Inversiones

**Cuadro 16**  
**Inversión en activos**  
**(soles)**

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación
Camion	S/. 90,000	1	S/. 90,000	5	S/. 18,000
Maquina productora de hielo	S/. 4,500	2	S/. 9,000	10	S/. 900
Motocicleta	S/. 6,500	1	S/. 6,500	5	S/. 1,300
Congeladoras	S/. 2,500	2	S/. 5,000	4	S/. 1,250
Lap top	S/. 2,500	2	S/. 5,000	4	S/. 1,250
Escritorio de madera	S/. 900	2	S/. 1,800	10	S/. 180
Stante de madera	S/. 220	5	S/. 1,100	10	S/. 110
Ventiladores	S/. 150	3	S/. 450	10	S/. 45
Utencilio	S/. 1,500	1	S/. 1,500	10	S/. 150
Impresora	S/. 900	1	S/. 900	10	S/. 90
Ticketera	S/. 1,200	1	S/. 1,200	5	S/. 240
<b>Total</b>			<b>S/. 122,450</b>		<b>S/. 23,515</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.16, se registra la inversión correspondiente a los activos para dar inicio del proyecto, se detallan todos los activos como equipos, muebles, computadora personal, impresora, motocicletas, entre otros, en la última columna se detallan la depreciación anual de cada activo.

**Cuadro 17**  
**Depreciación de los activos**  
**(soles)**

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 122,450	-S/. 23,515	-S/. 23,515	-S/. 23,515	S/. 51,905
Amortización activo intangibl	S/. 2,030	-S/. 406	-S/. 406	-S/. 406	S/. 812
<b>Total</b>	<b>S/. 124,480</b>	<b>-S/. 23,921</b>	<b>-S/. 23,921</b>	<b>-S/. 23,921</b>	<b>S/. 52,717</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.17, se consideran los montos iniciales de la inversión y la depreciación anual, así como el valor residual final de los activos, es decir el valor de vida útil de los activos considerados en la presente investigación.

**Cuadro 18**  
**Costo laboral**  
**(%)**

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	16.67%	8.33%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	9.00%
Total				42.33%	25.67%	13.17%

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.18 se registran el costo laboral para todo tipo de empresa. El costo que se ha tomado para efectos del cálculo de la empresa, y dado que se trata de una microempresa es del 13.17%, tasa aplicada en los gastos administrativos (ver cuadro Nro.13).

## 5.2.2 Financiamiento

En cuanto al programa de endeudamiento, se ha considerado un prestamos por un monto de S/.120,000.00 para ser cancelados en 36 meses, tiempo que dura el proyecto. Préstamo destinado a financiar los activos de la empresa.

**Cuadro 19**  
**Programa de endeudamiento primer año**  
**(Soles)**

Deuda a tomar		S/. 120,000		
	26.82% Anual	2.0%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	120,000	2,400	2,500	4,900
2	117,500	2,350	2,500	4,850
3	115,000	2,300	2,500	4,800
4	112,500	2,250	2,500	4,750
5	110,000	2,200	2,500	4,700
6	107,500	2,150	2,500	4,650
7	105,000	2,100	2,500	4,600
8	102,500	2,050	2,500	4,550
9	100,000	2,000	2,500	4,500
10	97,500	1,950	2,500	4,450
11	95,000	1,900	2,500	4,400
12	92,500	1,850	2,500	4,350
		25,500	30,000	

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 20**  
**Programa de endeudamiento segundo año**  
**(Soles)**

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	90,000	1,800	2,500	4,300
14	87,500	1,750	2,500	4,250
15	85,000	1,700	2,500	4,200
16	82,500	1,650	2,500	4,150
17	80,000	1,600	2,500	4,100
18	77,500	1,550	2,500	4,050
19	75,000	1,500	2,500	4,000
20	72,500	1,450	2,500	3,950
21	70,000	1,400	2,500	3,900
22	67,500	1,350	2,500	3,850
23	65,000	1,300	2,500	3,800
24	62,500	1,250	2,500	3,750
		18,300	30,000	

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 21**  
**Programa de endeudamiento tercer año**  
**(Soles)**

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	60,000	1,200	2,500	3,700
26	57,500	1,150	2,500	3,650
27	55,000	1,100	2,500	3,600
28	52,500	1,050	2,500	3,550
29	50,000	1,000	2,500	3,500
30	47,500	950	2,500	3,450
31	45,000	900	2,500	3,400
32	42,500	850	2,500	3,350
33	40,000	800	2,500	3,300
34	37,500	750	2,500	3,250
35	35,000	700	2,500	3,200
36	32,500	650	2,500	3,150
		11,100	30,000	

Fuente: elaboración propia

En los cuadros Nro.19,20 y 21, se aprecia el programa de endeudamiento de la empresa, desde el año de inicio, considerando el retorno del préstamos en 3 año, vale decir en 36 meses a una tasa del 2% mensual que corresponde a una tasa efectiva anual (TCEA) del 26.82%.(tasa de costo efectiva anual ).

**Cuadro 22**  
**Capital de trabajo**  
**(soles)**

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.51,992	-S/.1,399	-S/.1,604	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,444	-S/.389	-S/.446	
Inventario					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.3,579	-S/.651	-S/.667	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.511	S/.93	S/.95	
TOTAL	-S/.51,992	-S/.5,911	-S/.2,551	-S/.1,018	S/.61,471

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 22, se registra los importes por el capital de trabajo por año, el mismo que para el año cero es de S/.51,992.00, es decir la empresa empezará sus operaciones con un capital de trabajo de dicho monto.

**Cuadro 23**  
**Estado de resultados integrales**  
 (soles)

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Ingresos por ventas</b>	S/.519,920	S/.659,813	S/.820,256
Costo ventas	-S/.184,052	-S/.217,525	-S/.251,839
<b>Margen Bruto</b>	<b>S/.335,868</b>	<b>S/.442,288</b>	<b>S/.568,417</b>
Gastos administrativos	-S/.120,564	-S/.136,004	-S/.147,168
Depreciación	-S/.23,921	-S/.23,921	-S/.23,921
Gastos comerciales	-S/.31,560	-S/.30,600	-S/.30,900
<b>Margen Operativo</b>	<b>S/.159,823</b>	<b>S/.251,763</b>	<b>S/.366,428</b>
Gastos financieros	-S/.25,500	-S/.18,300	-S/.11,100
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>S/.134,323</b>	<b>S/.233,463</b>	<b>S/.355,328</b>
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/134,323	S/233,463	S/355,328
Pago impuesto a la renta	-S/.26,170	-S/.55,416	-S/.91,367
<b>Utilidad Neta</b>	<b>108,153</b>	<b>178,046</b>	<b>263,961</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.23, se aprecia el estado de resultado integrales (ERI), en el que se resumen de las operaciones del presente plan de negocios, incluye la ventas proyectadas, como los costos proyectados los que arrojan el margen bruto, resultado de la diferencia de ambos para obtener el margen operativo se ha analizado del cuadro Nro.13 que representa los gastos administrativos, el cuadro Nro.14 que representa los gastos comerciales y el cuadro Nro.17 que representa la determinación de la depreciación, todos estos se restan con el resultado del margen bruto, para obtener el margen operativo, como resultado final al margen operativo se le resta al impuesto a la renta calculado, el cual representa el margen neto, el estado de resultados integrales representa el enfrentamiento de los ingresos contra los costos y gastos de la empresa y

así determinar el resultado del ejercicio de cada periodo y con estos resultados se va evaluar el flujo de caja tanto económico y financiero.

**Cuadro 24**  
**Cálculo de la tributación**  
**(soles)**

<b>CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN</b>			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (IMPUESTO A LA RENTA)	29.50%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE			
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)	0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2021	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,600	15	69,000
Calculo del IR	S/134,323	S/233,463	S/355,328
HASTA 15 UIT 10%	S/69,000.00	S/69,000.00	S/69,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT	S/65,323.45	S/164,462.59	S/286,328.12
IMPUESTO DEL 10%	S/6,900.00	S/6,900.00	S/6,900.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/19,270.42	S/48,516.46	S/84,466.80
<b>TOTAL</b>	<b>S/26,170.42</b>	<b>S/55,416.46</b>	<b>S/91,366.80</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.24, se aprecia el cálculo realizado para el pago del impuesto a la renta, para el caso del presente plan de considera el 10%, al tratarse de una, micro empresa siempre y cuando que la utilidad antes de impuestos no supera la 15 unidades impositivas tributarias (UIT). En caso de exceder como sucede a partir del segundo año, por el exceso se pagara la tasa normal del 29.5% del impuesto a la renta.

### 5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

**Cuadro 25**  
**Flujo de caja de Caja Económico**  
(soles)

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Liquidación</b>
Ingresos por ventas		S/.519,920	S/.659,813	S/.820,256	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.124,480				S/.52,717
Capital de trabajo	-S/.51,992	-S/.5,911	-S/.2,551	-S/.1,018	S/.61,471
Compras		-S/.184,052	-S/.217,525	-S/.251,839	
Gastos administrativos		-S/.120,564	-S/.136,004	-S/.147,168	
Gastos comerciales		-S/.31,560	-S/.30,600	-S/.30,900	
Pago impuestos		-47,148	-74,270	-108,096	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.176,472</b>	<b>S/.130,686</b>	<b>S/.198,863</b>	<b>S/.281,235</b>	<b>S/.114,188</b>

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.25, se aprecia el flujo de caja económico del proyecto, los resultados, es decir los saldos, reflejan la circulación del efectivo del proyecto, así como las entradas y salidas del mismo, producto de las actividades propias del negocio. Solo el año cero muestra saldo negativo dado que es el año de la inversión, para el resto de los periodos son positivos, lo cual refleja que el negocio brindara beneficios y rentabilidad a la empresa.

**Cuadro 26**  
**Flujo de caja de Caja Financiero**  
(soles)

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Liquidación</b>
Ingresos por ventas		S/.519,920	S/.659,813	S/.820,256	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.124,480				S/.52,717
Capital de trabajo	-S/.51,992	-S/.5,911	-S/.2,551	-S/.1,018	S/.61,471
Compras		-S/.184,052	-S/.217,525	-S/.251,839	
Gastos administrativos		-S/.120,564	-S/.136,004	-S/.147,168	
Gastos comerciales		-S/.31,560	-S/.30,600	-S/.30,900	
Pago impuestos		-47,148	-74,270	-108,096	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.176,472</b>	<b>S/.130,686</b>	<b>S/.198,863</b>	<b>S/.281,235</b>	<b>S/.114,188</b>
Préstamo recibido	S/.120,000				-S/.30,000
Amortización		-S/.30,000	-S/.30,000	-S/.30,000	
Gastos financieros		-S/.25,500	-S/.18,300	-S/.11,100	
<b>Escudo fiscal</b>		S/.7,523	S/.5,399	S/.3,275	
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>-S/.56,472</b>	<b>S/.82,708</b>	<b>S/.155,961</b>	<b>S/.243,410</b>	<b>S/.84,188</b>
FCE	-S/.176,472	S/.130,686	S/.198,863	S/.395,423	
FCF	-S/.56,472	S/.82,708	S/.155,961	S/.327,598	

Fuente: elaboración propia.



En el cuadro Nro.26 se muestra el flujo de caja financiero que representa la rentabilidad del plan a efectos del análisis de los costos, se ha considerado el financiamiento por S/.120,000.00 a una TEA del 2%, en 36 meses. En un horizonte de la evaluación del presente proyecto refleja montos positivos, el cual es un indicador que aun considerando el préstamo la empresa obtendrá rentabilidad.

#### **Cuadro 27**

#### **Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Económica**

(soles)

VAN Económico	S/.341,744
Tasa de descuento (CAPM)	15.56%
TIR Económica	93%
Índice B/C	2.94

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro Nro.27, se muestra la viabilidad del proyecto, el Valor actual neto resultado es de S/.353,591.00 que quiere decir que la cifra determinada en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por tanto es recomendable ejecutar la inversión en el plan analizado. El valor mayor a cero indica que el proyecto arroja beneficio para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) del proyecto se define  $TIR > COK$ , la que refleja un 92%, tasa porcentual que señala la rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad del capital que genera el capital invertido en el proyecto, considerando ambos ratios económicos (VAN y TIR) para el proyecto, es recomendable llevar a cabo la inversión.

Ambos ratios fueron calculados utilizando la tasa de descuento CAPM (asset pricing model), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad para los activos.

En cuanto al índice beneficio costo (B/C), esta ratio muestra la relación que existe entre el beneficio y la inversión, y la que arroja el proyecto es de S/.2.93, que quiere decir que por cada sol invertido la empresa obtendrá S/.2.93 de beneficio.

### Cuadro 28

#### Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Financiero

(soles)

VAN Financiero	326,232
Tasa de descuento (WACC)	17.84%
TIR Financiero	202%
Indice B/C	6.78

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro Nro.28, muestra la viabilidad del proyecto, el Valor Actual Neto Financiero (VANF) es S/.334,440.00,significa que la cifra determinada en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por tal razon es recomendable llevar a cabo la inversión en el plan analizado. Un valor mayor a cero indica que el negocio arroja beneficio respecto a la inversión para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) del plan se define  $TIR=COK$ , el que refleja un 188%, tasa porcentual que indica una rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad de capital que genera el capital invertido en el plan, teniendo en cuenta el análisis del VAN y la TIR financiera

Para la investigación realizada es recomendable llevar a cabo la inversión, cabe señalar que para el análisis del VAN y TIR financiero se ha calculado utilizando la tasa de descuento WACC (Weighted Average Cost of Capital), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad incorporando el préstamo, como se puede ver, aun considerando el financiamiento bancario el proyecto arroja una rentabilidad futura para todo el horizonte de evaluación.

## CONCLUSIONES:

- a. EL plan de marketing fue diseñado teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, en otras palabras pensando en el consumidor de los productos de la empresa, quien desea degustar todos aquellos productos de la manera más cómoda, segura y cumpliendo los protocolos de seguridad.
- b. En cuanto al plan de operaciones, fue elaborada de forma sencilla y simple. Los clientes prospectos van a contar con la oportunidad de contar con producto a un precio accesible y en la comodidad de su hogar en el tiempo oportuno. La fuente de aprovisionamiento será la ciudad de Iquitos, la que nos garantiza la correcta elaboración de los cubitos de hielo.
- c. En el plan de recursos humanos los colaboradores contarán con los beneficios que exige la ley para una micro empresa. Las funciones determinadas fueron de manera específica, detallada para cada uno de los puestos. El ambiente que prevalecerá de lo más grato, donde prime el respeto y consideración al ser humano. Se ha considerado una estructura orgánica simple y eficiente como para una micro empresa.
- d. En cuanto a los ratios económicos y financieros, encontrados en el plan económico y financieros, confirmar la viabilidad y rentabilidad del proyecto. El Valor Actual Neto es s/.341,744 y la Tasa Interna de Retorno es 93%, el índice Beneficio- Costo está en s/.2.94.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

Gestión (2015, 27 de julio) Peruanos alcanzan un consumo anual de alcohol de 8.1 litros per cápita. Disponible: <https://gestion.pe/tendencias/peruanos-alcanzan-consumo-anual-alcohol-8-1-litros-per-capita-95791-noticia/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú.  
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú

Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI (2008), “*Censos Nacionales 2015: XII de población y VI de vivienda*”. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2020) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

McCarthy, E.J. (1964): *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

Oie, Ricardo. Kantar Wordpanel. Disponible. [www.kantarwordpanel.com](http://www.kantarwordpanel.com)

Organización Panamericana de la salud (2019)

Perú Retail- La web retail y los canales comerciales, (2019). Consumo se recupera y crece 4% en el Primer trimestre del 2019. Disponible en: <https://www.peru-retail.com/peru-consumo-recupera-primer-trimestre-2019/>.

Rockcontent (2018). *El Marketing*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.