



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIO CÚRCUMA AMAZÓNICA ADEREZO,
CIUDAD DE IQUITOS, 2021**

AUTORES:

**DIAZ MESIA, VICTOR HUGO
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**QUIROZ PASQUEL, GAUDENCIO ANTONIO
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

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

IQUITOS - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi amada madre, Mary, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y grandes valores, que me ayudaron a seguir adelante. Por inculcar mi educación, apoyarme a culminar mis metas, brindándome siempre su amor y cariño, ha sido y es mi mayor sostén.

A mi padre, Víctor Hugo, que, a pesar de su ausencia y distancia, pudo apoyarme hasta donde pudo, logrando ser uno de mis respaldos para culminar mi carrera profesional.

A mi compañera de vida, Noelia, con quien comparto mí día a día, quien conoce mis anhelos y esfuerzos para nuestra familia y que ha sido apoyo para mi hogar.

A mi pequeña hija, Alíah Gaela, la luz de mi vida, quien ha sido mi impulso, motor y motivación para no desistir.

Víctor Díaz

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Sonia, por ser el soporte constante desde inicios de mi formación y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional junto a mi hermana Jhomira sin importar las adversidades de la vida.

A mi padre Jorge, a pesar de su ausencia, siento que nos ha apoyado cuando pudo, aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos.

A mi menor hijo Luán y mi amada Lucerito que son mi motor y motivo, a mis tíos padrinos de bautismo Delicia y Juvencio a quienes quiero como a unos padres, por todo su apoyo desde inicios de mi formación, por sus consejos y compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

A mí querido amigo Henry por confiar en mí y darme la oportunidad.

A nuestros docentes universitarios por las enseñanzas en nuestro caminar profesional.

Gaudencio Quiroz

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien escucho mis oraciones y coloco cada etapa en su lugar, siendo dichoso en cada una de ellas gracias a él, por permitirnos realizar el Proyecto de Suficiencia Profesional para obtener nuestro Título Profesional.

A nuestros docentes universitarios por las enseñanzas en nuestro caminar profesional.

Víctor Díaz

A Dios por brindarnos salud, vida cada día y por darnos la oportunidad de poder realizar el Proyecto de Suficiencia Profesional.

A los docentes de la Universidad Científica del Perú por su gentil asesoramiento e inculcarnos enseñanza en el transcurso de nuestra carrera.

Gaudencio Quiroz

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 696-2021-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 10 de diciembre de 2021, se autorizó la sustentación para el día miércoles 15 de diciembre de 2021.

Siendo las 11.00 horas del día miércoles 15 de diciembre de 2021 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO CÚRCUMA AMAZÓNICA ADEREZO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021.

Presentado por:

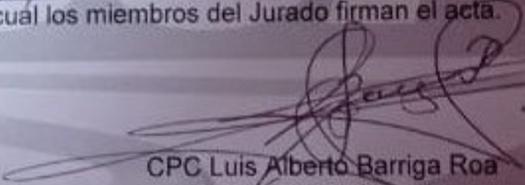
QUIROZ PASQUEL GAUDENCIO ANTONIO
Para optar el título profesional de Contador Público

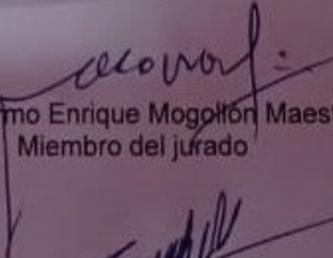
DIAZ MESIA VÍCTOR HUGO
Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

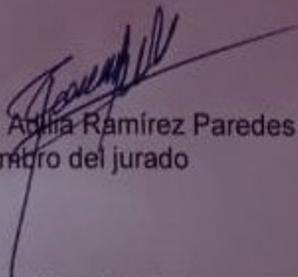
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 12.40 horas culminó el acto público.
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.


CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del jurado


Econ. Guillermo Enrique Mogollón Maestre Mgr
Miembro del jurado


Lic. Adm. Rosario Adilia Ramírez Paredes Mgr.
Miembro del jurado

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

**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:

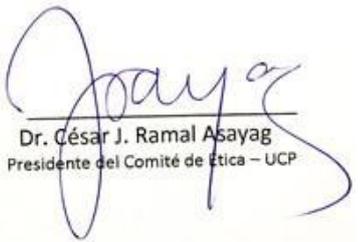
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**“PLAN DE NEGOCIO CÚRCUMA AMAZÓNICA ADEREZO, CIUDAD DE
IQUITOS, 2021”**

De los alumnos: **DIAZ MESIA VICTOR HUGO Y QUIROZ PASQUEL
GAUDENCIO ANTONIO**, de la Facultad de Negocios, pasó
satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un
porcentaje de **9% de plagio**.

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

San Juan, 28 de Agosto del 2021.



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

INDICE DE CONTENIDOS

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de cuadros.....	VIII
Índice de figuras.....	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	12
2.4.1 El producto.....	12
2.4.2 El precio.....	14
2.4.3 La promoción y publicidad.....	15
2.4.4 La cadena de distribución.....	18
III. PLAN DE OPERACIONES.....	20
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	20
3.2 El proceso de aprovisionamiento.....	21
3.3 El proceso de producción.....	23

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	26
	4.1 La organización de Cúrcuma Inversiones SAC.....	26
	4.2 Puestos, funciones.....	26
	4.3 Condiciones laborales.....	28
	4.4 Régimen tributario.....	29
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	30
	5.1 Estudio económico.....	30
	5.1.1 Mercado y ventas.....	30
	5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	30
	5.2 Estudio financiero.....	32
	5.2.1 Inversiones.....	32
	5.2.2 Financiamiento.....	33
	5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	35
	CONCLUSIONES.....	37
	BIBLIOGRAFÍA.....	38

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	04
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional.....	09
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia.....	09
Cuadro N° 04 Mercado por edades.....	09
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económico, ciudad de Iquitos, 2021.....	10
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos,2021	10
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares a Cúrcuma Inversiones SAC, ciudad de Iquitos, 2021.....	11
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	14
Cuadro N° 09 Demanda del negocio a desarrollar.....	30
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de la empresa Cúrcuma Inversiones SAC.....	30
Cuadro N° 11 Costo de ventas de Cúrcuma Inversiones SAC (soles).....	30
Cuadro N°12 Gastos administrativos de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021 (soles).....	31
Cuadro N° 13 Gastos comerciales de Cúrcuma inversiones SAC (soles)	31
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de Cúrcuma inversiones SAC (soles).	31
Cuadro N° 15 Inversión en activos de Cúrcuma inversiones SAC (soles)	32

Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de Cúrcuma inversiones SAC (soles).....	32
Cuadro N° 17 Costo laboral (%).....	32
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento de Cúrcuma inversiones SAC (soles).....	33
Cuadro N° 19 Capital de trabajo de Cúrcuma inversiones SAC (soles)...	34
Cuadro N° 20 Cálculo de la tributación de Cúrcuma inversiones SAC.....	34
Cuadro N° 21 Estado de resultados integrales de Cúrcuma inversiones SAC (soles).....	35
Cuadro N° 22 Estado de flujo de caja de Cúrcuma inversiones SAC (soles).....	35
Cuadro N° 23 VAN, TIR, Y B/C Cúrcuma inversiones SAC (soles).....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa Cúrcuma inversiones SAC, 2021...	03
Figura N° 02 Familia comprando alimentos.....	07
Figura N° 03 Vivandera preparando juane.....	08
Figura N° 04 Aderezo Palillo, elaborado de Cúrcuma agranel.....	13
Figura N° 05 Mishki palillo.....	13
Figura N° 06 Logo empresa Cúrcuma inversiones SAC, 2021.....	14
Figura N° 07 Polo con logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	16
Figura N° 08 Tabla para cortar verduras con logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	16
Figura N° 09 Taza con logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	17
Figura N° 10 Fan page de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	17
Figura N° 11 La cadena de distribución de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	18
Figura N° 12 Planta Cúrcuma.....	20
Figura N° 13 Proceso de aprovisionamiento de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	22
Figura N° 14 Proceso de producción al cliente Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.....	23

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIO CÚRCUMA AMAZONICA ADEREZO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021

Víctor Hugo, Díaz-Mesía

Gaudencio Antonio, Quiroz-Pasquel

El presente plan de negocios pertenece al sector manufactura; la empresa se dedicará a la elaboración de aderezos a base de cúrcuma (palillo), con diversas presentaciones, producto natural sin ningún tipo de insumo químico.

La fuente de aprovisionamiento de la materia prima se dará en la ciudad de Iquitos, zona de alta producción; habiéndose identificado a los productos de la zona, quienes cuentan con producción permanente.

La estructura organizacional se diseñó en base a las necesidades de la empresa con las funciones claras e integradas. Se constituirá una sociedad anónima cerrada.

El estudio económico financiero nos indica un Valor actual neto económico (VAN) de S/. 130,567 y un Valor actual neto financiero de S/. 95,251. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 65% y la Tasa interna de retorno financiera es de 119%. El índice beneficio costo económico es de S/.2.17 y el índice beneficio costo financiero es de S/.4.04 lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Palabras claves: plan de negocio, cúrcuma palillo, sobre, aderezo

SUMMARY

CÚRCUMA AMAZONICA ADEREZO BUSINESS PLAN, CITY OF IQUITOS, 2021

Victor Hugo, Díaz-Mesía
Gaudencio Antonio, Quiroz-Pasquel

This business plan belongs to the manufacturing sector; the company will dedicate itself to the elaboration of dressings based on turmeric (toothpick), with various presentations, a natural product without any type of chemical input.

The source of supply of the raw material will be in the city of Iquitos, an area of high production; having identified the products of the area, who have permanent production.

The organizational structure was designed based on the needs of the company with clear and integrated functions. A closed stock company will be established.

The financial economic study indicates an economic net present value (NPV) of S / . 130,567 and a Net Financial Present Value of S / . 95.251. The internal economic rate of return (IRR) is 65% and the internal financial rate of return is 119%. The economic cost benefit index is S / .2.17 and the financial cost benefit index is S / .4.04, which shows the viability and profitability of the project.

Keywords: business plan, turmeric stick, envelope, dressing

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: comercial: Mishki Palillo

Razón social: Cúrcuma Inversiones SAC

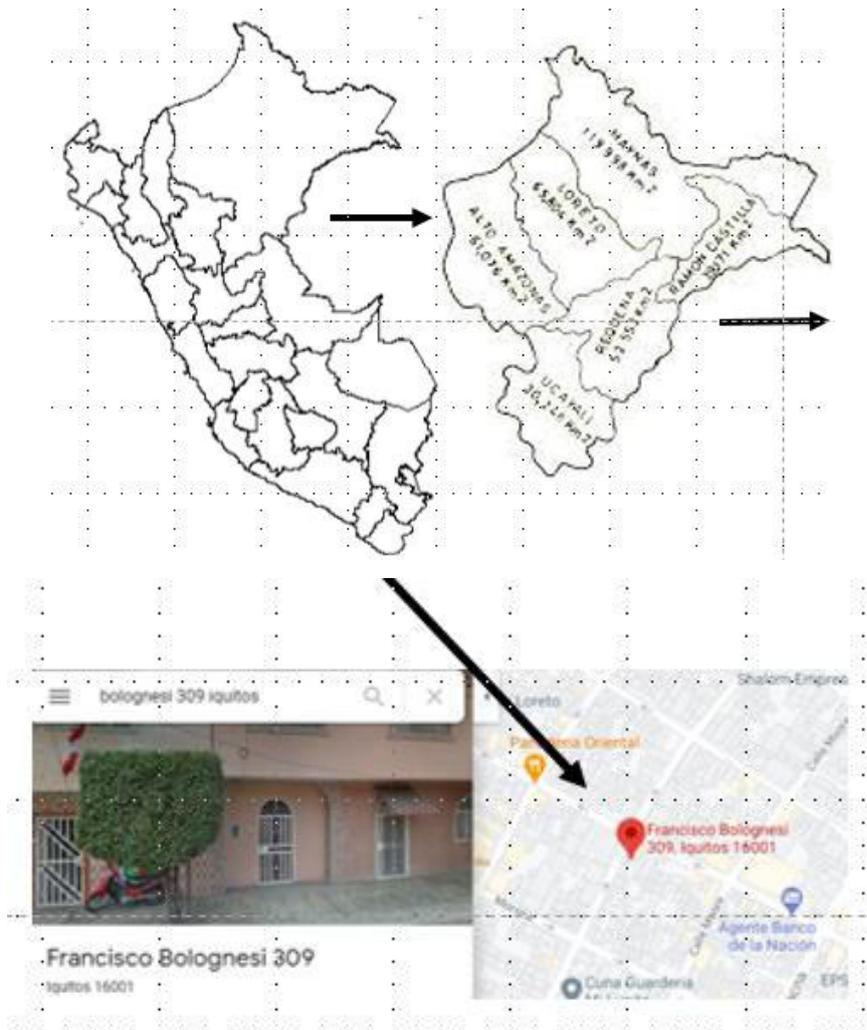
Sector de la actividad: elaboración de aderezo

Localización: calle Bolognesi # 309, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: manufactura

Figura 1

Localización de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021.



Fuente: <https://www.google.com/maps/dir>

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

**Clasificación Industrial Internacional Uniforme Cúrcuma Inversiones
SAC, 2021**

I	Industria manufactureras		
	10	Elaboración de productos alimentación	
		103	Elaboración de frutas, legumbres y hortalizas
			1030 Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer las siguientes necesidades de los hogares y de las organizaciones. La primera necesidad es utilizar insumos para la preparación de los alimentos del consumo diario de los hogares, quienes buscan aderezos que no perjudiquen la salud y además, le dé un grato sabor a las comidas como es el juane, plato bandera de la Amazonia peruana, y otros platos más. Otra necesidad son los aderezos para la preparación de los alimentos, que se comercializan diariamente en los negocios como restaurante y ventas de viandas en los mercados.

Los clientes están constituidos por varios segmentos, primero las familias, que tienen tradición en cada área territorial, para preparar diversos platos, bodegas, quienes venderán a las familias, quienes tienen tradición de comprar para preparar diversos platos como el juane y otros. El segundo segmento de mercado, son los negocios quienes utilizan la sazón de modo diario, con mayor intensidad los fines de semana por cuanto las ventas crecen generados por la costumbre de las personas salir en familias o en un grupo de amigos, a almorzar fuera de casa.

La empresa se dedicará la elaboración de aderezos a base de cúrcuma (*palillo), se contará con presentaciones en envase forma sachet (100 gramos). Se atenderá pedidos telefónicos y la entrega será mediante el delivery. Además, se contará con todos los medios de pagos para facilitar la compra de los clientes, como transferencia bancaria y en efectivo.

***Palillo**

Se extrae de la raíz de la planta llamada Cúrcuma longa. Es uno de los ingredientes fundamentales de la mezcla de especias llamada Curry. Su sabor es ligeramente dulce con un toque amargo y picante. Se usa para darle color a preparaciones con arroz.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Son varias las necesidades que se propone satisfacer con el presente plan de negocios, dentro de ellas:

- a. Necesidad de preparar alimentos para el consumo.

La alimentación tanto personal como familiar, constituyen una de las necesidades básicas de la persona. El alimentar a toda una familia implica, además de un presupuesto, el contar con platos variados que contribuyan a la alimentación sana y equilibrada.

Los padres y madres de familia, crean e inventan platos día a día para poder satisfacer tal necesidad. Para ellos deben contar con ciertos ingredientes e insumos que le permita elaborar un delicioso plato, novedoso, creativo que servirá a toda la familia.

- b. Necesidad de preparar alimentos para la venta.

Está formado por los negocios dedicados a la venta de comida. Si bien los restaurantes tuvieron restricciones para el desarrollo de actividades, los demás puntos de ventas como ambulantes vivanderas, venta de comidas en domicilios, entre otros. Tuvieron menores restricciones permaneciendo en el desarrollo de sus actividades empresariales.

Principalmente en nuestra región, se ha visto el normal desarrollo de estas actividades de venta de comidas, se puede apreciar con un normal movimiento. Dentro de ellos las vivanderas dedicado a la venta de platos regionales, dentro de ellos el juane.

- c. Necesidad de preparar postres.

La preparación tanto para el consumo dentro del hogar o para la venta, es otro rubro gastronómico que ya ha tenido ligera repercusión las restricciones que estamos pasando. Por un lado, el confinamiento ha

permitido reunir a la familia para preparar y degustar postres caseros y por otro lado también ha permitido emprender la venta de postres y muchos de ellos centraron sus canales de comunicación en las redes sociales.

La propuesta del presente plan de negocio es la de elaborar y comercializar un aderezo básico elaborado en base a la planta cúrcuma, muy común en nuestra región.

Considerando que el negocio trabajará con las bodegas como canal de distribución, ellos necesitan promocionar el producto para lo cual se les proveerá de afiches.

Figura 2

Familia comprando alimentos, 2021



Fuente: [google.com/search?q=familia+alimentandose+en+pandemia&rlz9](https://www.google.com/search?q=familia+alimentandose+en+pandemia&rlz9)

Figura 3

Vivandera preparando juane



Fuente: [google.com/search?q=persona+preparando+juane&hl=es-4](https://www.google.com/search?q=persona+preparando+juane&hl=es-4)

2.2 Demanda actual y tendencias

El mercado está constituido por las familias quienes utilizan el producto en sus comidas diarias y compran a las bodegas diaria y semanal. Está constituido por las personas que viven tanto en zona urbana y rural de todos los niveles socio-económicos.

En el mercado se encuentran posicionadas marcas nacionales. Hay diversidad de formas de presentación de productos, pero se determina empezar con el sachet de 80 gramos.

La tendencia de los productos naturales cobra cada vez notoriedad en las personas, tanto a nivel mundial como a nivel del Perú y de la región. El consumo de estos productos presenta una tendencia creciente en el mercado.

Se ha extraído información del Instituto Nacional de Estadística e Informática para la elaboración de los cuadros de la proyección de la demanda.

Cuadro 2

Mercado por total poblacional

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2021 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	137,575
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	99,713
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	77,751
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	204,200
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	519,240

Fuente: INEI

Cuadro 3

Mercado de personas en zona urbana y rural

	Población urbana y rural (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2021)	100.00%	137,575
Distrito Punchana (al 2021)	100.00%	99,713
Distrito Belen (al 2021)	100.00%	77,751
Distrito San Juan Bautista (al 2021)	100.00%	204,200
Población por residencia, ciudad Iquitos		519,240

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades

	Hasta 14 años	15 a 24 años	25 a 39 años	40 a 64 años	65 años a más	Total
Distrito Iquitos (%)	23.00%	20.54%	24.72%	25.63%	6.11%	100.00%
Distrito Punchana (%)	25.78%	23.66%	24.63%	21.95%	3.98%	100.00%
Distrito Belen (%)	22.00%	27.59%	24.25%	21.62%	4.54%	100.00%
Distrito San Juan Bautista (%)	24.00%	26.84%	23.94%	21.59%	3.63%	100.00%
Población por edades, ciudad Iquitos (2020)	123,462	128,119	126,305	118,031	23,323	519,240

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos año 2021

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	12,045
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	37,740
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	41,220
Segmento E ciudad de Iquitos	66.0%	176,655
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2021)	100.0%	267,659

Fuente: INEI

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos año 2021

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		103,168
Consumo del producto (sachet por día/familia)		1
Consumo del producto (sachet por mes/familia)	30	30
Consumo del producto (sachet por año/familia)	12	360
Consumo del producto ciudad Iquitos (sachet)		37,140,355
% Estimado de consumo respecto a otras marcas 20%		7,428,071
Consumo de sachet curcuma		29,712,284

Fuente: INEI

La demanda se construye contando las siguientes características:

- a. Población que vive en la ciudad de Iquitos
- b. Personas que viven tanto en la zona urbana como rural
- c. Personas de todas las edades
- d. Todos los grupos socio-económicos

Se ha considerado empezar las operaciones en los distritos de Iquitos, Belén, Punchana y San Juan Bautista, por considerar dentro de las que presenta potencial para los productos.

2.3 Oferta competitiva

La oferta de aderezos elaborados a base de cúrcuma es diversa en la ciudad de Iquitos, se cuenta desde presentaciones regionales hasta presentaciones de empresas nacionales, posicionada en el mercado como Sibarita y Lopeza.

Cuadro 7

Precio al consumidor final de otras marcas, ciudad de Iquitos, 2021

(Soles)

Detalle	Unidad	Negocios similares		
		Sibarita	Lopeza	Santi
Aderezo palillo x 100 g	Sachet	S/1.20	S/1.00	S/1.50

Fuente: elaboración propia

En nuestro país, el mercado de salsas, aderezos y condimentos registra un crecimiento actual en las ventas de 8% mediante el cual llegó a 522 millones de soles en ventas el 2018. Además, se obtuvo un crecimiento en el volumen de aproximadamente 6% mediante el cual se llegó a vender 31 mil toneladas en el mismo año.

La mayor parte de las salsas y cremas usan como canal los supermercados, como también en los mercados de abastos, y mercados populares. Se encontró envasado en sachet y de forma a granel.

Se usará tanto, los canales tradicionales como los canales modernos y de acuerdo a la investigación realizada los clientes potenciales gustan adquirir sus aderezos en los mercados de abastos y en los supermercados, lugares donde se centrará la promoción.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

El producto es el aderezo palillo, elaborado de manera de natural, sin el uso de preservantes. Producto utilizado en nuestra región para la elaboración de diversos platos regionales, dentro de ellos el juane. El insumo principal es la cúrcuma, ingrediente que predomina la cocina amazónica.

Se contará con diversas presentaciones, el uso principal es cómo sazonador, es decir el aderezo principal de los platos regionales. También, es utilizado para la elaboración de postres. La empresa se enfocará en la elaboración de sazonador.

a) Categorías de productos.

- ✓ Aderezo Palillo presentación 100g

En lo que respecta a la clasificación del producto, como el producto está dirigido al consumidor final, este se ubica dentro del rubro de bienes de consumo. Asimismo, pertenece al subgrupo de productos de conveniencia porque se compra de manera regular y no requiere mucha planificación ni comparación por parte de los consumidores.

En las siguientes líneas, le mostraremos imágenes referenciales del producto:

Figura 4

Aderezo palillo, elabora de cúrcuma, a granel



Fuente: [google.com/search?q=curcuma+aderezo&tbm=isc](https://www.google.com/search?q=curcuma+aderezo&tbm=isc)

Figura 5

Mishki Palillo



Fuente: elaboración propia

b) La marca

La empresa ha diseñado un logo para diferenciarse de los negocios similares, el mismo que le permitirá identificarse con los clientes.

Figura 6

Logo empresa Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

Para la empresa, es uno de los factores más importantes, ya que su correcto establecimiento depende la aceptación del producto en el mercado y las utilidades de la empresa. La política de precios debe permitir la recuperación de los costos y la obtención de rendimientos.

Cuadro 8

Precio de los productos de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021

Producto	Unidad	Curcuma
Aderezo Palillo x 100g	Sachet	S/0.60

Fuente: elaboración propia

Como principal estrategia del precio en esta primera etapa será la de ganar mayor participación de mercado, se usará el método basado en el costo más margen.

Si bien la variable precio solo tiene impacto en los ingresos, esta es determinante en la rentabilidad del proyecto, ya que la disminución de

este aumenta el punto de equilibrio operativo y resulta más difícil alcanzarlo.

Por lo tanto, se debe tener bastante cuidado si es que en algún momento se decide realizar una promoción de ventas como un descuento o 2 x 1, ya que la rentabilidad del proyecto es sensible a una variación de esta y podría tener consecuencias negativas en su desarrollo. En lo posible, es mejor evitar estas acciones en esta primera etapa.

2.4.3 La promoción y publicidad

La promoción y la publicidad son elementos muy importantes en el marketing ya que sirve para informar al público objetivo acerca del producto y persuadirlo para realizar su compra.

El principal atributo de nuestro producto es que es un producto natural, elaborado sin preservantes, ni otro insumo químico. Es importante que se den las degustaciones de platos elaborados con nuestro producto, las que se realizarán en los mercados de abastos y en los súper mercados de la ciudad.

La gran ventaja que tienen estas activaciones en el punto de venta es que no solo permite brindar información y probar el producto, sino que incentiva la compra porque estas se dan justamente en el lugar donde el ama de casa se encuentra comprando sus abarrotes, así que las probabilidades de venta del producto se incrementan.

Además, se contarán con sorteos, polos, llaveros, tazas, tabla para picar. A continuación se muestran imágenes referenciales de los artículos que la empresa sorteará en sus activaciones.

En cuanto a la promoción y publicidad, la empresa contará con un fan page y con un spot publicitario de 20 segundos para llegar de forma masiva a los clientes prospectos, campaña promocional que se lanzará en la festividades de San Juan.

Figura 7

Polo con el logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 08

Tabla para cortar verduras con logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: [google.com/search?q=tabla+para+picar+de+plastico](https://www.google.com/search?q=tabla+para+picar+de+plastico)

Figura 09

Taza con logo de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021

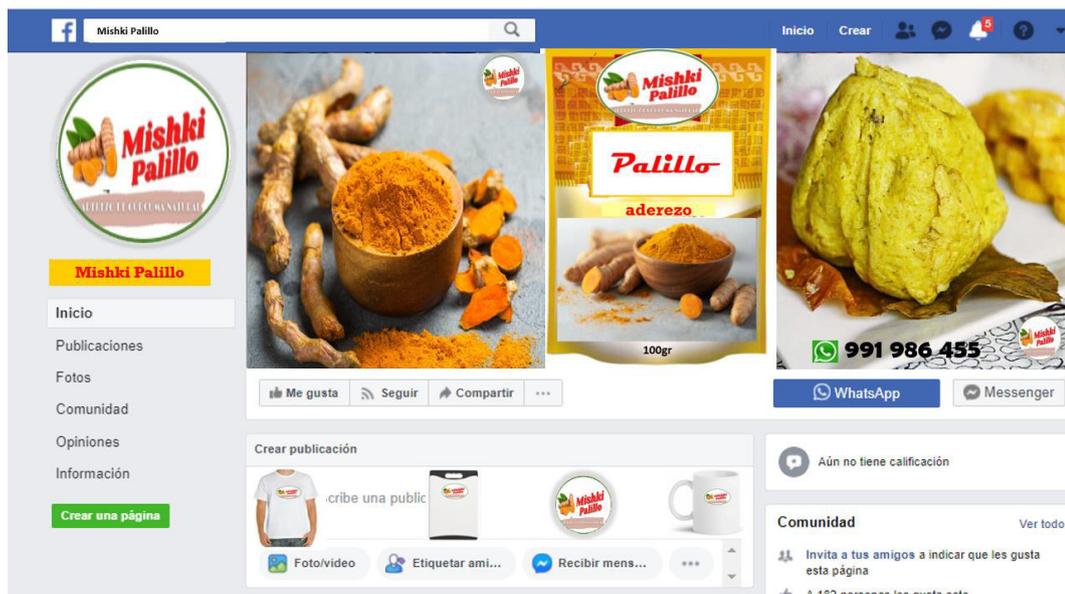


Fuente: [google.com/search?q=tazas+blancas&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=tazas+blancas&rlz=1C1CHBF)

El merchandising con que cuenta la empresa será obsequiado a los clientes en las activaciones que se llevaran a cabo, como también por las redes sociales a través del fan page.

Figura 10

Fan page de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

Los canales de distribución se clasifican actualmente en canales tradicionales y canales modernos. El canal tradicional está conformado en mayor medida por bodegas y mercados, y el canal moderno está conformado principalmente por los supermercados.

La empresa cuenta con un punto de reparto ubicado en la calle la calle Bolognesi # 309, ciudad de Iquitos, provincia de Maynas, Región Loreto. La cadena de distribución será de dos formas la indirecta. a través de los intermediarios, como bodegas y la directa, a través de la venta directa al público.

Figura 11

La cadena de distribución de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: elaboración propia

La empresa contará con dos canales de distribución:

- Canal directo: se contará con un punto de venta en la planta de producción, para la venta directa al público consumidor.(amas de casas, vivanderas)
- Canal indirecto: también, se contará con el canal indirecto ya que la empresa abastecerá de los productos, a las bodegas, tiendas de abarrotes y minimarket y serán estos negocios quienes hagan llegar al público consumidor.

III. PLAN DE OPERACIONES

A continuación se realizará la descripción de los procesos necesarios para producir hasta llegar al consumidor, dentro de ellos el proceso de aprovisionamiento, producción y atención al cliente.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021

La fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, zona donde se produce en toda la región. Se ha identificado dos zonas productivas, la primera se encuentra en la zona Paujil de la carretera Iquitos-Nauta, zona con producción durante todo el año y la zona de Mazan bajo, zona con producción en épocas de vaciante.

Figura 12

Planta cúrcuma



Fuente: elaboracion propia

El nombre científico del palillo, es cúrcuma longa, crecen en clima tropical y subtropical, temperatura promedio de 26°C, precipitación pluvial entre 800 a 3 000 mm/año y altitudes de hasta 1 500 msnm.

Suelo: de preferencia requiere suelos de textura suelta con abundante materia orgánica y buen drenaje, no soporta por mucho tiempo el encharcamiento.

La época de siembra cualquier época del año. El espaciamiento distanciamiento de 0,40 m x 0,30m. A los 4 meses de la siembra se recomienda aplicar 200 kg de úrea/ha. Mensualmente, es recomendable aplicar abono orgánico.

Puede sembrarse como cultivo complementario para aprovechar áreas intercaladas que los sistemas de frutales dejan libres los primeros años después de la plantación. Este puede ser el caso del sistema con pijuayo o combinación de frutales tales como: cítricos, arazá, castaña, umarí, uvilla y casho.

En sistemas más intensivos puede intercalarse con jengibre y minimizar o eliminar el componente arbóreo.

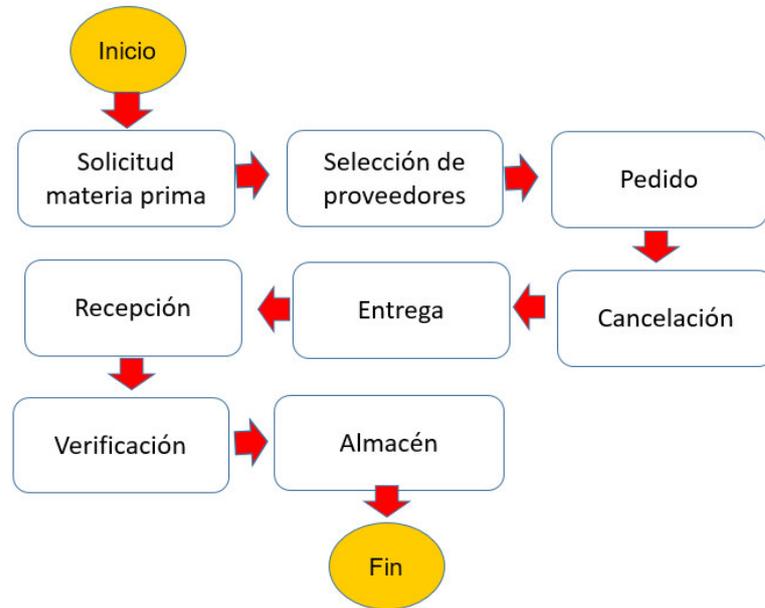
La cosecha se inicia a los siete meses de la siembra, cuando empiezan a amarillar las hojas, pudiendo prolongarse hasta los nueve meses. El rendimiento en el Perú es de 15 t/ha en peso fresco y de 3 a 3,75 t/ha en peso seco.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Cúrcuma Inversiones SAC.

Líneas abajo se detallará el proceso de aprovisionamiento de la empresa, proceso aplicado para el abastecimiento de materia prima y de más bienes y servicios para el normal desarrollo de las actividades de la empresa.

Figura 13

Proceso de aprovisionamiento de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



Fuente: elaboración propia

El proceso de aprovisionamiento se inicia con el requerimiento de la materia prima, insumos y servicios de las áreas que componen la empresa. Seguidamente se selecciona los proveedores, de acuerdo a las necesidades exigencias y condiciones de la empresa, para luego realizar el pedido.

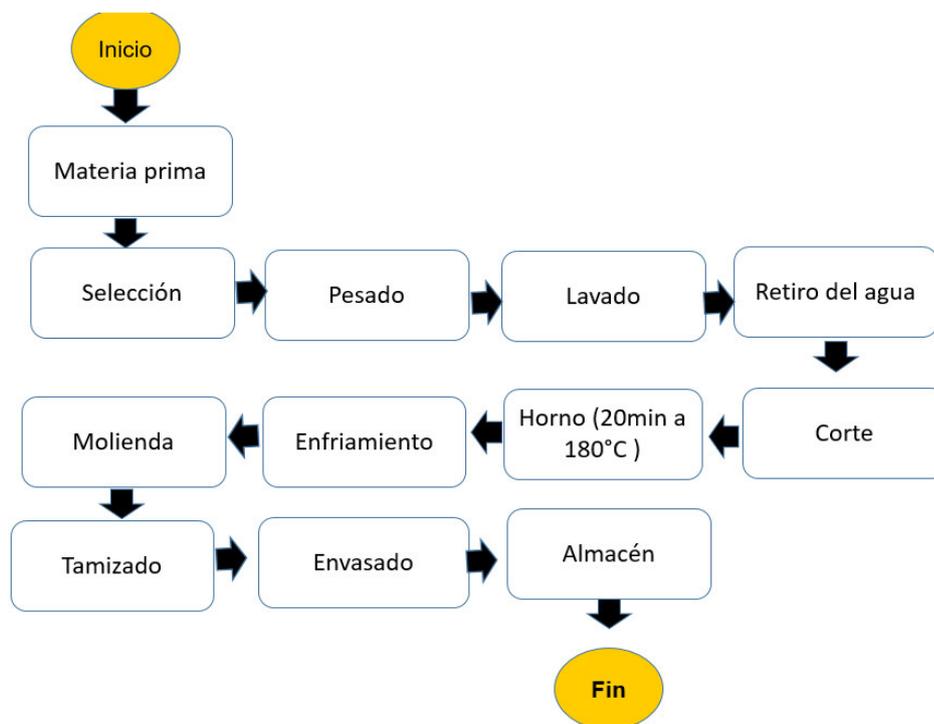
El siguiente paso es la cancelación del pedido realizado, para el cual se debe exigir el comprobante de pago, para luego coordinar la entrega de lo adquirido. Luego viene el siguiente paso que es la recepción de la mercadería comprada, en este paso hay que controlar, medir, pesar, es decir verificar según lo pedido y cancelado.

El último paso es el ingreso al almacén es el almacenamiento de los productos adquiridos, el que va controla con el método de control de inventario primera entradas primeras salidas.

3.3 El proceso de producción de Cúrcuma Inversiones SAC.

A continuación se detalle el proceso de producción:

Figura 14
Proceso de producción de Cúrcuma Inversiones SAC, 2021



El proceso de producción:

1. Materia prima:

En este primer paso se solicita la materia prima, es decir el ingrediente, como es el caso de la cúrcuma. De acuerdo a la cantidad programada a producir.

2. Selección:

Como siguiente paso, hay que seleccionar, se debe trabajar con los que presenten buen estado, deshaciéndose de las que se encuentran en mal estado.

3. Pesado:

Se procede a pesar la cantidad de materia prima solicitada, por un tema de control de inventario y control de la producción programada.

4. Lavado:

Como se trata de una planta natural que crece en el sub suelo, es necesario lavar a fin de retirar la tierra adherida a la cúrcuma.

5. Retiro de agua:

En este paso se procede a retirar toda el agua acumulada en la cúrcuma para conseguir un horneado uniforme y así evitar desperdicio de materia prima.

6. Corte:

Como siguiente paso se procede a cortar en tamaños pequeños y finos, lo más fino que se pueda, esto garantiza el aprovechamiento de toda la materia íprima.

7. Horno:

Se procede a hornear la materia prima preparada por un espacio de tiempo de 20 minutos a una temperatura de 180°C.

8. Enfriamiento:

Se deja enfriar por un espacio de 30 minutos

9. Molienda:

Se procede a moler toda la cúrcuma enfriada a través del molino, como también se puede usar una licuadora.

10. Tamizado:

Hay que pasar por el tamiz toda la materia prima con el fin de seleccionar los que pasen el tamiz, las que tendrán un tamaño uniforme.

11. Envasado:

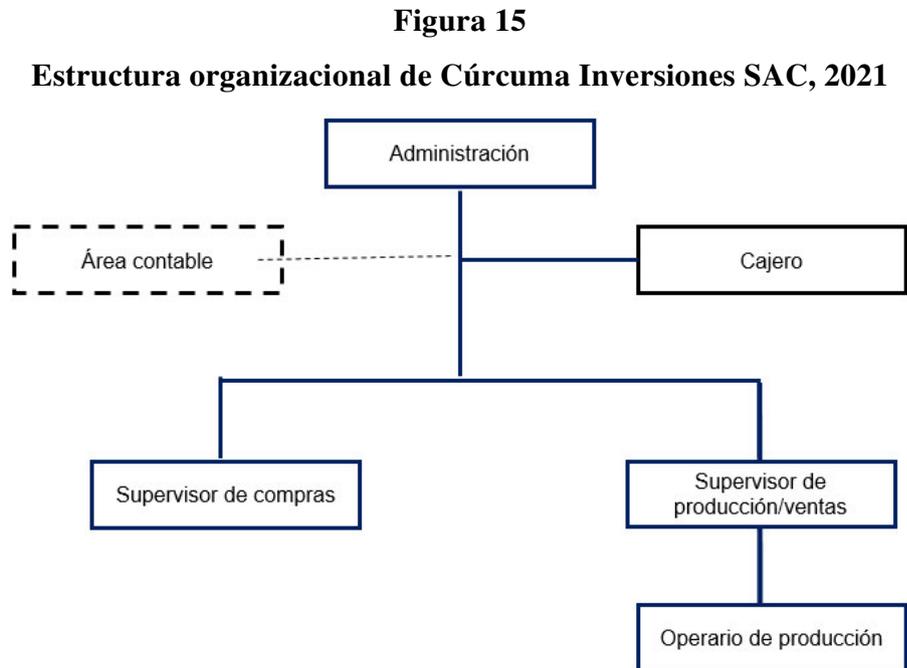
Se procede a envasar en presentaciones programadas. Se debe considerar los datos como lote de producción, fecha de producción y fecha de expiración.

12. Almacén:

Como último paso se procede al almacenamiento de toda la producción realizada.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La estructura organizacional de Cúrcuma Inversiones SAC.



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador de Cúrcuma Inversiones SAC

Funciones:

1. Planifica, elabora y aprueba el plan de ventas anual y mensual
2. Planifica, elabora y aprueba el presupuesto global y de cada una de las áreas de la empresa
3. Organiza las actividades y procesos de cada una de las área de la empresa
4. Dirige el desarrollo de las actividades de cada área
5. Representa a la empresa ante organismo como la Sunat y Sunarp
6. Busca la mejor forma de financiamiento para la empresa
7. Es responsable del control de asistencia y productividad de los trabajadores
8. Gestiona las actividades propias del área de administración

9. Motiva de forma permanente a los trabajadores de la empresa
10. Realizar arqueos de caja de forma inopinada al cajero de la empresa

b) Puesto: Supervisor de compras de Cúrcuma Inversiones SAC

Tareas:

1. Responsable del abastecimiento de bienes e insumos que requiere la empresa para el cumplimiento de sus objetivos
2. Propone el presupuesto de compras del área
3. Realiza el proceso de compras
4. Monitorea el desarrollo de las actividades del área
5. Realiza las cotizaciones de los bienes y servicios solicitados por las demás área de Cúrcuma inversiones SAC.
6. Actualiza permanentemente a los proveedores de Cúrcuma de Inversiones SAC
7. Atiende oportunamente los bienes y servicios solicitados por las áreas de la empresa.
8. Responsable del control del buen uso a los bienes de la empresa
9. Reporta al directamente al administrador de Cúrcuma Inversiones SAC

c) Puesto: Supervisor de producción y ventas de Cúrcuma Inversiones SAC/Entrega del producto.

Tareas:

1. Responsable de la organización de los procesos para desarrollar las actividades del área de ventas de Cúrcuma Inversiones SAC
2. Gestiona los procesos de ventas y producción de la empresa Cúrcuma Inversiones SAC.
3. Pronosticas las ventas de la empresa
4. Realiza la producción de los productos de la empresa
5. Reporta la producción diaria y semanal de la empresa
6. Diseña y propone el plan de marketing y el plan de producción de la empresa Cúrcuma Inversiones SAC

7. Reporta directamente al administrador de Cúrcuma Inversiones SAC
8. Recibir de los vendedores los pedidos tomados en el día.
9. Estructurar un plan de distribución, elaborar una hoja de ruta diaria.

d) Puesto: Cajero de Cúrcuma Inversiones SAC,

Funciones:

1. Desarrollo de las actividades de área de caja
2. Recibe el efectivo por la compra de productos de parte de los clientes
3. Realizar el cierre de caja de forma diaria
4. Custodia el efectivo ingresado por la venta de los productos de la empresa
5. Deposita los ingresos recaudado del día anterior antes de las 24 horas de ingreso
6. Lleva el control de la caja chica de la empresa para gastos de menor cuantía
7. Emite los proformas y comprobantes a los clientes
8. Se capacita permanentemente para reconocer los billetes auténticos
9. Reporta directamente al administrador de Cúrcuma Inversiones SAC.
10. Recibir pedidos de los clientes tomando características de él.

4.3 Condiciones laborales

Cúrcuma Inversiones SAC, ha tomado la decisión de considerar las siguientes condiciones laborales:

- Se determinado realizar contrato laborales a todos los trabajadores de la empresa, quienes además gozarán de todos los beneficios laborales.
- Se ha previsto respetar la jornada laboral de 8 horas diarias, con el fin de presentar la calidad de vida de los trabajadores.

- La empresa Cúrcuma Inversiones SAC incluir en el Registro de la micro y pequeña empresa para gozar los beneficios laborales que la ley brinda para el otorgamiento a sus trabajadores
- Se implementarán el protocolo Covid-19, el cual se mantendrá en vigilancia la aplicación en los trabajadores
- La empresa se cogerá al régimen especial de la micro y pequeña empresa para implementar los beneficios que le brinda.

4.4 Régimen tributario.

Cúrcuma Inversiones SAC, se acogerá al Régimen Mype Tributario, por los beneficios que otorga este régimen, ya que fue creado para la micro y pequeña empresa. El pago del impuesto a la renta es del 10% al año, siempre y cuando las utilidades no superen las 15 UIT (unidad impositiva tributaria) y que los ingresos no superen las 150 UIT.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 9

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (sachet)	29,712,284		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	2%
Demanda estimada (sachet)	29,712,284	30,009,407	30,609,595
Participación de mercado (decisión empresa)	2.60%	2.80%	3.00%
Demanda del proyecto (sachet)	772,519	840,263	918,288

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10

Ventas de los productos de la empresa Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	772,519	840,263	918,288
Precio venta - decisión empresarial (soles x sachet)	0.60	0.60	0.63
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta (sachet x unidad)	S/0.60	S/0.63	S/0.68
VENTA TOTAL EMPRESA	S/463,512	S/529,366	S/624,803

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 11

Costo de producción de la empresa Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (sachet)	772,519	840,263	918,288
Costo elaboración (por sachet)	S/0.34	S/0.34	S/0.35
Costo de producción Total	S/262,657	S/288,546	S/324,800

Materia prima	Cantidad	Costo	Total
Curcuma kg	2	S/1.20	S/2.40
Sachet/millar	10	S/0.10	S/1.00
Total costo directo por Kilo			S/3.40
		Cantidad	10
		Costo Unit.	S/0.34

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12**Gastos administrativos de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 1,800
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Cajero/operario	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 5,800	S/. 6,600	S/. 7,400
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneración total mensual	S/. 6,564	S/. 7,469	S/. 8,374
Servicios públicos	S/. 330	S/. 400	S/. 550
Útiles oficina	S/. 255	S/. 425	S/. 400
Servicio contable	S/. 300	S/. 600	S/. 700
Otros	S/. 300	S/. 400	S/. 500
Total mensual	S/. 7,749	S/. 9,294	S/. 10,524
TOTAL ANUAL	S/.92,984	S/.111,528	S/.126,292

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13**Gastos comerciales de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 956.00	S/. 650.00	S/. 500.00
Alquiler local	S/. 600.00	S/. 800.00	S/. 900.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 300.00	S/. 200.00
Otros	S/. 300.00	S/. 350.00	S/. 450.00
Total mensual	S/. 2,256.00	S/. 2,100.00	S/. 2,050.00
TOTAL ANUAL	S/.27,072.00	S/.25,200.00	S/.24,600.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14**Gastos pre operativos de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)**

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Cúrcuma Inversiones SAC

Cuadro 15

Inversión en activos de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

Activo fijo	Valor adquisici	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Horno	S/. 35,000	2	S/. 70,000	5	S/. 14,000
Equipos	S/. 4,200	1	S/. 4,200	5	S/. 840
Motofurgon	S/. 10,000	1	S/. 10,000	5	S/. 2,000
Muebles	S/. 2,400	1	S/. 2,400	5	S/. 480
Total			S/. 86,600		S/. 17,320

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16

Depreciación de los activos de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.86,600	-S/.17,320	-S/.17,320	-S/.17,320	S/.34,640
Amortización activo intangible	S/.1,600	-S/.320	-S/.320	-S/.320	S/.640
Total	S/.88,200	-S/.17,640	-S/.17,640	-S/.17,640	S/.35,280

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17

Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	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

5.2.2 Financiamiento de Cúrcuma Inversiones SAC

Cuadro 18

Programa de endeudamiento de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

Deuda a tomar	S/. 80,000	2.5%	mensual	
34.49% Anual		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	80,000	2,000	1,667	3,667
2	78,333	1,958	1,667	3,625
3	76,667	1,917	1,667	3,583
4	75,000	1,875	1,667	3,542
5	73,333	1,833	1,667	3,500
6	71,667	1,792	1,667	3,458
7	70,000	1,750	1,667	3,417
8	68,333	1,708	1,667	3,375
9	66,667	1,667	1,667	3,333
10	65,000	1,625	1,667	3,292
11	63,333	1,583	1,667	3,250
12	61,667	1,542	1,667	3,208
		21,250	20,000	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	60,000	1,500	1,667	3,167
14	58,333	1,458	1,667	3,125
15	56,667	1,417	1,667	3,083
16	55,000	1,375	1,667	3,042
17	53,333	1,333	1,667	3,000
18	51,667	1,292	1,667	2,958
19	50,000	1,250	1,667	2,917
20	48,333	1,208	1,667	2,875
21	46,667	1,167	1,667	2,833
22	45,000	1,125	1,667	2,792
23	43,333	1,083	1,667	2,750
24	41,667	1,042	1,667	2,708
		15,250	20,000	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	40,000	1,000	1,667	2,667
26	38,333	958	1,667	2,625
27	36,667	917	1,667	2,583
28	35,000	875	1,667	2,542
29	33,333	833	1,667	2,500
30	31,667	792	1,667	2,458
31	30,000	750	1,667	2,417
32	28,333	708	1,667	2,375
33	26,667	667	1,667	2,333
34	25,000	625	1,667	2,292
35	23,333	583	1,667	2,250
36	21,667	542	1,667	2,208
		9,250	20,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19

Capital de trabajo de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.23,176	-S/.659	-S/.954	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.9,013	-S/.1,281	-S/.1,856	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		-S/.21,888	-S/.2,157	-S/.3,021	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.730	S/.72	S/.101	
TOTAL		-S/.30,830	-S/.4,320	-S/.4,776	S/.63,102

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

Cálculo de la tributación de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	10.0%	10.0%	10.0%
Impuesto a la renta	10.00%	10.00%	10.00%
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	4,400	15	66,000

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21**Estado de resultados integrales de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.463,512	S/.529,366	S/.624,803
Costo ventas	-S/.262,657	-S/.288,546	-S/.324,800
Margen Bruto	S/.200,855	S/.240,819	S/.300,003
Gastos administrativos	-S/.92,984	-S/.111,528	-S/.126,292
Depreciación	-S/.17,640	-S/.17,640	-S/.17,640
Gastos comerciales	-S/.27,072	-S/.25,200	-S/.24,600
Margen operativo	S/.63,159	S/.86,451	S/.131,471
Gastos financieros	-S/.21,250	-S/.15,250	-S/.9,250
Margen antes de tributos	S/.41,909	S/.71,201	S/.122,221
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/41,909	S/71,201	S/122,221
Pago impuesto a la renta	-S/.4,191	-S/.7,120	-S/.12,222
Utilidad neta	37,718	64,081	109,999

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.**Cuadro 22****Flujo de caja de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.463,512	S/.529,366	S/.624,803	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.88,200				S/.35,280
Capital de trabajo	-S/.23,176	-S/.30,830	-S/.4,320	-S/.4,776	S/.63,102
Compras		-S/.262,657	-S/.288,546	-S/.324,800	
Gastos administrativos		-S/.92,984	-S/.111,528	-S/.126,292	
Gastos comerciales		-S/.27,072	-S/.25,200	-S/.24,600	
Pago impuestos		-6,316	-8,645	-13,147	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.111,376	S/.43,653	S/.91,126	S/.131,188	S/.98,382
Préstamo recibido	S/.80,000				-S/.20,000
Amortización		-S/.20,000	-S/.20,000	-S/.20,000	
Gastos financieros		-S/.21,250	-S/.15,250	-S/.9,250	
Escudo fiscal		S/.2,125	S/.1,525	S/.925	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.31,376	S/.4,528	S/.57,401	S/.102,863	S/.78,382

FCE	-S/.111,376	S/.43,653	S/.91,126	S/.229,569
FCF	-S/.31,376	S/.4,528	S/.57,401	S/.181,244

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23

Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y B/C de Cúrcuma Inversiones SAC (soles)

VAN Económico	S/.130,567
Tasa de descuento (CAPM)	18.04%
TIR Económica	65%
Indice B/C	2.17

VAN Financiero	95,251
Tasa de descuento (WACC)	27.38%
TIR Financiero	119%
Indice B/C	4.04

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a. El mercado está constituido por las familias quienes utilizan el producto en sus comidas diarias y compran a las bodegas de manera semanal. Está constituido por las personas que viven tanto zona urbana y rural de todos los niveles socio-económicos. En el mercado se encuentran posicionadas marcas nacionales.
- b. Hay diversidad de formas de presentación del producto, pero se determinó empezar para el sachet de 100gr.
- c. En cuanto a la fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, habiéndose identificado a zona de producción permanente de la materia prima y los envases ha de previsto adquirirlos desde la ciudad de Lima. Se ha formulado los procesos en el plan de operaciones, procesos simples, cortos y eficientes.
- d. El plan de recursos humanos, uno de los más importantes, se han determinados condiciones laborales que busquen preservar la calidad de vida de los colaboradores, las funciones asignadas a cada colaborador son claras bien definidas e integradas, que buscan elaborar un producto regional de calidad.
- e. En cuanto al plan económico y financiero muestra los ratios extraídos de los estados financieros, la viabilidad del proyecto, la empresa tiene capacidad para cumplir con sus compromisos desde el primer año y el resto de años.

BIBLIOGRAFÍA:

ACERO, D. L. E. 1979. Principales plantas útiles de la Amazonia Colombiana. Proyecto Radargramétrico del Amazonas. Bogotá Colombia. 263 p.

ALAN, D. J; VASQUEZ, M. R. 1994. Amazonia Ethnobotanical Dictionary. CRC. Boca Raton. USA. p. 82.

CARDENAS RAMIREZ, C. (2013). Valor agregado de especies vegetales de la región, extracción de colorantes y saborizantes. Memoria descriptiva para optar el título profesional .Iquitos-Perú. Facultad de ingeniería en industrias alimentarias. UNAP.

Conexión esam.com. 22 de setiembre del 2016.

Cultivo del macambo Theobroma bicolor. INSTITUTO DE LA AMAZONIA PERUANA

DESROSIER, N, (1999). Elementos de Tecnología de Alimentos. Editorial CECSA –México. Editorial Trillas S.A .industrias alimentarias. UNAP.

Gonzales Coral, A; Torres Reyna G.M., 2010

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe

Organización Mundial de Salud – OMS. 2014. Estadísticas Sanitarias Mundiales. WHO Document Production Services, Geneva, Switzerland. WHO/HIS/HSI/14.1.

Sánchez Díaz, O. Esquema memorable para los clientes.

Sarabia, V. 2016. Rico frío, las frutas y hortalizas congeladas tienen cada vez mayor demanda en el mundo, lo que va de la mano con el crecimiento de nuestros envíos. Revista Exportando.pe, diciembre 2016. Promperu.