



**FACULTAD DE NEGOCIOS
TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO COMERCIALIZACIÓN DE VERDURAS
EN POLVO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021.**

AUTORES:

AQUIJE ELJARRATE, JIMMY AGUSTIN

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

GOMEZ DEL AGUILA, KAREN

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE
EXPANSIÓN DE TERRITORIOS**

IQUITOS – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre, quien me inculcó una buena manera de conseguir los objetivos marcados: esfuerzo, sacrificio y trabajo.

A mi madre, mis hijos y esposa Vanesita que siempre me apoyaron en esta trayectoria de mi carrera profesional

Jimmy Aquije

A mi madre Betty, que me acompaña desde el cielo, a mi hija y esposo por ser el soporte emocional y darme fuerzas para poder culminar esta nueva etapa de mi vida profesional.

Karen Gómez

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar este proceso y obtener uno de los anhelos más deseados, a mi hija por ser mi fuente de motivación para poder superarme cada día más y ser para ella un ejemplo a seguir.

A mi familia, que en todo momento ha estado dándome apoyo y motivándome para su finalización.

A mis queridos profesores y en especial a mi asesora quien me guio para realizar el presente trabajo.

Los autores

ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 196-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 2 de mayo de 2022, se autorizó la sustentación para el día martes 10 de mayo de 2022.

Siendo las 17.00 horas del día 10 de mayo se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN DE VERDURAS EN POLVO CIUDAD DE IQUITOS, 2021

Presentado por:

AQUIJE ELJARRATE JIMMY AGUSTIN

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

GOMEZ DEL AGUILA KAREN

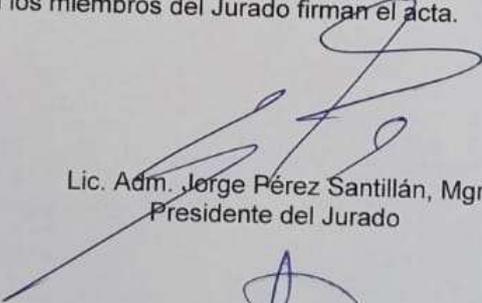
Para optar el título profesional de Contador Público

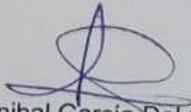
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 18.30 horas culminó el acto público.

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


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr
Presidente del Jurado


CPC. Carlos Anibal García Del Castillo, Mgr.
Miembro del Jurado


Econ. Juan Pablo Lazo Jimenez, Mgr.
Miembro del Jurado

Iquitos - Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto - Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compañon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

**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 COMERCIALIZACIÓN DE VERDURAS EN POLVO, CIUDAD
DE IQUITOS, 2021"**

De los alumnos: **AQUIJE ELJARRATE JIMMY AGUSTIN Y GOMEZ DEL AGUILA
KAREN**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el
Software Antiplagio, con un porcentaje de **5% de plagio**.

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

San Juan, 24 de Diciembre del 2021.



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

CIRA/r/a
372-2021

Document Information

Analyzed document	ucp_2021_programaacadémico_TSP_Jimmy Aquije y Karen Gomez_Administracion_Contabilidad_V1.pdf (D122925733)
Submitted	2021-12-17T16:14:00.0000000
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	5%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf</p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf (D110881565)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Victor Diaz y Gaudencio Quiroz_Administracion_Contabilidad_V1.pdf</p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Victor Diaz y Gaudencio Quiroz_Administracion_Contabilidad_V1.pdf (D111430288)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		2
SA	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_Administración_TPS_KatherinMeléndezySusettyVela_V1.pdf</p> <p>Document ucp_2021_Administración_TPS_KatherinMeléndezySusettyVela_V1.pdf (D107252258)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		3
SA	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_negocios_TSP_LilaCastillo_V1.pdf</p> <p>Document ucp_2021_negocios_TSP_LilaCastillo_V1.pdf (D110245467)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VII
Índice de Tablas.....	IX
Índice de figuras.....	XI
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.....	07
2.3 Oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	14
2.4.1 El producto.....	14
2.4.2 El precio.....	19
2.4.3 La promoción.....	20
2.4.4 La cadena de distribución.....	22

III.	PLAN DE OPERACIONES	23
	3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento	23
	3.2 El proceso de aprovisionamiento.....	24
	3.3 El proceso de producción	25
IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	31
	4.1 La organización de Jimka Inversiones SRL, 2021	31
	4.2 Puestos, funciones... ..	31
	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.....	34
	5.2 Estudio financiero	36
	5.2.1 Inversiones de Jimka Inversiones SRL, 2021	36
	5.2.2 Financiamiento de Inversiones.....	37
	5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	40
	CONCLUSIONES	41
	BIBLIOGRAFÍA.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones, año 2021	04
Tabla N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021	09
Tabla N° 03 Mercado por zona de residencia, año 2021	09
Tabla N° 04 Mercado por edades, año 2021	10
Tabla N° 05 Mercado por condición socio económico, año 2021.....	10
Tabla N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos,2021	10
Tabla N° 07 Consumo per cápita anual de hortalizas, por ámbito geográfico (kg/persona), Perú, año ,2019	11
Tabla N° 08 Negocios con giros similares a Jimka Inversiones SRL, ciudad de Iquitos, año 202	12
Tabla N° 09 Productos a comercializar, ciudad de Iquitos.....	14
Tabla N° 10 Precio de los productos de Jimka Inversiones SRL	19
Tabla N° 11 Costo de producción.....	27
Tabla N° 12 Demanda del negocio a desarrollar, año 2021	34
Tabla N° 13 Ventas de los productos de Jimka inversiones SRL.....	34
Tabla N° 14 Costo de ventas de (soles)	34
Tabla N°15 Gastos administrativos de Jimka Inversiones SRL, 2021 (soles).....	35
Tabla N° 16 Gastos comerciales de Jimka Inversiones SRL (soles)	35
Tabla N° 17 Gastos pre operativo de Jimka Inversiones SRL (soles)	35

Tabla N° 18 Inversión en activos de Jimka Inversiones SRL (soles).....	36
Tabla N° 19 Depreciación de los Activos de Jimka Inversiones SRL (soles).....	36
Tabla N° 20 Costo laboral (%)	36
Tabla N° 21 Programa de endeudamiento de Jimka Inversiones SRL (soles).....	37
Tabla N° 22 Capital de trabajo de Jimka Inversiones SRL (soles).....	38
Tabla N° 23 Cálculo de la tributación de Jimka Inversiones.....	38
Tabla N° 24 Estado de resultados integrales de Inversiones (soles)	39
Tabla N° 25 Estado de situación financiera de Inversiones (soles)	39
Tabla N° 26 Estado de flujo de caja de Jimka Inversiones SRL (soles)...	40
Tabla N° 27 VAN, TIR, Y B/C Jimka Inversiones SRL (soles).....	40

ÍNDICE DE FIURAS

Figura N° 01 Macro y microlocalización de la empresa Inversiones Jimka, SRL, 2021	03
Figura N° 02 Una persona preparando alimento	07
Figura N° 03 Productos de A granel Market, ajo en polvo	13
Figura N° 04 Ajo en polvo marca Badía	13
Figura N° 05 Ajo en polvo	15
Figura N° 06 Cebolla en polvo	15
Figura N° 07 Ají charapita en polvo	16
Figura N° 08 Jengibre en polvo	16
Figura N° 09 Culantro en polvo	17
Figura N° 10 Cúrcuma en polvo	17
Figura N° 11 Orégano cubano en polvo	18
Figura N° 12 Logo de Jimka inversiones SRL,2021.....	19
Figura N° 13 Polo con el logo de Jimka Inversiones, SRO, 2021	20
Figura N° 14 Toma todo con logo de Jimka Inversiones, SRL, 2021	21
Figura N° 15 Fan Page de Jimka Inversiones SRL, 2021.....	21
Figura N° 16 La cadena de distribución de Jimka Inversiones SRL, 2021	22
Figura N° 17 Proceso de aprovisionamiento de Jimka Inversiones SRL...	24
Figura N° 18 Proceso de producción de Jimka Inversiones SRL, 2021	25
Figura N° 19 Deshidratador Industrial.....	27
Figura N° 20 Licuadora industrial volcable	29
Figura N° 21 Tamiz.....	30

Figura N° 22 Trimovil para el servicio de delivery... ..	30
Figura N° 23 Estructura organizacional de Jimka Inversiones SRL, 2021	31

RESUMEN

Plan de negocio comercialización de verduras en polvo, ciudad de Iquitos, 2021

Jimmy, Aquije-Eljarrate
Karen, Gómez-Del Águila

La presente investigación se encuentra en el rubro manufactura, elaboración y comercialización de verduras en polvo elaborados de manera artesanal y sin el uso de ningún elemento químico que atente con la salud.

Se ha determinado en la investigación realizada la satisfacción de diversas necesidades de los clientes, dentro de ellas, la necesidad de alimentación, cuidar la salud, preparar un plato con insumos naturales, dar sabor.

En el aspecto organizacional se contará con una organización de microempresa. El personal estará capacitado para cumplir sus funciones de forma eficiente. En el aspecto técnico se ha determinado las fuentes de aprovisionamiento y tecnología de maquinaria para procesarlo.

El estudio económico y financiero arroja un Valor Actual Neto económico (VAN) de S/. 232,009 y un Valor Actual Neto Financiero de S/.201,074. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 90% y la Tasa Interna de Retorno Financiera es de 153%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.07 y el Índice Beneficio Costo Financiero es de S/.5.79.; toda esta información expresa la viabilidad del negocio.

Palabras claves: plan de negocio, verdura en polvo, gramos.

SUMMARY

Business plan for the marketing of powdered vegetables, city of Iquitos, 2021

Jimmy, Aquije-Eljarrate
Karen, Gómez-Del Águila

The present investigation is in the manufacturing, elaboration and commercialization of powdered vegetables elaborated in an artisanal way and without the use of any chemical element that threatens health.

It has been determined in the research carried out the satisfaction of various customer needs, within them, the need for food, health care, preparing a dish with natural ingredients, flavoring.

In the organizational aspect, there will be a microenterprise organization. Staff will be trained to perform their duties efficiently. In the technical aspect, the sources of supply and machinery technology to process it have been determined.

The economic and financial study shows an economic Net Present Value (VAN) of S/. 232,009 and a Financial Net Present Value of S/.201,074. The economic Internal Rate of Return (IRR) is 90% and the Financial Internal Rate of Return is 153%. The economic cost benefit index is S/.3.07 and the Financial Cost Benefit Index is S/.5.79.; all this information expresses the viability of the business.

Keywords: business plan, powdered vegetables, grams.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: verduras en polvo Jimka

Razón social: Jimka Inversiones SRL

Sector de la actividad: comercialización de verduras en polvo

Localización: calle Atahualpa N° 1311, ciudad de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: manufactura

Figura 01

Macro y microlocalización de la empresa Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: .google.com

1.2 Actividad empresarial

A continuación se detalla la clasificación industrial universal uniforme-CIIU, correspondiente al giro que desarrollará la empresa

Tabla 1
Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Jimka Inversiones SRL,
2021

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

Fuente: INEI – CIIU

1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de alimentación de las personas; también la necesidad de preparar una variedad de platos alimenticios. Además, satisfacer la necesidad de cuidar la salud, ya sea para mantener una buena salud y/o el aspecto estético.

Los segmentos a los cuales comprenden a las personas jóvenes y adultos, restaurantes, vivanderas, snack, y otros negocios dedicados a la venta de alimentos, referente a las familias. Los jóvenes por un factor de conocer nuevos productos, nuevos sabores, por cuidar la estética personal. Los adultos, porque desean cuidar su salud y las personas mayores por mantener sus gustos y también por cuidar su salud.

Otros negocios que preparan sus alimentos diarios y necesitan estos insumos.

La oferta consiste en la elaboración y comercialización de verduras en polvo, verduras de las tres regiones del Perú. Serán seleccionadas

previamente para asegurar un producto de calidad. Se contarán con distintas presentaciones desde 60gr, 80gr. y 100gr. Se aceptarán todos los medios de pagos. Se contará con el servicio delivery.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

A través del presente proyecto se busca satisfacer las siguientes necesidades:

a) Necesidad de alimentación:

Para todas las personas la alimentación con plantas diversas cumple un papel fundamental y que radica en poder cumplir las necesidades nutricionales que requiere el cuerpo para funcionar correctamente y de esa manera se cuenta con un buen estado de salud. Las personas hasta con el solo andar consumen energía, la que debe reponerse todos los días.

La salud y la enfermedad no son acontecimientos que ocurran exclusivamente en el espacio privado de nuestra vida personal. La calidad de la vida, el cuidado y la promoción de la salud, la prevención, la rehabilitación, los problemas de salud, y la muerte misma, acontecen en el denso tejido social y ecológico en el que transcurre la historia personal” (Costa, M. y López, E., 2006)

-

b) Necesidad de cuidar la salud:

Una alimentación sana consiste en incorporar una gran variedad de alimentos a nuestra dieta diaria, puesto que no existe ningún alimento que reúna todos los nutrientes esenciales para nuestro organismo y para tal es necesario balancear nuestra alimentación que permitan mantener un buen estado de salud.

c) Necesidad de preparar un plato con insumos naturales:

Existe una tendencia en el mundo por la alimentación saludable, con productos naturales, y que en la elaboración no se han incluido compuestos químicos que puedan afectar la salud de las personas y que por el contrario aportan beneficios que eviten las enfermedades.

d) Necesidad de dar sabor :

Dada que la alimentación es una necesidad básica de elaboración diaria es necesario contar con insumos que no solo sean naturales, sino también, den un sabor agradable a los preparados, satisfaciendo los paladares de todos los consumidores que usan insumos naturales.

Figura 2

Una persona preparando alimento



Fuente: [google.com/search?q=preparando+alimentos+saludables](https://www.google.com/search?q=preparando+alimentos+saludables)

2.2 Demanda actual y tendencias

La tendencia por los productos naturales ya está bien establecida en Europa y América del Norte, no es de extrañar que también se despierte en el Perú y particularmente en la Amazonia que alberga muchos de los recursos naturales del continente, por ejemplo, las frutas tropicales y las verduras. Al mismo tiempo, considerando el impacto de Covid-19, los productos naturales deben ser asequibles para el consumidor objetivo.

Los sabores de frutas y verduras, especialmente de la familia de los cítricos, son diversos y agradables al paladar, como la lima, tila, pomelo y naranja, entre otros.

Para las salsas y aderezos en América Latina, se puede correlacionar un factor emocional, ya que es alto grado de las principales razones que tiene los clientes para comprar sus ingredientes 100% naturales.

Symrise (2020), señala que los consumidores latinoamericanos buscan excelentes experiencias de sabor y están influenciados positivamente para aceptar un producto por el uso explícito de palabras como “natural”, “orgánico” y “fresco”. Los consumidores han comenzado a rechazar ingredientes con nombres científicos o que suenan artificiales y prefieren métodos de preparación común y familiar.

Cada vez más consumidores de la región buscan productos naturales que se adapten a las dietas especializadas. El estudio encontró que entre el 43 y el 49 % de los consumidores:

- a. Tienen una mentalidad consciente de la salud.
- b. Buscan alimentos orgánicos y naturales.
- c. Siguen una dieta vegana, vegetariana o paleo.
- d. Evitan la carne y consumo de lácteos.

En la región el concepto de naturalidad se asocia con:

- a) Una combinación de factores basados en beneficios para la salud
- b) Menor o ningún procesamiento,
- c) Bajo contenido de sal y sodio,
- d) Sin aditivos ni saborizantes artificiales,
- e) Sostenibilidad, transparencia y autenticidad de las fuentes

La facilidad de la demanda y uso de los ingredientes son factores importantes, ya que los consumidores responden favorablemente a los productos con métodos de preparación en diversas circunstancias.

Para la elaboración de las proyecciones tanto de la demanda como de la oferta se ha valido de información del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, con dicha información se ha procedido a construir los Figuras.

Tabla 2

Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021

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

Tabla 3

Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2021

	urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2021)	98.00%	134,824
Distrito Punchana (al 2021)	92.00%	91,736
Distrito Belen (al 2021)	88.00%	68,421
Distrito San Juan Bautista (al 2021)	85.00%	173,570
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2021)		468,551

Fuente: INEI

Tabla 4**Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2021**

	25 a 39 años	40 a 64 años	65 años a más	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	6.11%	56.46%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	3.98%	50.56%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	4.54%	50.41%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	3.63%	49.15%
Población por edades, ciudad Iquitos (2021)	114,066	106,946	21,301	242,313

Fuente: INEI

Tabla 5**Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2021**

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	34,166
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	37,316
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad	29.5%	71,482

Fuente: INEI

Tabla 6**Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2021**

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		14,203
Consumo del producto (bolsa por día/familia)		0.250
Consumo del producto (bolsa por mes/familia)	30	7.5
Consumo del producto (bolsa por año/familia)	12	90
Consumo del producto ciudad Iquitos (bolsa)		1,278,254

Fuente: INEI

La demanda total proyectada fue calculada de acuerdo al consumo diario de verduras en polvo por familia, tanto por consumo diario, al mes y al año. El que multiplicado por el número de viviendas arroja la proyección anual en kilos, que para temas de cálculo se ha considerado en toneladas

Las hortalizas ocupan un lugar importante dentro de la alimentación diaria del peruano por su gran contenido de vitaminas y minerales, como potasio, calcio, magnesio, cloro, hierro, cobre y yodo, entre otros.

La hortaliza más consumida es la cebolla con 11 kilos al año o 900 gramos al mes y su consumo es diferencial, según el ámbito geográfico, así, por área de residencia, el consumo promedio pre cápita de la cebolla es mayor en el área urbana con 1 kilo 400 gramos más que en el área rural donde el consumo promedio per cápita es menor de 9 kilos 900 gramos al año. Por región rural, la costa tiene un consumo de 11 kilos 800 gramos al año, cifra superior en 1.5 veces con respecto a la selva, donde el consumo promedio per cápita es menor con 7 kilos 900 gramos al año.

Tabla 7
Consumo promedio per cápita anual de hortalizas, por ámbito geográfico,
según principales tipos de hortalizas.
(kg/persona), Perú, año 2019

Principales tipos de hortaliza	Total	Lima Metropolitana 1/	Resto País	Área		Región natural		
				Urbana	Rural	Costa	Sierra	Selva
Aji entero (Kg.)	0,8	0,9	0,7	0,8	0,5	0,9	0,7	0,4
Ajo entero (cabeza) (Kg.)	0,9	0,7	1,1	0,8	1,3	0,8	1,0	1,5
Apio (Kg.)	1,1	1,2	1,1	1,1	0,9	0,9	1,6	0,5
Calabaza (chiclayo, lacayote) (Kg.)	0,7	0,1	0,9	0,5	1,2	0,1	1,9	0,1
Cebolla (Kg.)	11,0	12,2	10,4	11,3	9,9	11,8	10,8	7,9
Choclo (Kg.)	3,3	3,2	3,3	2,8	4,8	2,8	5,0	1,1
Coles (Kg.)	2,2	2,0	2,3	2,1	2,6	1,9	2,9	1,9
Lechuga (Kg.)	1,5	1,9	1,3	1,7	0,8	1,6	1,7	0,6
Tomate (Kg.)	6,8	6,7	6,9	7,1	5,8	6,8	7,1	6,3
Zanahoria (Kg.)	6,9	6,6	7,0	6,9	6,9	5,8	9,9	3,7
Zapallo (Kg.)	3,3	3,6	3,2	3,6	2,5	3,4	4,2	0,7

1/ Incluye Provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao.

Fuente: INEI

Tomado de: www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1028

2.2 Oferta competitiva

En el mercado nacional se han encontrado gran cantidad de empresas dedicadas la elaboración de verduras en polvo, las que comercializan sus productos en distintas presentaciones y en distintos tipos de envases, todas con promociones y ofertas.

En el mercado local, básicamente en la ciudad de Iquitos no se ha encontrado empresas o personas dedicada a la elaboración de verduras en polvo; y los centros comerciales tienen productos abastecidas desde la ciudad de Lima.

La tendencia de la oferta de productos de las verduras deshidratadas en polvo es cada vez mayor, más en tiempos de pandemia, donde el consumo de estos productos se ha incrementado, como también, la empresa productoras.

Tabla 8
Negocios con giros similares a Jimka Inversiones SRL, ciudad de Iquitos, 2021 (Soles)

Detalle	Unidad de medida	Negocios similares		
		Granel Market	Verdura en polvo Badia	Vivele
Ajos en polvo 80gr	unidad	S/12.00	S/14.00	S/10.00

Fuente: elaboración propia

Se puede apreciar productos similares con presencia y cobertura en el mercado nacional, cabe mencionar que está presencia en el mercado regional es escasa.

Se ha encontrado tres marcas posicionadas en el mercado local, dentro de ellas tenemos A Granel Market, Badia y Vivele. Además, cuenta con distintas presentaciones y varios tipos de productos. Los que son encontrados en los supermercados mayormente.

Figura 3
Productos de A granel Market, ajo en polvo,
en centro comercial de la ciudad de Iquitos



Fuente: <https://www.facebook.com/AGranelMarketCR/posts/2>

Figura 4
Ajo en polvo marca Badía



Fuente: [google.com/search?q=verduras+en+polvo+badia&rl](https://www.google.com/search?q=verduras+en+polvo+badia&rl)

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará la elaboración y comercialización de ingredientes de verduras en polvo, verduras de las tres regiones del Perú. Serán seleccionadas previamente para asegurar un producto de calidad. Se contarán con distintas presentaciones desde 60gr y 80gr. y otros. Se aceptarán todos los medios de pagos. Se contará con servicio delivery. El envase que se usará será biodegradable.

a) Categorías de productos.

Se va contar con los siguientes sabores y presentaciones:

Tabla 9

Productos a comercializar, ciudad de Iquitos

Producto	Unidad de medida	Contenido
<u>Ajo en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Cebolla en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Ají charapita en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Jengibre en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Culantro en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Cúrcuma en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Oregano regional en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Ají miraso el polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Sacha culantro en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Aji panca en polvo</u>	Frasco	80/100g
<u>Pimienta en polvo</u>	Frasco	80/100g

Fuente: elaboración propia

Figura 5

Ajo en polvo



Fuente: [google.com/search?q=ajo+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE897PE8](https://www.google.com/search?q=ajo+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE897PE8)

Figura 6

Cebolla en polvo



Fuente: [google.com/search?q=cebolla+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE897PE898&sxsrf](https://www.google.com/search?q=cebolla+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE897PE898&sxsrf)

Figura 7

Ají charapita en polvo



Fuente: [google.com/search?q=aji%20charapita&tbn=isch&tbs=ic:trans&rlz=1C1CHB](https://www.google.com/search?q=aji%20charapita&tbn=isch&tbs=ic:trans&rlz=1C1CHB)

Figura 8

Jengibre en polvo



Fuente: <https://granelmarket.pe/producto/jengibre/>

Figura 9

Culantro en polvo



Fuente: [google.com/search?q=cilantro+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE89](https://www.google.com/search?q=cilantro+en+polvo&rlz=1C1CHBF_esPE89)

Figura 10

Cúrcuma en polvo



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

Figura 11

Orégano cubano en polvo



Fuente: [google.com/search?q=oregano+cubano+en+polvo&rlz=1C1CHB](https://www.google.com/search?q=oregano+cubano+en+polvo&rlz=1C1CHB)

b) La marca

Jimka inversiones ha diseñado su logo de una forma simple, lo que se busca es distinguirse de la competencia, un logo que impacte en los consumidores y quede sellado en la mente de cada uno y que además, de identificar se a de fácil recordación. El mismo que debe contribuir al posicionamiento de la empresa.

Figura 12

Logo de Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

El logo creado por la empresa es un grupo de verduras con la palabra verduras en polvo, debajo la razón social de la empresa. Existe una combinación de colores que hacen atractivo al logo.

2.4.2 El precio

La estrategia de precio que se ha considerado la empresa en el presente proyecto es la de ganar la mayor cuota de mercado con precios accesibles.

Tabla 10

Precio de los productos de Jimka Inversiones SRL, 2021

Detalle	Unidad de medida	Precio
Ajos en polvo x 80gr	unidad	S/10.00
Cebolla en polvo x 80gr	unidad	S/10.00

Fuente: elaboración propia

EL precio está considerado como una parte importante de la empresa, por la relación directa que presenta con el costo de ventas y con el beneficio final que presenta el ejercicio del negocio.

2.4.3 La promoción.

El concepto de promoción en los negocios, fue introducido por Jerome McCarthy, quien manifiesta que la promoción consiste en transmitir información al vendedor, consumidores y clientes potenciales y otros miembros del canal, con la finalidad de influir en sus actitudes y en sus comportamientos.

Para tal fin la empresa contará con merchandising que le permitan realizar sus actividades promocionales, como las activaciones, publicidad en radio y televisión, considerando aquellas de mayor audiencia en la ciudad de Iquitos, con spot que no superen los 20 segundos.

Figura 13

Polo con el logo de Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 14

Toma todo con el logo Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 15

Fan page de Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

La cadena de distribución considerada por la empresa Jimka Inversiones SRL, en esta etapa del proyecto será directa, es decir no se ha considerado contar con intermediarios para este proceso.

Se contará con un local comercial ubicado en la calle Atahualpa Nro. 1311, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. Zona urbana de la ciudad de Iquitos, de donde partirá el servicio delivery.

Figura 16

La cadena de distribución de Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

El estudio de la fuente de aprovisionamiento ha determinado que la fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, lugar donde se ha encontrado los proveedores de las verduras de la región y de la costa y sierra.

En cuanto a las verduras de la región, como política de la empresa se ha determinada la compra a los agricultores de la zona, como primera prioridad. En la carretera Iquitos- Nauta, zona del Milagro se ha determinado agricultores dedicados a la siembra de culantro, jengibre y cúrcuma.

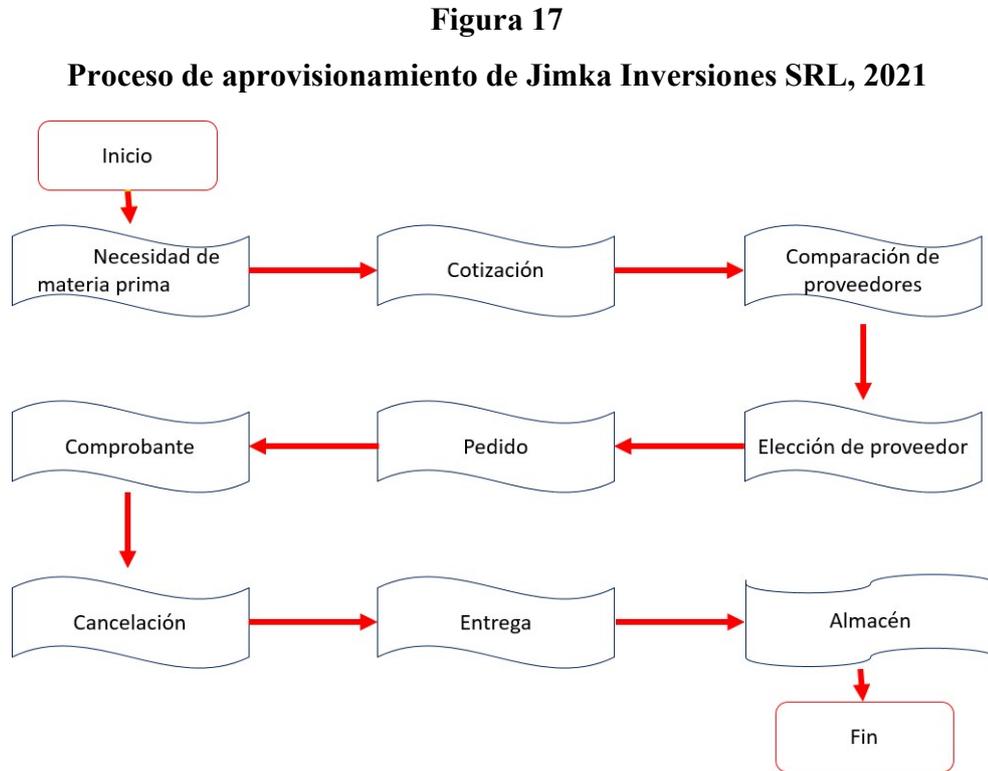
En cuanto a los tubérculos que llegan desde la costa y sierra, se ha determinado a los comerciantes mayoristas, quienes compran directamente del productor, como es el caso del ajo y de la cebolla, que llega a la ciudad de Iquitos, desde la provincia de Pedregal de la ciudad de Arequipa.

Dentro los proveedores se encontrado lo siguiente:

- | | | |
|--------------------------------------|----------|----------------|
| • Mercado Belén | Verduras | Distrito Belén |
| • Nancy Luz S.R.L. | Verduras | Distrito Belén |
| • Don Ezequiel EIRL | Verduras | Distrito Belén |
| • Frutería y verdulería “El valle” | Verduras | Distrito Belén |
| • Frutería y verdulería “La paisana” | Verduras | Distrito Belén |

3.2 El proceso de aprovisionamiento

En este proceso se ha considerado los siguientes pasos:



Fuente: elaboración propia

El primer paso del proceso de aprovisionamiento es determinar la necesidad de cada área, para el caso del área de producción determinar la necesidad de materia prima; el siguiente paso es la cotización de todos los bienes y servicios que va necesitar la empresa para producir.

Seguidamente se da la comparación de los proveedores de acuerdo a las cotizaciones realizadas, para luego elegir aquellos que nos muestre condiciones favorables para la empresa. Seguidamente se realiza el pedido, con los proveedores elegidos.

El siguiente paso es solicitar el comprobante de pago y a la vez realizar la cancelación del pedido, en el monto determinado. Luego se programa la entrega, la que tiene que ser contada, verificada, medida y finalmente ingresar al almacén.

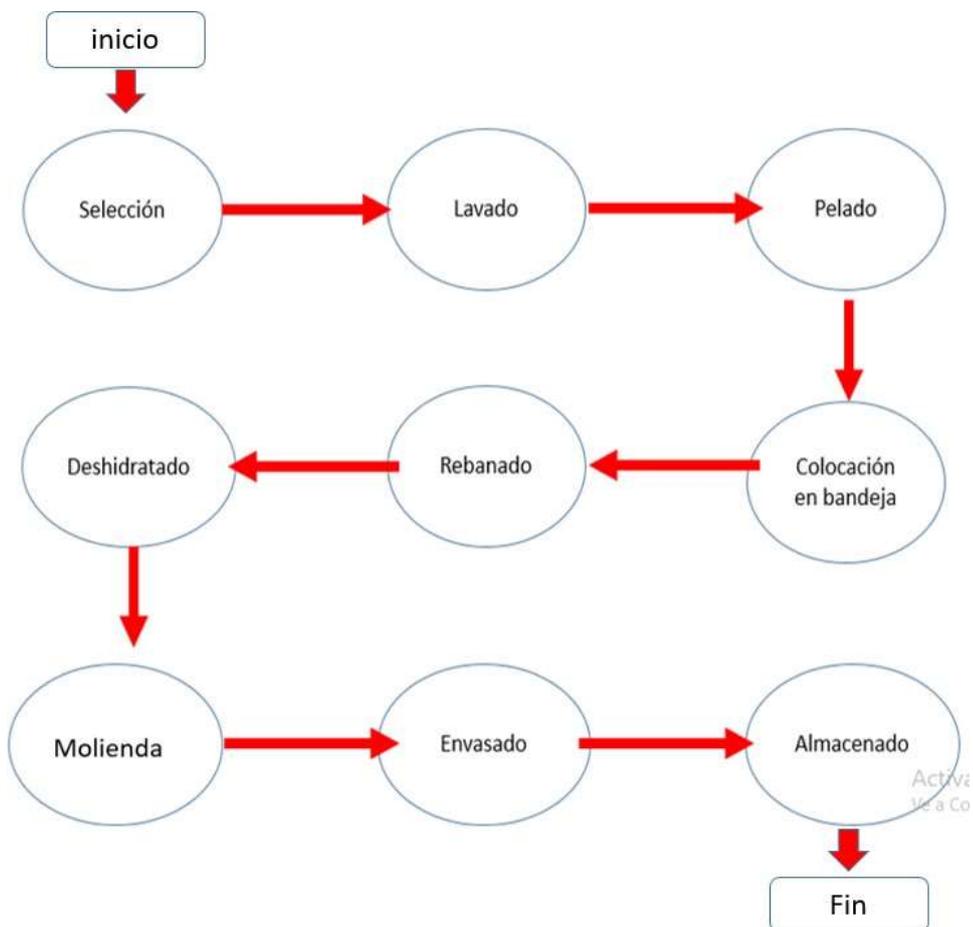
3.3 El proceso de producción

La finalidad del este proceso es elaborar un producto de calidad que supere las expectativas de los clientes, por lo que se elabora pensando en las necesidades.

Para el proceso de producción se ha establecido los siguientes pasos:

Figura 18

Proceso de producción de Jimka Inversiones SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

El proceso de producción:

1. Selección:

El primer paso es la selección de la materia prima, es de importante prioridad trabaja sólo con la materia prima que se encuentren en buen, se debe descartar todas aquellas que presenten grietas oscuras, las que se encuentre empezando el proceso de descomposición.

2. Lavado:

Seguidamente es necesario lavar las verduras, con el fin de limpiarlas y quitar el polvo o impurezas que pudo contener.

3. Pelado:

De ser necesario se procede a quitar la primera capa con el fin de quedarse solo con la pulpa, la que debe ser aprovechada

4. Colocación en bandeja:

Como paso siguiente se coloca en bandejas

5. Rebanado:

El rebanado el paso con el fin de dejar en pequeños trozos finos que permitan un excelente deshidratado

6. Deshidratado:

Este paso consiste en ingresar la verdura a la deshidratadora por un tiempo determinado que va depender del tipo de verdura a deshidratar.

7. Molienda:

La molienda se debe realizar en la licuadora industrial en las revoluciones indicadas que va depender del tipo de verdura, para luego ser tamizada.

8. Envasado:

El envasado de va dar de acuerdo a las presentaciones elegidas ya sea de 80 o 100 gramos.

9. Almacenado::

Finalmente de ingresa al almacén con todos los datos detallados que permitan el control y seguimiento de la producción.

Tabla 11
Costo de producción

Detalle	Cantidad	Costo	Total
Ajos kg	1	S/ 17.50	S/ 17.50
Botella	5	S/ 1.80	S/ 9.00
Sticker	5	S/ 0.50	S/ 2.50
		TOTAL	S/ 29.00
		Unidades x 80 gramos	5
		Costo x unidad	S/ 5.80
		Precio de venta	S/ 10.00

Fuente: elaboración propia

Figura 19
Deshidratadora industrial



Fuente: boxa.com.pe/produccion-de-alimentos/deshidratador-de-alimentos-1500

Ficha técnica:

Marca: Boxa

Modelo: DH-16V

Producción: según manual de uso y tipo de alimento

Fabricación estructura: acero inoxidable sus201

Numero de bandejas: 10 unidades de acero inoxidable 304

Tipo de secado: horizontal por aire forzado

Bandeja separadora: 01 nivel

Separación entre bandejas: 40mm

Separación entre rejillas: 6mm

Regulador de temperatura: 30°C – 90°C (se gradúa de 5°C en 5°C)

Programación de tiempo: 24 horas (programación de 30 en 30 minutos)

Tablero de control: touch

Nivel de ruido en funcionamiento: 55-60 decibelios

Medida de rejilla: 400x380mm

Superficie total de deshidratación: 24,320cm²

Peso máximo promedio de bandeja: hasta 2k de alimento deshidratado

Doble capa protectora al rededor, para evitar pérdida de calor

Voltaje: 220v- monofásico

Frecuencia: 60hz

Potencia: 15400 watts (consumo de energía: 600w por hora)

Amperaje: 7.2^a

Numero de ventiladores: 02 unidades

Numero de resistencia: 02unidades

Timer de control programable: 0 - 30 minutos

Numero de puertas: 01 con visor de vidrio templado

Encendido de resistencia: sólo con cámara

Largo promedio de cable poder: 140cm

Número de patas: 04 patas onduladas

Peso neto aproximado: 21kg

Peso bruto aproximado: 24kg

Dimensiones: 620 x 510 x 620mm

Dimensiones aproximada del empaque: 660 x 540 x 660mm

Descripción:

Sistema de calefacción eficiente

Fácil de operar

Bandeja de secado 16 bandejas

Estructura eficiente

Funcionamiento de panel eficiente led

Figura 20

Licuada industrial volcable



Fuente: [google.com/search?q=licuadora+industrial&rlz=1C1CHBF_esPE897PE898&](https://www.google.com/search?q=licuadora+industrial&rlz=1C1CHBF_esPE897PE898&)

Figura 21
Tamiz



Fuente: <http://nelsoncobba.blogspot.com/2008/04/tamizado.html>

Figura 22
Trimovil para el servicio delivery



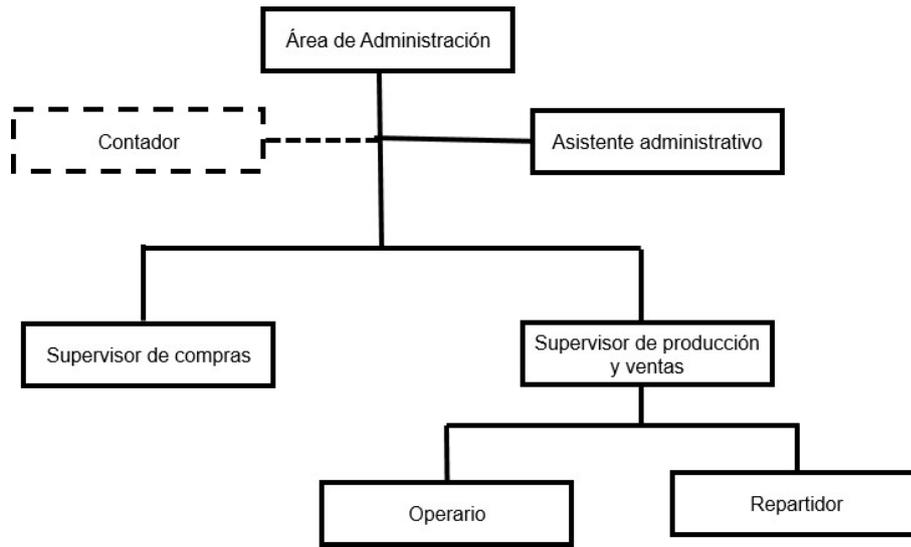
Fuente: [google.com/search?q=trimovil+para+carga+color+azul&rlz=1C1CHB](https://www.google.com/search?q=trimovil+para+carga+color+azul&rlz=1C1CHB)

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional

Figura 23

Estructura organizacional de Jimka Inversiones SRL, año 2021



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador

Funciones:

1. Planificar los objetivos y metas de Jimka inversiones en el corto y mediano plazo.
2. Elaborar el presupuesto global de la empresa consolidado con las demás áreas.
3. Realizar el seguimiento del cumplimiento de la meta de las distintas áreas de la empresa.
4. Organizar las funciones de cada área de la empresa
5. Dirigir las actividades de todas las áreas
6. Gestiona, con las distintas entidades financieras el financiamiento para la empresa

7. Controla el proceso de avance de las metas y objetivos
8. Contrala la asistencia de los colaboradores
9. Controla el desarrollo de actividades de las áreas de la empresa.

b) Puesto: Supervisor de compras

Tareas:

1. Planifica, el abastecimiento de bienes y servicios para el funcionamiento de la empresa.
2. Elaborar y mantener actualizado la lista de proveedores
3. Realizar las cotizaciones con el fin de elegir el proveedor que convenga a la empresa.
4. Controlar el correcto uso de los activos de la empresa
5. Responsable de la cotización de los bienes y servicios
6. Reporta al administrador
7. Lleva control del almacén
8. Mantener cantidad mínima de inventario

c) Puesto: Producción y ventas

Tareas:

1. Planificar las producción de la empresa
2. Planificar políticas de bio seguridad de las áreas de la empresa
3. Diseña las políticas de ventas y producción
4. Controlar en forma diaria la producción y ventas de la empresa
5. Coordina con el área de ventas
6. Asegura el cumplimiento de cuota de ventas
7. Eleva a administración el plan de marketing a la gerencia
8. Reportar directamente al administrador de Jimka Inversiones SRL

4.3 Condiciones laborales

Inversiones Jimka SRL, contará con trabajadores a tiempo completo, el primer contrato tendrá una duración de 3 meses, como periodo de prueba.

De acuerdo a l desempeño y logro de sus funciones, se ampliara por 6 meses. El horario de atención será de lunes a sábado, con un máximo de ocho horas laborales.

Previamente la empresa se acogerá al régimen especial laboral que otorga la Ley de Micro y Pequeña empresa, previamente se inscribirá en la Remype. Sólo en el caso del contador será cancelado por servicios por honorarios.

4.4 Régimen tributario.

Jimka Inversiones SRL, se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada y se acogerá al régimen Mype tributarios, por los beneficios que otorga. El pago del impuesto a la renta es de 10%, siempre y cuando las utilidades antes de impuestos no superen las 15 UIT(unidades impositivas tributarias).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Tabla 12

Demanda de negocio a desarrollar, año 2021

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (bolsa)	1,278,254		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (bolsa)	1,278,254	1,291,036	1,303,947
Participación de mercado (decisión empresa)	4.00%	4.50%	5.00%
Demanda del proyecto (bolsa)	51,130	58,097	65,197

Fuente: elaboración propia

Tabla 13

Ventas de los productos de la empresa Jimka Inversiones SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (bolsa)	51,130	58,097	65,197
Precio venta (bolsa)	10.00	10.00	10.77
Tendencia del precio en el mercado	0%	8%	8%
Precio de venta (soles xsoles)	S/.10.00	S/.10.77	S/.11.60
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.511,301	S/.625,701	S/.756,243

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Tabla 14

Costo de ventas de la empresa Jimka Inversiones SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	51,130	58,097	65,197
Costo del servicio (bolsa)	S/5.80	S/5.82	S/5.83
Costo de producción	S/296,555	S/337,971	S/380,417

Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Gastos administrativos de Jimka Inversiones SRL (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 1,800
Asistente administrativo	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,400
Supervisor:compras/producción	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,500
Operario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 5,930	S/. 6,800	S/. 7,300
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneracion total mensual	S/. 6,711	S/. 7,695	S/. 8,261
Servicios públicos	S/. 650	S/. 700	S/. 720
Utiles oficina	S/. 200	S/. 222	S/. 225
Servicio contable	S/. 350	S/. 400	S/. 450
Otros: Gas	S/. 450	S/. 500	S/. 555
Total mensual	S/. 8,361	S/. 9,517	S/. 10,211
TOTAL ANUAL	S/.100,329	S/.114,208	S/.122,534

Fuente: elaboración propia

Tabla 16

Gastos comerciales de Jimka Inversiones SRL (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 300.00	S/. 360.00	S/. 400.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 450.00	S/. 480.00
Otros	S/. 315.00	S/. 325.00	S/. 350.00
Total mensual	S/. 1,015.00	S/. 1,135.00	S/. 1,230.00
TOTAL ANUAL	S/.12,180.00	S/.13,620.00	S/.14,760.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 17

Gastos pre operativos de Jimka Inversiones SRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 855.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos	S/. 5,000.00			
Total	S/. 7,055.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones en activos

Tabla 18
Inversión en activos de Jimka Inversiones SRL (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	S/. 0	S/. 0		S/. 0
Deshidratador	S/. 12,000	3	S/. 36,000	10	S/. 3,600
Licuada industrial	S/. 1,200	2	S/. 2,400	10	S/. 240
Motofurgon	S/. 15,000	1	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Computadora	S/. 2,000	1	S/. 2,000	4	S/. 500
Impresora Epson	S/. 950	1	S/. 950	4	S/. 238
Utencilios	S/. 250	1	S/. 250	10	S/. 25
Estantes de aluminio	S/. 150	6	S/. 900	10	S/. 90
Motocicleta	S/. 6,500	1	S/. 6,500	5	S/. 1,300
Total			S/. 64,000		S/. 8,993

Fuente: elaboración propia

Tabla 19
Depreciación de los activos de Jimka Inversiones SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 64,000	-S/. 8,993	-S/. 8,993	-S/. 8,993	S/. 37,023
Amortización activo intangible	S/. 7,055	-S/. 1,411	-S/. 1,411	-S/. 1,411	S/. 2,822
Total	S/. 71,055	-S/. 10,404	-S/. 10,404	-S/. 10,404	S/. 39,845

Fuente: elaboración propia

Tabla 20
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

5.2.2 Financiamiento de Jimka Inversiones SRL

Tabla 21

Programa de endeudamiento de Jimka Inversiones SRL (Soles)

Deuda a tomar S/. 70,000				
26.82% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	70,000	1,400	1,944	3,344
2	68,056	1,361	1,944	3,306
3	66,111	1,322	1,944	3,267
4	64,167	1,283	1,944	3,228
5	62,222	1,244	1,944	3,189
6	60,278	1,206	1,944	3,150
7	58,333	1,167	1,944	3,111
8	56,389	1,128	1,944	3,072
9	54,444	1,089	1,944	3,033
10	52,500	1,050	1,944	2,994
11	50,556	1,011	1,944	2,956
12	48,611	972	1,944	2,917
		14,233	23,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	46,667	933	1,944	2,878
14	44,722	894	1,944	2,839
15	42,778	856	1,944	2,800
16	40,833	817	1,944	2,761
17	38,889	778	1,944	2,722
18	36,944	739	1,944	2,683
19	35,000	700	1,944	2,644
20	33,056	661	1,944	2,606
21	31,111	622	1,944	2,567
22	29,167	583	1,944	2,528
23	27,222	544	1,944	2,489
24	25,278	506	1,944	2,450
		8,633	23,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	23,333	467	1,944	2,411
26	21,389	428	1,944	2,372
27	19,444	389	1,944	2,333
28	17,500	350	1,944	2,294
29	15,556	311	1,944	2,256
30	13,611	272	1,944	2,217
31	11,667	233	1,944	2,178
32	9,722	194	1,944	2,139
33	7,778	156	1,944	2,100
34	5,833	117	1,944	2,061
35	3,889	78	1,944	2,022
36	1,944	39	1,944	1,983
		3,033	23,333	

Fuente: elaboración propia

Tabla 22
Capital de trabajo de Jimka Inversiones SRL. (Soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	8.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.40,904	-S/.1,144	-S/.1,305	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.9,942	-S/.2,224	-S/.2,538	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		-S/.24,713	-S/.3,451	-S/.3,537	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.824	S/.115	S/.118	
TOTAL	-S/.40,904	-S/.34,975	-S/.6,866	-S/.5,958	S/.88,703

Fuente: elaboración propia

Tabla 23
Cálculo de la tributación de Jimka Inversiones SRL. (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)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (IMPUESTO A LA RENTA)	10.00%	10.00%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE			
Participación utilidades (menos de 20 trabajadore	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
Calculo del IR	S/77,600	S/140,865	S/225,095
HASTA 15 UIT 10%	S/66,000.00	S/66,000.00	S/66,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT	S/11,600.40	S/74,864.55	S/159,095.13
IMPUESTO DEL 10%	S/6,600.00	S/6,600.00	S/6,600.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/3,422.12	S/22,085.04	S/46,933.06
TOTAL	S/10,022.12	S/28,685.04	S/53,533.06

Fuente: elaboración propia

Tabla 24

Estado de situación financiera integrales de Jimka Inversiones SRL. (Soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/40,904	S/96,376	S/195,741	S/354,491
Caja Bancos	S/40,904	S/61,722	S/155,410	S/308,085
Cuentas por cobrar		S/9,942	S/12,166	S/14,705
Inventarios		S/24,713	S/28,164	S/31,701
Activo no corriente	S/71,055	S/60,652	S/50,248	S/39,845
TOTAL ACTIVO	S/111,959	S/157,028	S/245,989	S/394,335
Pasivo corriente		S/824	S/939	S/1,057
Pasivo No Corriente	S/70,000	S/46,667	S/23,333	S/0
TOTAL PASIVO	S/70,000	S/47,490	S/24,272	S/1,057
Patrimonio				
Capital	S/41,959	S/41,959	S/41,959	S/41,959
Utilidades retenidas		S/0	S/67,578	S/179,758
Resultado del ejercicio		S/67,578	S/112,180	S/171,562
TOTAL PATRIMONIO	S/41,959	S/109,537	S/221,717	S/393,279
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/111,959	S/157,028	S/245,989	S/394,335

Fuente: elaboración propia

Tabla 25

Estado de resultados integrales de Jimka Inversiones SRL. (Soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.511,301	S/.625,701	S/.756,243
Costo ventas	-S/.296,555	-S/.337,971	-S/.380,417
Margen Bruto	S/.214,747	S/.287,729	S/.375,826
Gastos administrativos	-S/.100,329	-S/.114,208	-S/.122,534
Depreciación	-S/.10,404	-S/.10,404	-S/.10,404
Gastos comerciales	-S/.12,180	-S/.13,620	-S/.14,760
Margen Operativo	S/.91,834	S/.149,498	S/.228,128
Gastos financieros	-S/.14,233	-S/.8,633	-S/.3,033
Margen antes de tributos	S/.77,600	S/.140,865	S/.225,095
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/77,600	S/140,865	S/225,095
Pago impuesto a la renta	-S/.10,022	-S/.28,685	-S/.53,533
Utilidad Neta	67,578	112,180	171,562

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Tabla 26

Flujo de caja de Jimka Inversiones SRL (Soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.511,301	S/.625,701	S/.756,243	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.71,055				S/.39,845
Capital de trabajo	-S/.40,904	-S/.34,975	-S/.6,866	-S/.5,958	S/.88,703
Compras		-S/.296,555	-S/.337,971	-S/.380,417	
Gastos administrativos		-S/.100,329	-S/.114,208	-S/.122,534	
Gastos comerciales		-S/.12,180	-S/.13,620	-S/.14,760	
Pago impuestos		-9,183	-14,950	-67,298	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.111,959	S/.58,079	S/.138,085	S/.165,277	S/.128,547
Préstamo recibido	S/.70,000				S/.0
Amortización		-S/.23,333	-S/.23,333	-S/.23,333	
Gastos financieros		-S/.14,233	-S/.8,633	-S/.3,033	
Escudo fiscal		S/.1,423	S/.863	S/.895	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.41,959	S/.21,935	S/.106,982	S/.139,805	S/.128,547
FCE	-S/.111,959	S/.58,079	S/.138,085	S/.165,277	S/.293,824
FCF	-S/.41,959	S/.21,935	S/.106,982	S/.139,805	S/.268,352

Fuente: elaboración propia

Tabla 27

VAN, TIR y B/C de Jimka Inversiones SRL (Soles)

VAN Económico	S/.232,009
Tasa de descuento (CAPM)	15.57%
TIR Económica	90%
Indice B/C	3.07

VAN Financiero	201,074
Tasa de descuento (WACC)	20.93%
TIR Financiero	153%
Indice B/C	5.79

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a. La finalidad del presente proyecto es constituir una empresa. La investigación nos arroja una demanda creciente de los productos deshidratados en polvo, elaborados de manera natural, sector que presenta una tendencia creciente en mercado nacional y regional, por uso cada vez mayor de estos tipos de ingrediente.
- b. En el aspecto técnico la empresa contará con personal especializado en la elaboración de productos deshidratados en polvo, los que serán capacitados en forma permanente en temas relacionada a los productos como en tecnología.
- c. En el aspecto laboral la empresa se acogerá al régimen especial laboral, ya que será una micro empresa. Contará con registro en la Remype, para aprovechar los beneficios para este sector. La jornada laboral será de ocho horas; los trabajadores gozaran de todos los beneficios que otorga la ley.
- d. En el aspecto económico los estados financieros arrojan capacidad de pago de la empresa para con sus compromisos desde el primer año y los siguientes. Los ratios financieros son positivos, por lo que demuestra la viabilidad del proyecto. El Valor Actual Neto económico (VAN) de S/. 232,009 y un Valor Actual Neto Financiero de S/.201,074. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 90% y la Tasa Interna de Retorno Financiera es de 153%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.07 y el Índice Beneficio Costo Financiero es de S/.5.79.

BIBLIOGRAFÍA:

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.

COSTA, M. y LÓPEZ, E. (2005). Educación para la Salud. Una estrategia para cambiar los estilos de vida. Ediciones Pirámide: Madrid

Drucker, Peter. (1973), "Management: Tasks, Responsibilities and Practices", Harper and Row, New York.

El Universal (2014), "Facebook como herramienta de marketing", Blog del diario El Universal, Medellín, Colombia.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. *Censos Nacionales*

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, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Kotler, Philip. y Armstrong, G. (2007), "Marketing: versión para Latinoamérica". 11ª Edición, Pearson Educación, México.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO (2016). Una buena alimentación para toda la familia. En: <http://www.fao.org/pulses-2016/news/news-detail/es/c/382991/>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. SUNAT. 2020. Portal institucional. En: www.sunat.gob.pe

Symrise (2020). Productos naturales y frescos.

www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib10