



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCCION PAPAS AL HILO PARA SNACKS Y
RESTAURANTES COMIDA RÁPIDA, IQUITOS, 2018”**

AUTORAS:

PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL

DE:

CONTADOR PÚBLICO

LOZANO FLORES SUSAN MARINA

PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL

DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ZURITA RODRIGUEZ JENNY CRISTINA

Iquitos – Perú

2018

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, por ser el que ha propiciado las oportunidades en mi vida

A mis padres, por ser los principales motivadores en mi vida y mostrarme el camino hacia la superación.

Jennifer Cristina

Dedicado a mi familia quien ha puesto mucho paciencia para tolerar los momentos que deje de compartir con ellos.

Al gran hacedor de la vida misma que me bendice con las posibilidades que me ha brindado y sigue brindándome a nivel personal, familiar y profesional

Susan Marina

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por proveerme de salud y fuerzas para continuar y salir adelante, a mi familia su consideración y apoyo incondicional y la motivación que me dan día a día.

Agradezco a los docentes quienes nos mostraron a través de sus enseñanzas la consolidación de mi formación académica y consolidación profesional. Igualmente agradecer a los docentes del programa de Suficiencia Profesional, por la colaboración, paciencia y apoyo que nos brindaron a través de su desarrollo.

Jennifer Cristina

Doy gracias a Dios ser mi fortaleza en los momento difíciles y permitirme continuar con mi proyecto de vida, a mi familia su apoyo incondicional y el aliento que me han proporcionado día a día.

Agradezco a los catedráticos quienes nos guiaron a través de mi formación académica y profesional. En el mismo sentido docentes del programa de Suficiencia Profesional, por las sugerencias y asesoría en el desarrollo del programa

Susan Marina



Universidad Científica del Perú - UCP
Registrado en el Asiento N° 400010 de la Partida N° 11000310, Personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SLNABP

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 429-2018-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 14 de Noviembre del 2018, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCCIÓN PAPAS AL HILO PARA SNACKS Y RESTAURANTES COMIDA RÁPIDA, IQUITOS, 2018** a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán	Presidente
CPC Luis Paima Linares	Miembro
CPC Luis Armando Paiva Rocha	Miembro

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:45 horas del día 29 del mes de NOVIEMBRE del año 2018, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

LOZANO FLORES SUSAN MARINA
ZURITA RODRIGUEZ JENNY CRISTINA

Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público y Licenciado en Administración de Empresas**, respectivamente. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

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

.....
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
Presidente

.....
CPC Luis Paima Linares
Miembro

.....
CPC Luis Armando Paiva Rocha
Miembro.

CALIFICACIÓN:

Aprobado (a) Excelencia	: 19 – 20
Aprobado (a) Unanimidad	: 16 – 18
Aprobado (a) Mayoría	: 13 – 15
Desaprobado (a)	: 00 – 12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Datos Generales	1
1. Título	1
2. Áreas y Líneas de Investigación	1
2.1. Área.....	1
2.2. Línea	1
3. Autoras:.....	1
4. Colaboradores.....	1
4.1. Instituciones.....	1
4.2. Personas	1
5. Duración Estimada de Ejecución	1
6. Fuentes de Financiamiento.....	1
7. Presupuesto Estimado:.....	1
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Nombre del negocio	3
1.2 Actividad empresarial	3
1.3 Idea de negocio	4
II. PLAN DE MARKETING	5

2.1	Necesidades de los clientes	5
2.2	Demanda actual y tendencias.....	9
2.3	Oferta actual y tendencias.....	15
2.4	Programa de marketing.....	17
2.4.1	El producto.....	17
2.4.2	El precio.....	18
2.4.3	La promoción	19
2.4.4	La cadena de distribución	22
3	PLAN DE OPERACIONES.....	23
3.1.	Estudio de la fuente de aprovisionamiento	23
3.4	El proceso productivo	26
4.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	30
1.3	Régimen tributario.....	33
4	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	34
4.4	Estudio económico.....	34
1.1	Estudio financiero.....	38
	CONCLUSIONES	43
	BIBLIOGRAFÍA.....	44
	ANEXOS.....	46

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Elaboración de papitas al hilo (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)	3
Cuadro 2 Potenciales clientes del negocio	16
Cuadro 3 Detalles del producto.....	17
Cuadro 4 Precio de las presentaciones de Chips Délicieux.....	19
Cuadro 5 Costo de publicidad en paneles Led.....	20
Cuadro 6 Plan de promoción 2018-2019	21
Cuadro 7 Tiempos de aprovisionamiento.....	24
Cuadro 8 Asignación de Puestos Chips Délicieux E.I.R.L., 2019	31

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Logo de la empresa, 2019	3
Figura 2. Mapa de ubicación de local de producción y oficinas	5
Figura 3 Mapa de ubicación de locales de hamburguesa de la ciudad de Iquitos, 2018.	15
Figura 4 La marca	18
Figura 5 el proceso productivo	26
Figura 6 Diagrama del flujo del producción	29
Figura 7 Mapa de tiempos y responsables	29
Figura 8 Organigrama de Chips Délicieux, E.I.R.L.,2019.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Inversión Inicial.....	34
Tabla 2. Calculo de consumo de clientes.....	35
Tabla 3. Ingreso por ventas.....	35
Tabla 4. Gastos administrativos.	36
Tabla 5. Gastos comerciales.....	37
Tabla 6. Gastos pre operativos.	37
Tabla 7. Inversión en activos fijos.	38
Tabla 8. Depreciación y amortización en activos fijos.....	38
Tabla 9. Programa de endeudamiento.....	39
Tabla 10. Estado de resultados económicos.....	41
Tabla 11. Tributación del proyecto.....	42
Tabla 12. Flujo de caja.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Página

Anexo 1 Encuesta para investigación de mercado.....	46
Anexo 2 Modelo de correo electrónico de presentación.....	49
Anexo 3 Plano de distribución de Planta.....	51

Datos Generales

1. Título
Plan de negocio de producción papas al hilo para snacks y restaurantes comida rápida, Iquitos, 2018
2. Áreas y Líneas de Investigación
 - 2.1. Área
Ciencias sociales economía y negocios
 - 2.2. Línea
Prospectiva de mercados y territorios
3. Autoras:
Lozano Flores Susan Marina
Zurita Rodríguez Jenny Cristina
4. Colaboradores
(02) Asistentes en la investigación
 - 4.1. Instituciones
Diresa Iquitos
Restaurantes que ofrecen Hamburguesas, en la ciudad de Iquitos
 - 4.2. Personas
(02) dos personas
5. Duración Estimada de Ejecución
Cuatro meses, de febrero a abril 2019
6. Fuentes de Financiamiento
Recursos propios
7. Presupuesto Estimado:
S/. 2,000.00 (Nuevos Soles)

RESUMEN

El plan de negocio, surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio, en el sector gastronómico, en lo que se califica como comida rápida y que en Iquitos ha derivado en snacks que ofrecen como productos representativos sándwich de hamburguesa, y pollo, y otros con el complemento de las papitas al hilo.

Se pudo constatar que el mercado de la ciudad de Iquitos presenta una gran oportunidad de ingresar con este tipo de negocio; ya que se han desarrollado e incrementado los locales en los diferentes distritos de la ciudad en la que ese expenden estos productos, es por ello que el propósito de este estudio es desarrollar un plan de que tiene como finalidad determinar la factibilidad económica y operativa de la creación de una empresa que provea de papitas al hilo, a los diversos snacks que ofertan su servicio y sus productos a los comensales de la ciudad.

Es importante demostrar la viabilidad del presente proyecto a partir de la innovación y la creatividad, siendo factible su ejecución, ya que hoy en día existen diversos de proveer el insumo principal que es la papa, además producto nacional tradicional en el Perú.

Palabras claves: Plan de negocios; factibilidad; papitas al hilo, snacks, papitas fritas.

ABSTRACT

The business plan arises because of the detection of a business opportunity in the gastronomic sector, in what qualifies as fast food and that in Iquitos has derived in snacks that offer as representative products hamburger sandwich, and chicken, and others with the addition of the potato chips.

It was found that the market of the city of Iquitos presents a great opportunity to enter with this type of business; Since the premises in the different districts of the city in which they sell these products have been developed and increased, that is why the purpose of this study is to develop a plan whose purpose is to determine the economic and operational feasibility of the creation of a company that provides chips to the thread, to the various snacks that offer their service and their products to the diners of the city.

It is important to demonstrate the viability of the present project based on innovation and creativity, and its execution is feasible, since nowadays, there are several ways of providing the main input that is the potato, also a traditional national product in Peru.

Keywords: Business plan; feasibility; potato chips, snacks, chips.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Chips délicieux EIRL

Localización: Ciudad de Iquitos, departamento Loreto, Perú.

Sector de actividad: servicio de papitas al hilo.

Figura 1. Logo de la empresa, 2019



Fuente: las autoras

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1. Elaboración de papitas al hilo (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)

D		Industrias manufactureras	
	15	Elaboración de Productos alimenticios y bebidas	
		151	Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas
		1513	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas

Fuente: (INEI, 2010).

1.3 Idea de negocio

Se busca atender la necesidad de alimentarse con un producto de calidad, fresco y estándar, que tenga marca reconocida a fin de que los establecimientos, llamados snacks, de comida rápida o hamburgueserías que atienden en los distintos distritos se vea mejorada con una calidad estándar de complemento a los sándwich especialmente, y de los diversos productos que brindan a sus comensales estos establecimientos.

Los segmentos de clientes en la ciudad de Iquitos acuden a los locales actuales se mantienen brindando un servicio por años basados en la rutina, de procesar ellos mismos todo los productos y complementos, que sirven a sus clientes, ocasionando muchas veces demora, en los instantes o momentos, en los que los locales se ven colmados de clientes que reclaman por una atención muy rápida; el proyecto de negocio llega con una alternativa creativa e innovadora, que le permitirá en poco tiempo posesionarse del mercado, donde el cliente podrá mejorar el proceso de atención a sus comensales brindándoles además un producto de calidad como complemento y mejorando sustancialmente la calidad de atención que le brinda al disminuir el tiempo que se tarda en procesar este complemento importante en los productos y platos que oferta y sirve.

La planta de procesamiento estará ubicada en el distrito de Iquitos, a pocos metros del denominado centro, zona en la que por ser la que contiene en su estructura urbanística a muchas instituciones oficiales y comerciales principales goza de preferencia en la atención de energía eléctrica, ya que en la ciudad en la mayoría de distritos se corta la energía eléctrica usualmente por lo menos dos veces al mes (Electroriente, 2018).

Figura 2. Mapa de ubicación de local de producción y oficinas



Fuente: Google maps

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

En la actualidad los horarios de trabajo abruman a las personas, así cómo por el tiempo, que tienen para múltiples tareas, y jornadas de estudio, hace que no logren tener el tiempo para preparar alimentos en casa, y por lo general desean que esta sea rápida para poder llegar a casa, y degustar un “lonche” (Diccionario Latinoamericano, 2016) o una cena.

La expansión del tipo de restaurantes o locales de comida rápida, o como los denominan en el argot popular como “antojitos” (Diccionario Culinario, 2016) en el centro de la ciudad principalmente, y en todos los distritos de Iquitos acompaña al crecimiento de la oferta gastronómica en la ciudad y en el país, no en vano por séptima vez Perú está presente en la nominación como primer destino gastronómico en el mundo (World Travel Awards (WTA), 2018)

La importancia de este proyecto se expresa en términos del propósito de satisfacer las necesidades del cliente, que trata de brindar mejor servicio de

atención a sus clientes comensales, que desean una atención rápida y de calidad, por lo tanto la variable tiempo, es la que se muestra relevante y determinante al brindar las papas al hilo procesadas y listas para poder complementar el plato o el snacks, que ha pedido el comensal.

Cabe destacar que en otras ciudades ya se brinda este servicio de aprovisionamiento de papas preparadas para freír, y las hay para todas las necesidades, es decir, los que se venden a pollerías y restaurantes en general, y dándose en los últimos años una tendencia a comprar importadas (El Comercio, 2015)

Necesidad de productos nutritivos y saludables; es la tendencia global, la papa es oriunda del Perú es el legado de nuestra historia, y el aporte que ha dado nuestro país al mundo, en ese orden de ideas es necesario señalar que el país cuenta con más de 1,500 variedades de papa, la que se utilizará será la más adecuada para freír que la papa denominada blanca canchaya, para este proyecto se ha decidido utilizar el tipo más popular y conocido entre nuestro público objetivo, y la que más llega a la ciudad de Iquitos:

Papa Blanca, por sus deliciosas texturas y sabores, además de ser una gran fuente de alimento, estos tipos de papas se adaptan a cualquier complemento.

Los Valores nutricionales son: (Funiber, 2017):

- a. La papa contiene 20% de parte seca y 80% de agua.
- b. 100 gramos de la parte seca contiene 84 gr de carbohidratos, 14.5 gr de proteínas y 3 gr de grasa.
- c. Un (01) kilo de papa aporta 800 calorías y 20 gr de proteínas.

- d. Un (01) kilo de papa cocida con su cáscara contiene 0.9 mg de vitamina B1, 15 mg de vitamina B2, 120 mg de vitamina C, 8 mg de fierro, 5,600 mg de potasio y 77 mg de sodio.
- e. Un (01) papa de tamaño medio contiene 90 calorías y es ideal para la dieta, ya que posee el 5% de la grasa del trigo y 1/4 de las calorías del pan.
- f. Un (01) sola papa contiene casi la mitad de la cantidad de vitamina C que requiere un adulto diariamente.
- g. La papa cocida tiene más proteínas que el maíz y casi el doble de calcio, además su cocción con cáscara favorece la digestión de otros alimentos ideales a continuación mostramos algunos anuncios publicitarios:

Figura 3. Publicidad de papas fritas



Fuente: (Alicorp, 2017)

Figura 4. Publicidad de papas listas para preparar



Fuente: (Ilañesa, 2017)

Es decir la industria de los servicios de comida se ve mejorada en la medida que existen productos que posibilitan el ahorro de tiempo, la mejora y cuidado de la seguridad de limpieza e inocuidad de los alimentos, y fundamentalmente poder concentrarse en lo que se ha llamado el “core business” de cada negocio, y agregar valor, razón por la que se señaló el Perú es un destino gastronómico en el mundo.

Por lo expuesto es necesario señalar los puntos básicos que consideramos que son la necesidad de nuestros clientes, es decir el segmento en el cuál nos enfocamos como son los locales de comida rápida o que brindan snacks en general:

- a. Ahorro de tiempo
- b. Estandarizar los complementos
- c. Agregar valor
- d. Mejorar la atención a los comensales

Parte fundamental en nuestra empresa es conocer las necesidades del cliente por ello debemos tener presente todos los puntos anteriores para posibilitar la mejorar las necesidades reales que requiere el cliente, todo esto con el único fin de brindar un buen servicio a través de un buen producto como serían las papitas al hilo.

2.2 Demanda actual y tendencias

2.1. Análisis del macro entorno

El análisis del macro entorno se realiza utilizando el modelo de las variables SEPTTE (David, 2017) sociales, económicas, políticas, tecnológicas y ecológicas:

2.1.1. Social.

Por lo general el emprendedor peruano siempre tiende a ser práctico en el momento de requerir un producto y/o servicio, debe ser fácil, práctico y que no le tome mucho tiempo; que le permitan y dejen tiempo para tomar decisiones de manera autónoma e inmediata, en ese sentido si de satisfacer el paladar se trata por otro lado “Chips Délicieux” se presenta brindándole una oportunidad de innovación, practicidad y flexibilidad en el momento de confeccionar su decisión (Arellano, 2013).

2.1.2. Económico.

El crecimiento económico se ha visto afectado en este último año como consecuencia del fenómeno climatológico presentado con características mayores en dimensión e inclemencia. Este fenómeno llamado que se denominó “El Niño Costero” (OPS/OMS, 2017), ha traído como consecuencia que muchas actividades económicas tanto primarias, secundarias y hasta las terciarias se vean impactadas en gran medida, por lo que las proyecciones a enero que estaban esperadas a un crecimiento económico de 4.3%, de acuerdo a lo declarado por los analistas, se reduce a 3.5% a ello se le suma el grado de incertidumbre (Morales, 2017).

De igual manera, esto ha llevado a tener una reducción del PBI nacional en 1.6%, a consecuencia de los daños recibidos, además de una desaceleración de producción agrícola por la pérdida de grandes hectáreas.

Cuadro 1: Variación de PBI en sectores

(Variación % anual)		
Sectores	PBI 2017	
	Sin FEN(*)	Con FEN (*)
Agrícola	1.2%	0.7%
Minería metálica	6.5%	5.0%
Manufactura no primaria	-0.2%	-0.9%
Construcción	3.7.%	4.5%
Comercio	2.3%	1.6%
Otros Servicios	4.3%	3.8%
PBI Global	3.4%	2.9%

(*) FEN (Fenómeno del Niño)

Fuente: (Morales, 2017)

Igualmente al interior del sector financiero el Banco Central de Reserva del Perú ha solicitado a las entidades financieras, llámense bancos, cajas entre otras; a la reprogramación de sus créditos extendiendo un plazo no mayor a 6 meses previa evaluación a todos los que estén al día con sus créditos y sin afectar su record crediticio.

De acuerdo con lo redactado para los siguientes meses, se proyecta una recuperación por la ejecución del gobierno y toma de medidas que promueven un crecimiento económico que favorece a la empresa Chips Délicieux, este hecho permitirá promover el desarrollo, crecimiento y expansión de la marca.

2.1.3. Tecnológico.

El sector tecnología aceleradamente cambia, lo que consecuentemente produce en el entorno un cambio constante y rápido, obligando a que todas las industrias y empresas deban estar a la vanguardia y actualizar constantemente las propuestas de sus productos y servicios.

Chips Délicieux, no se ve exenta de esta condición, por lo que utilizaremos las redes sociales para impulsar y hacer conocida la marca, lugar de ubicación, además de contar con paneles de publicidad inteligentes que hoy se observa en varios puntos de la ciudad.

En el área productiva se usarán maquinarias actuales o de última generación para una mejor producción y transformación de insumos, estableciendo procesos controlados y suficientemente flexibles para adecuarse a las exigencias del mercado iquiteño.

Contaremos con las herramientas de software y hardware que nos permitan llevar un control tanto interno y externo de precisión y de fácil accesibilidad comprensión e interrelación con las diversas áreas internas debidamente integradas.

2.1.4. Político legal.

En la actualidad el gobierno actual peruano facilita a las nuevas empresas poder constituirse incentivando a la micro, pequeña y mediana empresa a su formalización y sobre esa base la oportunidad de expansión (Movimiento por la paz, 2018) con dispositivos legales que te permiten el acceso y el libre ingreso para ello contamos con organismos como el SUNAT, SUNARP, SMV, INDECOPI y otros.

2.1.5. Ecológico

Con la variable ecológica como marco de referencia Chips Delicieux, tomará muy en cuenta las racionalidades que hoy existen en el mercado para el uso del plástico, para los agentes contaminantes, y fundamentalmente tratará de contribuir a lograr que evite las consecuencias de los gases efecto invernadero

2.2. Mercado potencial

En Iquitos como en otras ciudades la expansión de los servicios de comida, la necesidad de las personas, que trabajan, estudian, y realizan otras labores, se ve afectada por la falta de tiempo, por lo que requieren servicios de comida al paso y rápida atención, por lo que se hace necesario contar con este tipo de locales, que brindan hamburguesas, sándwiches como productos principales y acompañan a este con papas al hilo.

Este fenómeno a pesar que en la región Loreto, en la coyuntura actual es que existe una crisis económica, producto de la disminución y restricción explotación de la madera, que por cierto hasta hoy sólo se exporta en tablonés y listones, a ello se agrega la disminución drástica de la extracción petrolera:

“La crisis que estamos soportando hoy se muestra indomable, oronda y despechada a la vez, porque no supimos prever ni siquiera los acontecimientos futuros de corto plazo” (Grandez Ríos, 2018).

Con la cancelación de la exploración y explotación del petróleo de varias empresas, se observa problemas en las demás actividades económicas, lo cierto es que la baja internacional del precio del petróleo, consecuentemente hace que la coyuntura sea de crisis, ya que la mayoría de actividades comerciales que se desarrollan en Loreto están vinculadas al servicio de extracción de petróleo, sea directa, indirecta o marginalmente, que principalmente se centra en servicios.

Por lo expuesto con esta situación problemática disminuyen las posibilidades de empleo, por lo que emprender un negocio es una valiosa alternativa, ya no solo laboral sino fundamentalmente de trascendencia como profesional; además de la crisis por la que atraviesa nuestra región, el otro factor, que determina la idea de negocio es el hecho del desarrollo de nuestra gastronomía de manera exponencial en estos últimos años.

Manene, Luis Miguel (2012), respecto al mercado señala en su blog “Mercado: Concepto, Tipos, Estrategias, Atractivo y Segmentación” indica que el Mercado Potencial está conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio o un bien están en condiciones de adquirirlas (Manene, 2012).

Y el Portal web Destino Negocio (2015), indica que un mercado potencial es una oportunidad de negocio latente, es a aquel público que no consume tu producto, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo. Parte de ese mercado satisface sus necesidades comprándole a tu competencia, esto no quiere decir que en algún momento puedan comprar otra marca (Destinonegocio, 2017).

El mercado en el que se enfoca Chips Délicieux corresponde al conjunto de locales cuyas características se ha descrito y que están ubicados en la ciudad de Iquitos, de los distritos de Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista, cuya población total en estudio está conformada por los locales más tradicionales y reconocidos de la siguiente manera:

1. Chatos Burger: Samanez Ocampo (frente al Ministerio Publico)
2. Betos Burger: Morona 5ta cdra
3. Chio Burger: Urb. Juan Pablo II
4. Tatos Burger: Putumayo 5 cdra.
5. Rianchama: Plaza 28
6. El Sultan: Plaza 28
7. Ta Buenazo:Plaza 28

8. Hamburguer : Napo c/ Pucallpa.
9. Taquito Feroz: Napo cdra 6.
10. Burger: Napo cdra 6(frente al Taquito Feroz)
11. Pizza hot: (plaza sargento. Lores y Quiñones)
12. Aris Burger: (plaza de Armas)
13. Antojitos: (Napo cdra 3--pegado al hotel dorado isabel)

Figura 3 Mapa de ubicación de locales de hamburguesa de la ciudad de Iquitos, 2018.



Fuente: Google maps

Como se puede observar de la lista, contiene el mayor número de locales que están ubicados en de la ciudad de Iquitos, en distintos distritos, por lo que dichos datos permitirán determinar cual estará direccionado el servicio.

2.3 Oferta actual y tendencias

La ciudad de Iquitos en la actualidad dentro de sus 4 cuatro distritos, alberga un sin número de locales, que son informales, que ofertan estos snacks o productos en

general, que cumplen el objetivo del lonche como se expuso, sin embargo es necesario contar con los principales y más representativos para la introducción del producto.

Entre estos locales tenemos aquellos cuya valoración cualitativa realizada por los clientes, tienen indicadores favorables los que se menciona a continuación:

Cuadro 2 Potenciales clientes del negocio

N°	Nombre	Principal valoración	Opiniones
1	Chatos Burger	Buena atención y un gran menú de snacks variada.	516
2	Betos Burger	Agradable lugar para estar en una reunión de amigos o celebrar algo especial, el local es amplio.	680
3	Chio Burger	Lo máximo, lo más fashion te sientes en tu hogar por el sabor.	815
4	Tatos Burger	Lugar muy acogedor y muy privado	593
5	Rianchama	Lugar acogedor, buena atención y excelente música de fondo.	155
6	El Sultan	Me pareció espectacular, la pasamos súper con mis amigas, buena atención	130
7	Ta Buenazo	Súper atención, buenos tragos y sobre todo precios súper bajos.	351
8	Hamburguer :	Excelente, la atención muy buena... el precio al alcance del bolsillo	230
9	Taquito Feroz	No solo los tacos, las hamburguesas son espectaculares	350
10	Burguer	La royal hamburguer es sensacional	130
11	Pizza hot	Buenas pizzas, muy bien preparadas, y sus sandwichs fabulosas	125

12	Aris Burger	Turístico, sin embargo se demoran mucho tiempo en anteder	901
13	Antojitos	Tiene de todo, hace honor a su nombre.	340

Fuente: las autoras

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

2.4.1.1. Productos: papitas al hilo

Chips Délicieux es una papas al hilo de calidad, estandarizadas, con la cantidad exacta de sal, y que propicia:

A continuación se muestra el detalle del producto:

Cuadro 3 Detalles del producto

Diseño del producto	Investigación de mercado
<p>Características físicas:</p> <p>El consenso es que sea de tamaño mediano a grande y en la presencia de ojos superficiales. Que sea harinosa y el color preferente es blanco; es presentada en tiras o bastones; corte es de 5 a 56 cm. X 1 cm. Con un peso de 1 gr., y serán envasados en bolsas de 1/5 y 1kg.</p> <p><u>Características funcionales</u></p> <p>Precio: El producto terminado será vendido a un monto razonable que esté al alcance de nuestros clientes y del público en general.</p>	<p>La información del presente plan de negocios se basa en las investigaciones realizadas a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuestas dirigidas a los establecimientos de hamburgueserías, como resultado de ello obtuvimos un amplio conocimiento de mercado, tanto en oferta como en la demanda. - Así mismo el estudio nos permitió tomar decisiones con respecto a las condiciones favorables que presenta el mercado de papas en tiras o bastones y la consecuencia de poner en marcha el proyecto.

	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado natural de las papas cortadas son los restaurantes, hamburgueserías y pollerías de la ciudad de Iquitos, los cuales muestran una tendencia creciente en su número y demanda.
--	---

Fuente: las autoras

2.4.1.2. La marca

Indecopi (2017), en su portal web, indica que la marca de un producto presenta básicamente dos características principales: debe ser posible representarlo gráficamente y tener aptitud distintiva (Indecopi, 2017).

En este sentido la Marca propuesta por la empresa cumple con las características establecidas por Indecopi.

Figura 4 La marca



Fuente: las autoras

2.4.2 El precio

De acuerdo al estudio de mercado, el precio de las presentaciones de las papitas al hilo Chips Délicieux están fijados teniendo como factores la calidad del servicio, calidad de los insumos que se utilizaran, sobre todo la satisfacción del cliente, así como los precios que se manejan en el mercado, para este tipo de producto:

Cuadro 4 Precio de las presentaciones de Chips Délicieux

Rápida (1.5kg)	Adecuada (2.5 kg.)	Económica (5 kg.)
S/4.50	S/6	S/21

Fuente: las autoras

2.4.3 La promoción

Kotler & Keller (2006), autores del libro "Dirección de Marketing", indican que la promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y los eventos y experiencias para lograr sus objetivos (Keller & Kotler, 2006)

Chips Délicieux, aplicará cada una de estas herramientas con el fin de dar a conocer al público en general las ventajas competitivas del karaoke, teniendo mayor participación en el mercado y manteniendo la marca en el tiempo.

Utilizará diversas herramientas que se indican por comunicación:

2.4.3.1 Publicidad:

La publicidad que se ha considerado es la de los paneles led, que se encuentran en la Av. Abelardo Quiñones km.1.5, en la Av. Andrés Avelino Cáceres, y el ingreso a la ciudad a través del aeropuerto, (Anexo 3) en los que se pasan cada 8´(minutos) los avisos publicitarios de los negocios anunciantes, y esta modalidad hace que se puedan pasar 300 avisos por día de lunes a domingo de 07:00 am. A 24:00 horas. Posibilitando que sean un promedio de 40,000 personas que visualicen nuestra publicidad, el costo de estos avisajes, es de S/1,500.00 soles, que se resume:

Cuadro 5 Costo de publicidad en paneles Led

Tiempo de exposición	Avisos por día	Personas en horas punta 07:00 a 09:00 12:00 a 14:00 17:00 a 19:00	Personas en horas normales	Costo por aviso (Soles)	Promedio por día
Cada 8 minutos	300	8000 personas	4000	0.17	6400 personas ven el aviso

Fuente: las autoras

Se establece canales de publicidad a través de las redes sociales, en Facebook, Twitter, Instagram, y correos a través de las bases de datos un ejemplo se muestra en el Anexo N°01; asimismo hará spots publicitarios en los diferentes medios de comunicación radial y televisiva.

2.4.3.2. Promoción de ventas

Para dar a conocer el producto en el mercado local se realizan algunas acciones de promoción del producto tendiente a generar una reacción positiva en el cliente, para posicionar el producto se planea realizar estrategias de promoción a los consumidores y otros clientes.

Asimismo todas estas estrategias van encaminados a persuadir al cliente para que compre, consuma y recompre las papas.

Cuadro 6 Plan de promoción 2018-2019

Acción	Justificación	Frecuencia	Unidades (Mes)	Costo (Soles)
Degustación a clientes	Busca motivar la compra e ingresar al mercado.	Periodo de lanzamiento (1er mes de inicio de actividades).	10 docenas	30.00
Degustación a consumidores	Manera de lograr que el cliente pruebe y conozca el producto.	Dos meses iniciados.	200 pruebas de 5 gr. c/u.	15.00
Impulsadoras	Impulsar el producto a través de degustaciones.	4 horas diarias en mayor afluencia de público en diferentes zonas estratégicas.	2 señoritas	500.00
Uso de redes sociales	Las redes sociales se convierten en una excelente herramienta de promoción.	Creación de grupo de forma permanente.		

Fuente: las autoras

2.4.3.3. Servicios de post venta

El servicio al cliente debe brindarse en todo momento, no sólo durante el proceso de venta, sino también, después de que la venta se haya concretado.

El tipo de servicio al cliente que se brinda una vez que el cliente ya ha realizado su compra, se conoce como el servicio de post venta:

- a) La empresa recibirá todas las inquietudes, quejas o reclamos que se presenten en cuanto a la calidad del producto y dará pronta y satisfactoria respuesta a cada una de ellas.

- b) Se realizará llamadas telefónicas confirmando la entrega satisfactoria del producto y se recibirán las sugerencias para mejoramiento del procedimiento del servicio.
- c) Excelente atención al cliente capacitando al personal de ventas.

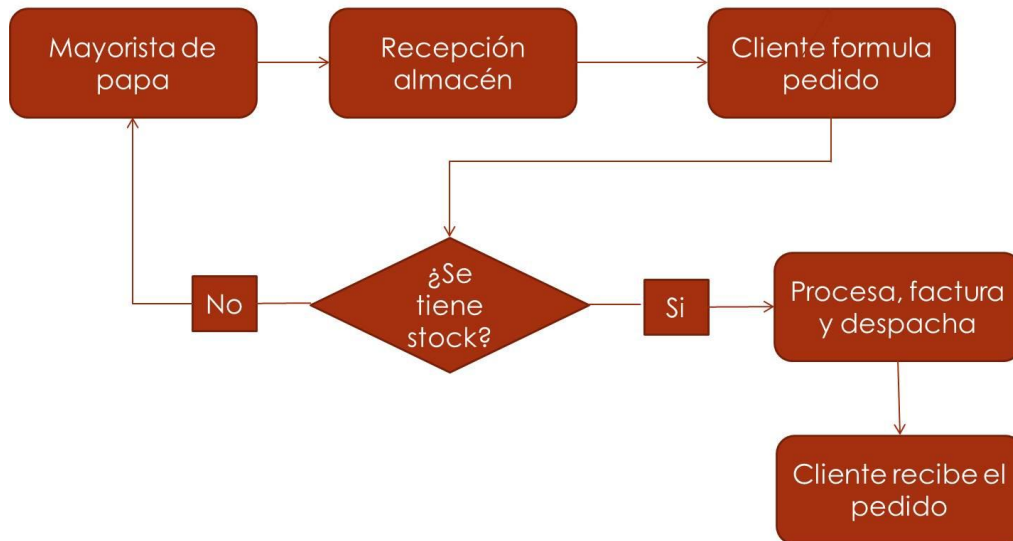
2.4.3.4. Marketing directo

A fin de fidelizar al cliente Chips Délicieux contará con un grupo de chat en Whatsapp, a fin de mantener informado a los clientes de nuestra disposición y atender pedidos rápidos o especiales, ya que es necesario tener en cuenta que los locales también son utilizados por los clientes para celebrar algún acontecimiento, (cumpleaños, aniversarios y otros), y en los que la rutina cambia, por lo tanto también cambia la necesidad de los insumos y materiales para dichas ocasiones, que no necesariamente está programadas.

2.4.4 La cadena de distribución

Chips Délicieux mantendrá sus promociones periódicamente y la atención será personalizada a fin de fidelizar a sus clientes y estos se sientan satisfechos con el producto y el servicio que se les brinde.

Figura 10. Cadena de Distribución



Fuente: las autoras

3 PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

3.2.1. Proveedores

La empresa Chips Délicieux, contará con 2 proveedores mayoristas regionales, para la adquisición de la materia prima, los mismos que fueron elegidos por:

- Brindarnos bajos costos de la materia prima.
- La mercadería adquirida cumple con los Pesos exactos de compra.
- Entrega inmediata, puesta en almacén.

3.2.2. Tiempo de entrega

El tiempo de entrega de la materia prima al establecimiento realizado por el proveedor será de 1 hora, puesto en almacén.

3.2.3. Precio

El costo de la materia prima nos viene a salir a S/. 100.00 por saco de papa, que tiene una equivalencia de 110 kilo cada uno, que a su vez la unidad por kilo nos cuesta a S/. 0.9 céntimos.

Este aspecto de aprovisionamiento se resume en el cuadro siguiente:




Cuadro 7 Tiempos de aprovisionamiento

Proveedores	Tiempo de entrega	Precio								
La empresa Chips Delicieux, contará con 2 proveedores mayoristas, que son Comercial Marielita EIRL y Distribuidora Ramírez SRL, para la adquisición de la materia prima, los mismos que fueron elegidos por: <ul style="list-style-type: none">- Brindarnos bajos costos de la materia prima.- La mercadería adquirida cumple con los pesos, tamaños y calidad requerida.- Entrega oportuna en las horas pactadas puestas en nuestro almacén.	El tiempo de entrega de la materia prima al establecimiento realizado por el proveedor será de 07:00 a 08:00 am. Puesto en nuestro almacén.	El costo de la materia prima se describe de la siguiente manera: <table><thead><tr><th>Peso</th><th>Precio</th></tr></thead><tbody><tr><td>1 kg. de papa</td><td>S/.1.50</td></tr><tr><td>50 kg. de papa</td><td>S/.72.50</td></tr><tr><td>100 kg. De papa</td><td>S/140.00</td></tr></tbody></table>	Peso	Precio	1 kg. de papa	S/.1.50	50 kg. de papa	S/.72.50	100 kg. De papa	S/140.00
Peso	Precio									
1 kg. de papa	S/.1.50									
50 kg. de papa	S/.72.50									
100 kg. De papa	S/140.00									

Fuente: las autoras

Cómo se puede apreciar, el contar con proveedores, medidos con tiempo de entrega beneficia en costo, por otro lado los estándares en tamaño, tipo, y peso nos garantizan contar con la materia prima adecuada para procesar las papitas al hilo, y garantizar a nuestros clientes la calidad ofertada.

3.2.4. Maquinarias

Maquinaria	Precio	Imagen	Descripción
Peladoras	S/.2,500.00		Elaborado en acero inoxidable, modelo D8-06, marca INOXCHEF, motor de 0.25CV, frecuencia 50Hz, producción 120 kg. x hora
Cortadora	S/249.00		Es una maquina cortadora manual, que funciona por la acción de un operario, manipulada con destreza para la realización de corte de las papas, debe estar fijada atornillada a una mesa de trabajo para facilitar la labor del cortado
Selladora	S/.1,000.00		Construido en Acero al carbono pintado, botón ON / OFF, perilla para regular el tiempo de sellado, bandeja para colocar productos, Marca: Grondoy, Modelo: PFS-600, Material: Acero al carbono, Tipo: Industrial, Potencia: 1500W, Voltaje: 220V / 60 Hz., Tiempo de sellado: 0 ~ 2.5 S., Medida del sellado: 10 x 600 mm., Dimensiones: 850 X 700 X 700 MM.

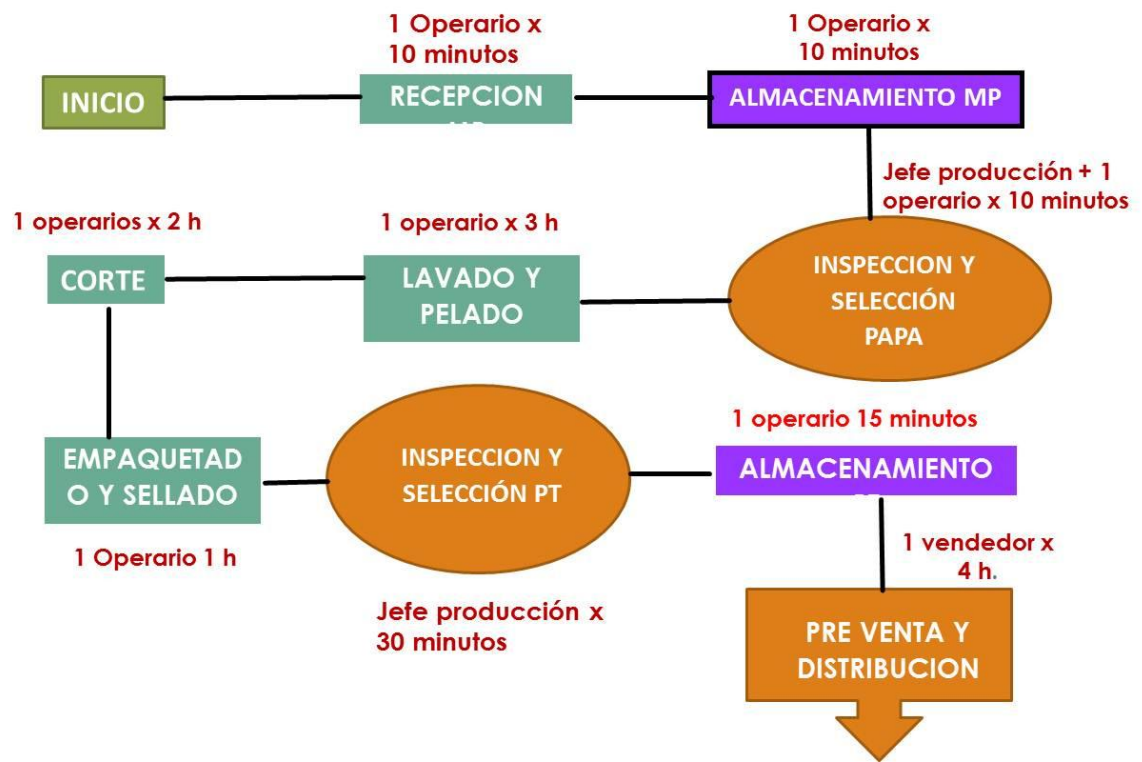
Fuente: Las autoras

3.4 El proceso productivo

3.4.1. Descripción del proceso y operaciones

El proceso para la producción de papas en tiras y empaquetadas por kilos es la siguiente:

Figura 5 el proceso productivo



Fuente: las autoras

a) Recepción de la materia prima

En este proceso se recibe la materia prima necesarios para obtener la papa en tiras, a la vez se pueden valorar las condiciones externas que presenta las mismas de acuerdo con los requerimientos de la empresa, en especial en la recepción de la papa ya que el producto puede presentar características no deseadas. Que son observables fácilmente como tamaño, cortes, entre otros.

b) Almacenamiento de la MP

La materia prima puede almacenarse teniendo en cuenta las necesidades del producto, ya que la papa debe depositarse en un lugar oscuro con poca aireación y relativa humedad, en estibas de madera para que pueda conservar sus características.

c) Selección del producto

La papa se selecciona desechando el producto no apto para el proceso y se clasifica según tamaño dependiendo el corte que requiera, para que se adecue para realizar las tiras.

d) Lavado y secado

La papa en esta etapa se lavan con agua para quitar la tierra y otras suciedades, y se retira la cascara mecánicamente con equipos diseñados especialmente para esa labor. Su finalidad es quitar la parte no comestible.

e) Corte

La papa pelada y lavada es llevada a la tajadora, para ser cortada en tiras. El tamaño de la cortada es un factor importante en la calidad de las tiras; para el corte se emplea la maquina con diferentes cuchillas.

f) Selección del producto

Cuando el producto está cortado en tiras, se realiza un control de calidad, tendiente a seleccionar los productos (tiras) que no presentan una calidad aceptable, o que no cuentan con las características deseadas.

g) Empaque

El empaque constituye la culminación de todo el proceso de fabricación del producto; y lista para ser comercializada.

h) Sellada

Cuando el producto ya está en las bolsas, se procede a sellado por medio de calor, esto puede realizarse por medio de una maquina selladora

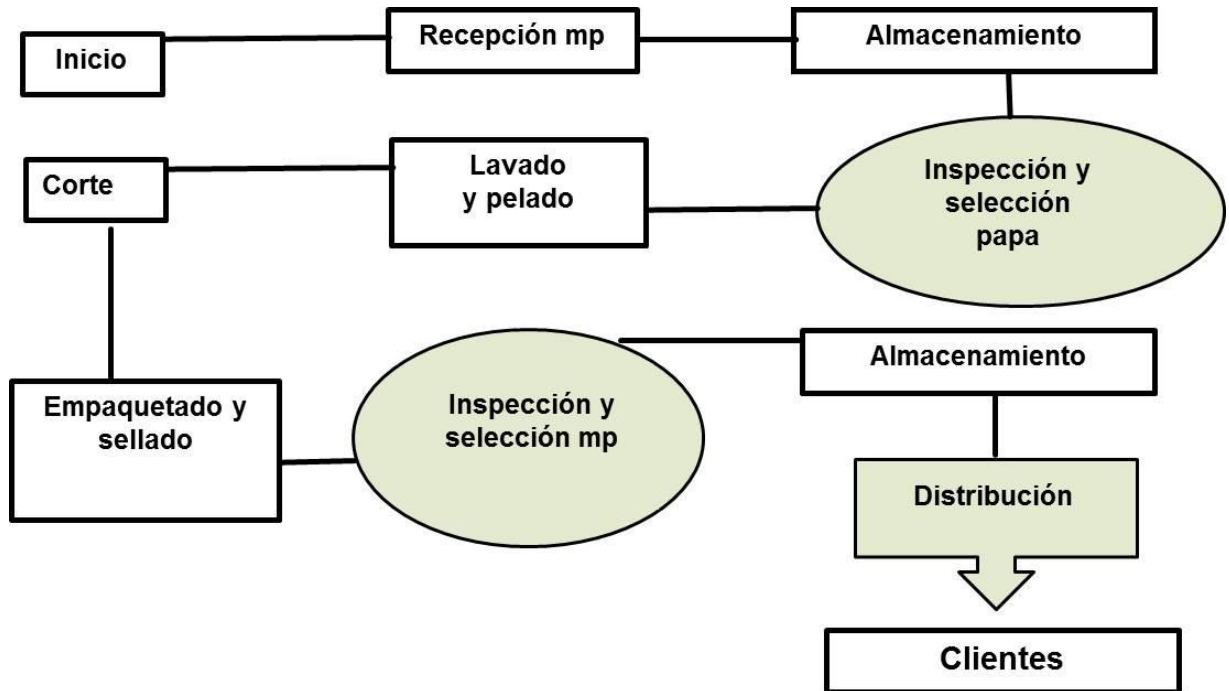
i) Almacenamiento

Para el almacenamiento del producto terminado, se agrupan en unidades por kilos y posteriormente son ubicados en una bodega con congeladoras especialmente para este producto de manera que esté listo para su comercialización.

j) Distribución del producto

Transporte y entrega del producto.

Figura 6 Diagrama del flujo del producción



Fuente: Las autoras

Figura 7 Mapa de tiempos y responsables

Actividad	Responsable	Tiempo
Inicio		
Recepción de materias primas.	Operario	20 minutos
Almacenamiento de materias primas.	Operario	20 minutos
Inspección y selección de papa.	Jefe de producción	2 horas
Lavado y pelado.	Operario	8 horas
Corte.	Operario	4 horas
Empaquetado y sellado.	Operario	30 minutos
Almacenamiento del producto terminado.	Operario	30 minutos
Distribución del producto terminado.	Vendedor	8 horas
FIN		

Fuente: Las autoras

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. Reclutamiento

El gerente de la microempresa Chips Délicieux E.I.R.L., define como principal política en el proceso de reclutamiento el inicio de la búsqueda de personal idóneo para el cargo vacante al interior de la empresa valorando: la experiencia, antigüedad y conocimiento de esta persona, La misma que será realizada a través de la búsqueda directa en la Bolsa de empleos de la dirección Regional de trabajo y promoción del empleo, Institutos Tecnológicos y SENATI.

4.2. Plan de capacitación

Los procesos de capacitación son una estrategia para el manteniendo y desarrollo de la empresa representado en sus colaboradores. Este proceso será liderado por el gerente quien será el responsable de suministrar la información necesaria al personal para establecer los procesos de formación, los cuales se desarrollaran de manera óptima.

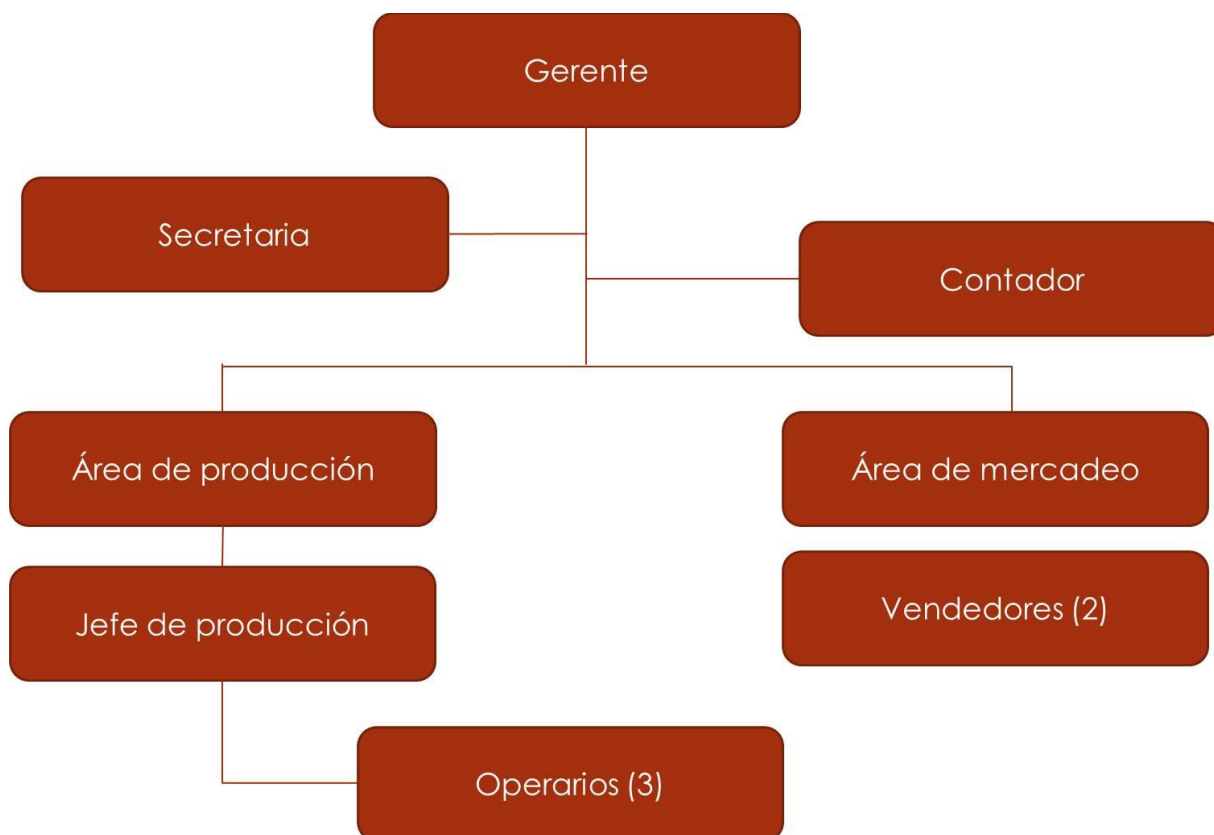
El proceso de capacitación será permanente para el área de ventas.

Se buscará que en toda capacitación que se realice los trabajadores obtengan su certificado de asistencia como principal programa de capacitación y desarrollo para los empleados.

4.3. Sistema de remuneración

La remuneración se realizará en periodos de 15 a 30 días de cada mes, donde se realizará en cada fecha un pago equivalente al 50% del salario pactado, previos descuentos de ley y los que se acuerden con el empleado debido a descuentos directos por nómina.

Figura 8 Organigrama de Chips Délicieux, E.I.R.L.,2019



Fuente: Las autoras

4.3. Mapa de puestos

Cuadro 8 Asignación de Puestos Chips Délicieux E.I.R.L., 2019

Puesto	Funciones	Jornada laboral	Remuneracion y/o honorarios profesionales
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Representante legal. - Articulará los trabajos que realizan los diferentes niveles de la organización. - Velará por el buen cumplimiento de las leyes y reglamentos. 	8 horas diarias De lunes a sábado	S/. 1500.00

Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los libros contables. • Elaborar las declaraciones de renta y presupuesto. • Verificar conciliación bancaria. • Firmar los estados financieros. 	Asesor Externo	S/. 200.00
Asistente de Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones de auxiliar contable. • Atender pedidos y llamadas telefónicas. • Manejo de correspondencias. • Otras funciones inherentes al cargo. 	4 horas diarias lunes a sábado	S/. 500.00
Jefe de Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar entrada y salida de la materia prima. • Recibir la materia prima así como colocarla en producción. • Colaborar en el proceso de la producción de la papa. • Realizar la última fase de almacenamiento del producto terminado. • Realizar proceso de verificación de calidad del producto. 	8 horas diarias L-S	S/ 1300.00
Operario	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar e inspeccionar la papa. • Atender el proceso productivo de las etapas. • Llevar a cabo el proceso de lavado y pelado, • Adicionalmente hará la fase de empaçado donde verificará si el producto cumple con las condiciones de calidad estipuladas. • Inspección y medición del producto sometido 	8 horas diarias L-S	S/ 950.00
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las políticas de venta y comercial • Rotar el producto en las tiendas. • Revisar que el producto este visible y disponible. • Mantener el inventario 	4 horas diarias L-S	S/ 500.00

Fuente: las autoras

1.3 Régimen tributario

El Régimen Tributario al cual estará acogido el Chips Délicieux será el Régimen MYPE Tributario del Impuesto a la Renta, aprobado mediante Decreto Legislativo N° 1269, que comprende a contribuyentes cuyos ingresos no superen las 1700 UITs.

El impuesto a la renta de la empresa se determinará aplicando a la renta neta anual hasta 15 UIT la tasa del 10%, lo cual se presentará mediante declaración jurada anual, asimismo declarará y abonará pagos a cuenta del 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes, siempre y cuando los ingresos netos anuales no superen las 300 UIT.

Los libros y registros contables que se llevarán son los siguientes:

- Registro de Ventas
- Registro de Compras
- Libro diario de formato simplificado

4 PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.4 Estudio económico

4.4.3 Inversión

Las premisas para nuestro plan de negocio:

- a. Horizonte de evaluación es de 3 años
 - b. Los montos están expresados en soles
 - c. El inicio de operaciones será en enero del 2019
 - d. El impuesto a la renta considerado es de acuerdo con la normatividad vigente al respecto para nuestra zona de selva
 - e. Nuestra política de ventas es al contado
 - f. La estructura financiera es de 65% aporte de capital y 35% de deuda
 - g. El préstamo será para cubrir la inversión en maquinarias y pago de alquiler
 - h. Los montos en el estado pérdidas y ganancias se encuentran sin el IGV
 - i. El precio de ventas por unidad para la presentación de Rápida es de S/.4.5
- Los precios se mantendrán constantes para todo el horizonte del proyecto

Tabla 1. Inversión Inicial.

DESCRIPCIÓN	Total (Soles)
I. Gastos de Acondicionamiento del Local	7,270.00
II. Adquisición de Activos fijos	25,925.74
III. Gastos de Constitución	2,926.60
IV. Adquisición de Insumos	9,100.00
TOTAL	45,222.34

Fuente: Las autoras

4.4.4 Comportamiento del mercado

El mercado inicial está conformado por las haburgueserías tomadas como más representativas y que se explicó acápite anterior, y consumen 15 kg. Diarios de papas.

Tabla 2. Calculo de consumo de clientes

Kg diarios	15
kg mes	450
kg año	5400
por 13 clientes	64800

Fuente: las autoras

Tabla 3. Ingreso por ventas.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	64,800	64,800	64,800
Precio mercado local (por saco)	5	5	5
Tendencia del precio	0%	5%	5%
Precio de venta efectiva	5	5	5
VENTA TOTAL ANUAL EMPRESA	324,000	486,000	486,000

Fuente: las autoras

Tabla 4. Gastos administrativos.

	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3
Titular Gerente	1	1	1	1
Sueldo mensual	1,500	18,000	18,000	18,000
Contador	1	1	1	1
Sueldo mensual	200	2,400	2,400	2,400
Secretaria	1	1	1	1
Sueldo mensual S/ 500.00 c/u	500	6,000	6,000	6,000
Jefe de Producción	1	1	1	1
Sueldo mensual	1,300	15,600	15,600	15,600
Operario/ vendedor	5	5	5	5
Sueldo mensual O:S/.950.00 x3 V: S/.500.00	3,850	231,000	231,000	231,000
Remuneraciones del personal	7,350	273,000	273,000	273,000
Essalud 9%	662	24,570	24,570	24,570
Remuneración total mensual	8,012	297,570	297,570	297,570
Servicios básicos	393	4,716	4,716	4,716
Útiles oficina	100	1,200	1,200	1,200
Útiles de limpieza	150	1,800	1,800	1,800
Otros	80	960	960	960
Total mensual	723	8,676	8,676	8,676
TOTAL	8,735	306,246	306,246	306,246

Fuente: las autoras

Tabla 5. Gastos comerciales.

	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	600.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Promociones	545.00	1,090.00	1,090.00	1,090.00
Otros	80.00	960.00	960.00	960.00
TOTAL	1,225.00	9,250.00	9,250.00	9,250.00

Fuente: las autoras.

Tabla 6. Gastos pre operativos.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de Mercado	1,500.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Constitución	2,926.60	0.00	0.00	0.00
Gastos de Acondicionamiento	11,350.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	15,776.60	0.00	0.00	0.00

Fuente: las autoras

1.1 Estudio financiero

Tabla 7. Inversión en activos fijos.

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0							
Descripcion	TIPO	Unidad	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Costo (sin IGV)	IGV 18 %	Total Costo (con IGV)
OPERACIONES							
3 locales							
Freidora	maquinaria	d Unida	1	S/. 1,817.80	S/. 1,818	S/. 327.2	S/. 2,145
Campana extractora	maquinaria	d Unida	1	S/. 4,725.60	S/. 4,726	S/. 850.61	S/. 5,576
Calentador de papas fritas	maquinaria	d Unida	1	S/. 2,858.62	S/. 2,859	S/. 514.55	S/. 3,373
Refrigerador	maquinaria	d Unida	1	S/. 1,440.67	S/. 1,441	S/. 259.32	S/. 1,700
Plancha	maquinaria	d Unida	1	S/. 1,090.67	S/. 1,091	S/. 196.32	S/. 1,287
Grifo para lavadero	equipo	d Unida	1	S/. 677.88	S/. 678	S/. 122.02	S/. 800
Lavadero	equipo	d Unida	1	S/. 1,914.00	S/. 1,914	S/. 344.52	S/. 2,259
Mesa de trabajo	equipo	d Unida	1	S/. 1,056.00	S/. 1,056	S/. 190.08	S/. 1,246
Caja registradora	mobiliario	d Unida	1	S/. 3,635.59	S/. 3,636	S/. 654.41	S/. 4,290
Aire acondicionado	mobiliario	d Unida	1	S/. 847.37	S/. 847	S/. 152.53	S/. 1,000
Estructura de barra	mobiliario	d Unida	3	S/. 635.59	S/. 1,907	S/. 343.22	S/. 2,250
TOTAL ACTIVOS FIJOS - OPERACIONES					S/. 21,971	S/. 3,955	S/. 25,926

Fuente: las autoras.

Tabla 8. Depreciación y amortización en activos fijos.

DETALLE	VALOR INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	RESIDUAL
Depreciación activo fijo	25925.74	2,592.57	2,592.57	2,592.57	18,148.02
Amortización activo intangible	0.00	0	0	0	0
TOTAL	25,925.74	2,592.57	2,592.57	2,592.57	18,148.02

Fuente: las autoras.

Tabla 9. Programa de endeudamiento.

Deuda a

Tomar **SI. 50,000.00**

26.76% Anual	2.23% mensual
36 meses	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
1	2,035	1,115	920	49,080
2	2,035	1,094	940	48,140
3	2,035	1,074	961	47,179
4	2,035	1,052	983	46,196
5	2,035	1,030	1,005	45,191
6	2,035	1,008	1,027	44,164
7	2,035	985	1,050	43,114
8	2,035	961	1,073	42,041
9	2,035	938	1,097	40,943
10	2,035	913	1,122	39,822
11	2,035	888	1,147	38,675
12	2,035	862	1,172	37,502
Total	24,418	11,920	12,498	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
13	2,035	836	1,199	36,304
14	2,035	810	1,225	35,079
15	2,035	782	1,253	33,826
16	2,035	754	1,281	32,546
17	2,035	726	1,309	31,236
18	2,035	697	1,338	29,898
19	2,035	667	1,368	28,530
20	2,035	636	1,399	27,132
21	2,035	605	1,430	25,702
22	2,035	573	1,462	24,240
23	2,035	541	1,494	22,746
24	2,035	507	1,528	21,218
Total	24,418	8,134	16,284	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
25	2,035	473	1,562	19,656
26	2,035	438	1,596	18,060
27	2,035	403	1,632	16,428
28	2,035	366	1,668	14,759
29	2,035	329	1,706	13,054
30	2,035	291	1,744	11,310
31	2,035	252	1,783	9,527
32	2,035	212	1,822	7,705
33	2,035	172	1,863	5,842
34	2,035	130	1,905	3,937
35	2,035	88	1,947	1,990
36	2,035	44	1,990	0
Total	24,418	3,200	21,218	

Fuente: las autoras

Tabla 10. Estado de resultados económicos.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	324,000.00	486,000.00	486,000.00
Costo ventas	332,248.88	332,248.88	332,248.88
Margen Bruto	656,248.88	818,248.88	818,248.88
Gastos administrativos	-306,246.00	-306,246.00	-306,246.00
Depreciación	-2,592.57	-2,592.57	-2,592.57
Gastos comerciales	-9,250.00	-9,250.00	-9,250.00
Margen operativo	338,160.31	500,160.31	500,160.31
Gastos financieros	-11,920.33	-8,133.71	3,199.78
Margen antes de tributos	326,239.98	492,026.60	503,360.09
Tributos mas de 15 UIT - 29.50%	-96,240.79	145,147.85	148,491.23
Margen neto	229,999.19	637,174.45	651,851.32

Fuente: las autoras.

Tabla 11. Tributación del proyecto.

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	10%	10%	10%
Tasa tributaria (TAX)	19%	19%	19%

Fuente: las autoras.

Tabla 12. Flujo de caja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		324,000.00	486,000.00	486,000.00
Inversión inicial	57,556.19			
Activo fijo	- 66,026.00			
Capital de trabajo	50,500.00			
Compras	- 9,100.00			
Gastos administrativos		- 306,246.00	- 306,246.00	- 306,246.00
Gastos comerciales		- 9,250.00	- 9,250.00	- 9,250.00
Pago impuestos				
Flujo Caja Económico (FCE)	32,930.19	8,504.00	170,504.00	170,504.00
Préstamo recibido	50,000.00			
Depreciación		- 2,592.57	- 2,592.57	- 2,592.57
Gastos financieros		- 11,920.33	- 8,133.71	- 3,199.78
Flujo Caja Financiero (FCF)	82,930.19	6,008.90	159,777.72	171,111.21

Fuente: las autoras.

CONCLUSIONES

- a. De acuerdo con el plan de marketing e introducción al mercado, se concluye que el proyecto se convertirá en un producto estrella, de rápida demanda del mercado, así como su crecimiento es positivo; también se identificó que tanto el producto como el mercado son actuales lo cual facilita el ahorro de tiempo y costos de operación de los snacks o restaurantes de hamburguesas.
- b. Por otro lado, el plan de operaciones permite ordenar muchos procesos que son relevantes para la empresa, ya que de eso depende la prestación de servicios. Nuestra fuente de aprovisionamiento tiene un precio adecuado y con calidad requerida; en cuanto al proceso productivo, se muestran las operaciones planificadas para el proceso productivo y el servicio que se brindará, detallando cada uno de los procesos.
- c. En el plan de recursos humanos se determinó que la política del personal y las condiciones laborales de los trabajadores son importantes, es por ello que se realizará una buena selección, contratación y formación del personal; además de que contarán con un horario establecido y un sueldo fijo que les brindara seguridad, salud y una buena calidad de vida.
- d. Concluyendo el plan económico y financiero evalúa la situación actual de la empresa y la proyecta a futuro, plasmándolo en cuadros que nos ayudan a ver la liquidez próxima que tendrá la empresa; donde se concluyó que el proyecto es viable.
- e. La factibilidad de mercado fue fundamental, ya que permitió tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir las papas, lo cual permitió conocer las características y especificaciones del producto que el cliente desea y espera cuando compra alimentos empaquetados, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Alicorp, 2017. *Papas listas para freír*. [Online] Alicorp (1ra) Available at: <http://www.alicorp.com.pe/alicorp/marcas/productos-industriales/congelados/papas-lista.html> [Accessed 09 setiembre 2018].
- Arellano, R., 2013. *Estilo de vida de los peruanos*. [Online] Arellano Marketing (1ra) Available at: <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/> [Accessed 18 setiembre 2018].
- D'aleccio, I.F., 2008. *El Proceso estratégico: un enfoque de gerencia*. 1st ed. México: Pearson Educación.
- David, F., 2017. *Administración Estratégica*. 16th ed. México: ADDISON-WESLEY.
- Destinonegocio, 2017. *Identifica tu mercado potencial para ganar más*. [Online] Movistar (1ra) Available at: <http://destinonegocio.com/pe/economia-pe/identifica-tu-mercado-potencial-para-ganar-mas/> [Accessed 03 octubre 2018].
- Diccionario Culinario, 2016. *Glosario Diccionario Culinario / Término*. [Online] (1) Available at: <https://glosarios.servidor-alicante.com/glosario-gastronomia/antojitos> [Accessed 15 agosto 2018].
- Diccionario Latinoamericano, 2016. *Así Hablamos*. [Online] (1) Available at: <http://www.asihablamos.com/word/palabra/Lonche.php> [Accessed 15 agosto 2018].
- El Comercio, 2015. *Pollerías utilizan entre 50 a 300 kilos de papa al día*. [Online] Editora el Comercio (1) Available at: <https://elcomercio.pe/economia/mercados/pollerias-utilizan-50-300-kilos-papa-dia-375124> [Accessed 24 setiembre 2018].
- Electroriente, 2018. *Electro Oriente*. [Online] (1) Available at: http://www.elor.com.pe/portal_elor/ [Accessed 23 agosto 2018].
- Funiber, 2017. *Composición nutricional de la papa blanca*. [Online] Fundación Universitaria Iberoamericana - FUNIBER Brasil - FUNIBER Italia - FUNIBER USA (1ra) Available at: <https://www.composicionnutricional.com/alimentos/PAPA-BLANCA-4> [Accessed 24 setiembre 2018].
- Grandez Ríos, R., 2018. *Loreto: Balance económico 2017 y perspectiva 2018*. [Online] Available at: <https://rcrperu.com/opinion/petroleo-y-comunidades/>.

Ilañesa, 2017. *Papas fritas "Limon" en bolsa*. [Online] La Ilañesa (1ra) Available at: <https://www.tiendalaibanesa.net/patatas-fritas/107-papas-fritas-limon-bolsa-170-gr.html> [Accessed 09 setiembre 2018].

Indecopi, 2017. *Marca de Producto*. [Online] INDECOPI (1) Available at: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/marca-de-producto> [Accessed 18 setiembre 2018].

INEI, 2010. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4)*. 1st ed. Lim: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Informática, Instituto Nacional de Estadística e, n.d. *INEI*. [Online] Available at: <https://www.inei.gob.pe/>.

Keller, K.L. & Kotler, 2006. *Dirección de Marketing*. 12th ed. México: Prentice Hall.

Manene, L.M., 2012. *Mercado: Concepto, Tipos, Estrategias, Atractivo Y Segmentación*. [Online] Mercados (1ra) Available at: <http://www.luismiquelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/> [Accessed 25 setiembre 2018].

Movimiento por la paz, 2018. *Nueve pasos para crear una empresa con personería jurídica en el Perú*. [Online] Fundación Telefónica (1ra) Available at: http://wapaperu.mpd.org/index.php?option=com_content&view=article&id=181 [Accessed 03 octubre 2018].

OPS/OMS, 2017. *Emergencia por impacto del Fenómeno "El Niño Costero" – Perú, 2017*. [Online] OMS (1ra) Available at: https://www.paho.org/per/index.php?option=com_content&view=article&id=3710:emergencia-por-impacto-del-fenomeno-el-nino-costero-2017-peru&Itemid=1060 [Accessed 18 setiembre 2018].

World Travel Awards (WTA), 2018. *World Travel Awards 2018: Perú busca retener título como mejor destino culinario*. [Online] Editora Grupo El Comercio (1ra) Available at: <https://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/world-travel-awards-2018-peru-busca-retener-titulo-mejor-destino-culinario-mundo-noticia-nndc-570645> [Accessed 24 octubre 2018].

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta para investigación de mercado

Encuesta de Producto

Nombre: _____ Número de DNI: _____
Establecimiento: _____

Buen día, nos encontramos realizando una encuesta con el objetivo de conocer su opinión acerca del lanzamiento de un nuevo producto. Su opinión será muy útil para poder ofrecerle un mejor producto y como cliente usted esté más satisfecho. Agradeceremos conteste las siguientes preguntas, muchas gracias por su colaboración.

Perfil del encuestado

1. Indique su Edad.

- a. Entre 20 a 25 años
- b. Entre 26 a 30 años
- c. Entre 30 a 35 años
- d. De 35 años a más

2. Indique su sexo

- a. Femenino
- b. Masculino

3.Cuál es su responsabilidad en el local

- a. Administrador
- b. Cajero
- c. Responsable compras
- d. Jefe de meseros
- e. Otro

4. ¿Con que estudios cuenta?

- a. Secundaria completa
- b. Superior técnico

- c. Universitarios
- d. Trabaja y estudia
- e. independiente

Del producto

Estamos lanzando al mercado un nuevo concepto de producto, Chips Delicieux ofrece irresistibles papas al hilo 100% naturales, crocantes y calientitas en una nueva presentación de snack para aligerar el proceso de cocción de papas al hilo en su establecimiento, esta nueva y novedosa presentación permite que puedas disminuir el tiempo que dedica a este proceso, por lo cual tendría mayor tiempo para concentrarse en la atención a sus comensales.

5. **¿Ha considerado que el tiempo que preara las papas al hilo podría ser mejor invertido en otro proceso?**
 - a. No
 - b. Si

6. **¿Con qué frecuencia compra papas para procesarlas?**
 - a. Una vez a la semana
 - b. Más de 2 veces a la semana
 - c. Una vez al mes
 - d. Cada 15 días

7. **¿Qué le parece la idea que le estamos presentando?**
 - a. Muy mala
 - b. Mala
 - c. Ni Buena ni mala
 - d. buena
 - e. muy buena

8. **Del 1 al 5, cuál es el atributo que valoraría más en la nueva presentación de papas al hilo (donde 5 es la más importante).**
 - ___Precocidas
 - ___Delgadas

__Saladitas

__Sin sal

Intención de compra

¿Le gustaría le trajeran y entregaran en su local su pedido de papas al hilo?

- a. Si
- b. No

9. Marque la opción que se ajuste a su intención de compra respecto a esta nueva idea de negocio.

- a. Definitivamente lo compraría
- b. Probablemente lo compraría
- c. Tal vez lo compre, tal vez no
- d. Probablemente no lo compraría
- e. Definitivamente no lo compraría

10. Chips Délicieux considera tener 3 tamaños de presentación, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ellas? (marcar el recuadro).

Rápida (1.5kg)	Adecuada (2.5 kg.)	Económica (5 kg.)
11. S/3.5	12. S/5.5	13. S/20.5
14. S/4.50	15. S/6	16. S/21
17. S/5.5	18. S/7.5	19. S/22.5

20. ¿Cómo le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva propuesta de negocio?

- a. Redes sociales
- b. Radio
- c. Volantes
- d. Televisión
- e. Periódico
- f. Otros _____

**Muchas gracias por
Sus respuestas!**

Anexo 2 Modelo de correo electrónico de presentación

Responder a: "chips delicieux" <chipsdelicieux@peruavisos.org>
De: "Chips Delicieux SRLtda." <marketing@euroavisos.com>
Para: "Susan Marina Lozano Flores" <sulozano75@gmail.com>, Jenny Cristina Zurita Rodriguez <caribiker1923@gmail.com>
Fecha: 07/11/2018, 04:53:34 PM
Asunto: (Cotización) Servicio Económico de papitas al hilo por Noviembre y Fiestas de Fin de Año



Iquitos, 06 de noviembre de 2018

(Cotización) Servicio de papas al hilo por Noviembre y Fiestas de Fin de Año

Señores :

Atención :

Somos Chips délicieux S.R.Ltda, una nueva empresa de producción de papas al hilo, y que le t perfecto para acompañar y complementar los productos que usted ofrece a sus comensales, y le mayor exigencia de sus clientes..

Contamos con la experiencia y el profesionalismo necesario además de la calidad.

Esperamos que esta carta de presentación sea de su completo interés y nos contacten para envi compromiso y podamos atenderlos.

Muchas gracias por su atención.

Atte.

Susan Marina Lozano Flores

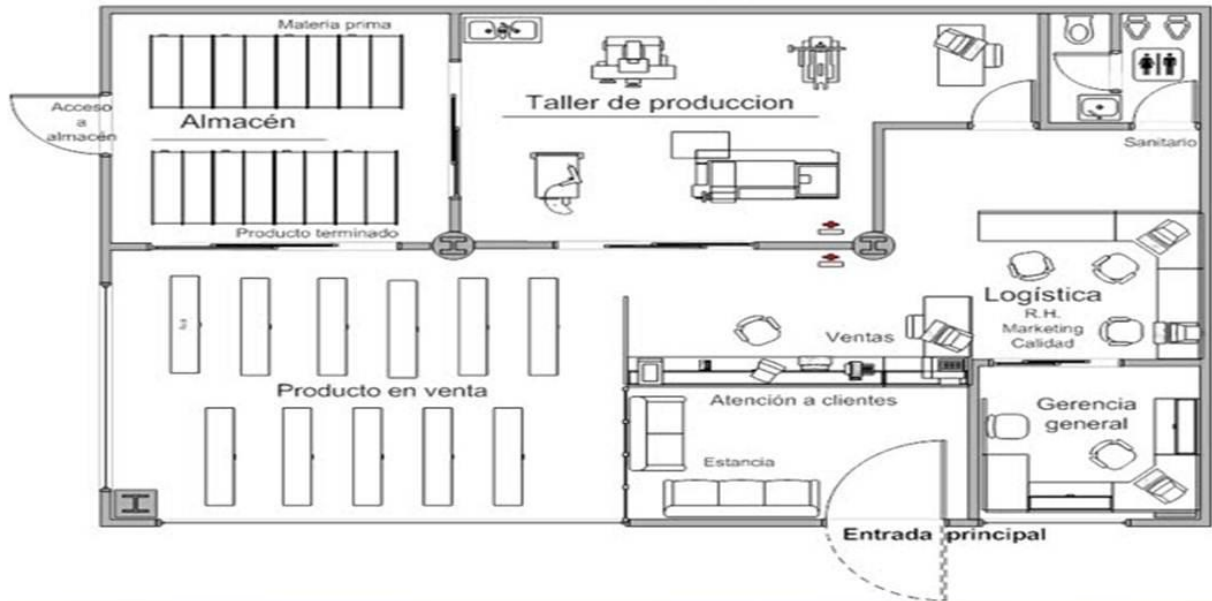
Coordinadora Principal
Chips Délicieux S.R.Ltda.

RPC Movistar: 980 547 242 / 980 506 332

Informes@chipsdelicieux.com

PD. Si usted no es la persona encargada de la organización de eventos en su institución le rogamos nos brinde la persona indicada para poder enviarle una carta personalizada, de lo contrario le pedimos que reenvíe este correo correspondiente, muchas gracias por su atención.

Anexo 3 Plano de distribución de Planta



Fuente: las autoras