



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Plan de Negocio COCONA DESHIDRATADA,

Ciudad de Iquitos - 2018

Autores:

Cornejo Jara, Miguel Ángel

Maldonado Flores, Lina Layni

**Para optar el título profesional
de Licenciado en Administración**

IQUITOS-PERÚ

2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a toda mi familia, principalmente a mis padres, Raúl Alejandro y María y a mis queridos hermanos por haber sido fortaleza en toda mi preparación profesional.

Miguel A. Cornejo

Dedico este trabajo a un ángel que está en el cielo, con todo mi amor eterno, a mi querida madre. Sé que desde el cielo cuidarás de mí. Para ti Gladis Flores.

Lina Maldonado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo que es mi título profesional, a mis padres Raúl Alejandro y María, quienes son mi motor y mi mayor inspiración que a través de su amor, paciencia y buenos valores ayudaron a lograr mis objetivos

Miguel A. Cornejo

Mi infinito agradecimiento a Dios, a mi querida madre, a la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERU, a los docentes y a todas las personas que me apoyaron en esta etapa de mi vida y permitieron que hoy concluya con mi formación académica profesional.

Lina Maldonado



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos, Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS
PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 430-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 19 de noviembre de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- Econ. Jesús Gamarra Ramírez Dr. **Presidente**
- Lic. Adm. Juan Carlos Ramírez Cervan Mgr. **Miembro**
- Lic. Adm. José Antonio Vascones Vargas **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las... 11:00... horas del día 01 de FEB 2019 del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIO COCONA DESHIDRATADA, CIUDAD DE IQUITOS, 2018".

Presentado por:

MIGUEL ANGEL CORNEJO JARA
LINA LAYNI MALDONADO FLORES

Como requisito para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntadas las que fueron: ADJUELTA

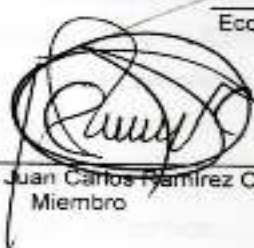
El jurado después de la deliberación en privado llevo a la siguiente conclusión:


La sustentación es:

APROBADO] POR MAYORIA

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


Econ. Jesús Gamarra Ramírez Dr.
Presidente


Lic. Adm. Juan Carlos Ramírez Cervan Mgr.
Miembro


Lic. Adm. José Antonio Vascones Vargas
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelescia	18-20
	Aprobado (a) Unanimidad	15-18
	Aprobado (a) Mayoría	13-15
	Desaprobado (a)	00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
ABSTRACT	02
I. INFORMACIÓN GENERAL	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta actual y tendencias.....	11
2.4 Programa de Marketing.....	12
2.4.1 El producto.....	12
2.4.2 El precio.....	13
2.4.3 La promoción.....	13
2.4.4 La cadena de distribución.....	15
III. PLAN DE OPERACIONES	16
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	16
3.2 El proceso productivo.....	18
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	20
4.1 La organización.....	20
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	20
4.3 Condiciones laborales.....	22
4.4 Régimen Tributario.....	22
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	24
5.1 Estudio económico.....	23
5.2 Estudio financiero.....	24
CONCLUSIONES	28
BIBLIOGRAFÍA	29

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme- alojamiento.....	04
Cuadro 2. Proyección de la demanda, 2018.....	09
Cuadro 3. Ranking del consumo de jugos en el Perú, 2016.....	10
Cuadro 4. Precios de los productos por marca, ciudad de Iquitos – 2018.....	11
Cuadro 5. Precios de los productos – cocona deshidratada, 2018.....	13
Cuadro 6. Costo para elaborar 100gr. de cocona deshidratada, 2018.....	17
Cuadro 7. Comportamiento del mercado: tendencias y participación, 2018.....	23
Cuadro 08. Ingreso por ventas.....	23
Cuadro 09. Costo de ventas.....	23
Cuadro 10. Gastos administrativos.....	24
Cuadro 11. Gastos comerciales.....	24
Cuadro 12. Gastos operativos.....	24
Cuadro 13. Inversión en activos.....	25
Cuadro 14. Capital de trabajo.....	25
Cuadro 15. Programa de endeudamiento.....	25
Cuadro 16. Estado de resultado integrales.....	26
Cuadro 17. Flujo de caja.....	27
Cuadro 18. Van y Tir.....	27

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1. Flujo del proceso productivo de cocona deshidrata, 2018.....	18
Gráfico 2. Estructura organizacional de la empresa, 2018.....	20

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 01. Logo de la empresa, 2018.....	03
Figura 02. Ubicación de la empresa, 2018.....	03
Figura 03. Refresco de cocona, 2018.....	05
Figura 04. Planta con frutos de cocona, 2018.....	07
Figura 05. Presentación de cocona deshidratada 100 y 200 gr 2018.....	12
Figura 06. Caja de 50 unidades de cocona deshidrata 100gr, 2018.....	13
Figura 07. Fan page de la empresa, 2018.....	14
Figura 08. La cadena de distribución, indirecta.....	15
Figura 09. Fruto de cocona.....	17
Figura 10. Cocona deshidratada.....	17

PLAN DE NEGOCIOS COCONA DESHIDRATADA, IQUITOS 2018

Miguel Ángel Cornejo Jara

Lina Layni Maldonado Flores

RESUMEN

El sector de los jugos naturales en el Perú está mostrando un crecimiento permanente, debido a los nuevos estilos y hábitos de vida de los consumidores, quienes cada vez optan por alimentos saludables, dentro de ellos los jugos naturales. En nuestro país existe una variedad de jugos, néctares y bebidas naturales.

En el presente proyecto se ha centrado la investigación en el consumo de jugos de frutas naturales, en nuestra ciudad, teniendo en cuenta que el consumidor peruano, es cada vez más consciente de comprar productos naturales, sin preservantes, ni colorantes químicos que afecten su salud. El mismo que ha determinado una demanda creciente de estos productos y la que se cubrirá con el presente plan de negocios.

Se ha elaborado la empresa en función de las necesidades del cliente, para ello se ha considerado procesos cortos, ordenados. En cuanto a las estrategias de promoción el objetivo es llegar a los clientes para que conozcan nuestros productos.

Se ha determinado un mercado potencial en crecimiento, que se debe cubrir con los dos productos que producirá nuestra empresa ya que fueron elaborados en función a las necesidades de los clientes.

Palabras claves: plan de negocios, cocona, deshidratado, jugo.

BUSINESS PLAN COCONA DEHYDRATED, IQUITOS 2018

Miguel Ángel Cornejo Jara

Lina Layni Maldonado Flores

SUMMARY

The natural juice sector in Peru is showing a permanent growth, due to the new styles and habits of view of consumers, who increasingly opt for healthy foods, including natural juices. In our country there is a variety of juices, nectars and natural drinks.

In the present project has focused research on the consumption of natural fruit juices, in our city, taking into account that the Peruvian consumer, is increasingly aware of buying natural products, without preservatives, or chemical dyes that affect their health. The same that has determined an increasing demand for these products and the one that will be covered by this business plan.

The company has been developed according to the needs of the client, for it has been considered short, orderly processes. As for promotional strategies, the goal is to reach customers so that they know about our products.

A potential market in growth has been determined, which must be covered with the two products that our company will produce as they were prepared according to the needs of the customers.

Keywords: business plan, cocona, dehydrated, juice.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

Nombre:	Fruta de mi tierra SAC - Cocona deshidratada
Sector de la actividad:	Industria.
Localización:	Pasaje Azucena Mz. A Lote 12 - Pampachica, distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.
Actividad:	elaboración y venta de cocona deshidratada

Figura 01. Logo de la empresa, 2018



Fuente: Elaboración propia

Figura 02. Ubicación de la empresa, 2018



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2018

C		Industrias manufactureras	
	10	Elaboración de productos alimenticios	
		103	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
			1030 Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 IDEA DEL NEGOCIO

El negocio busca satisfacer las siguientes necesidades: La alimentación saludable durante el almuerzo o en circunstancias cuando sienta sed, mediante la toma de un refresco. También se puede utilizar en las combinaciones de bebidas para elaborar coctel con cierto grado de alcohol, que se utilizan para todo tipo de eventos sociales e institucionales, familiares, etc.

Se atenderá a los clientes que compran en los mercados de abastos o supermercados al realizar sus compras diarias y semanales. Otro tipo de cliente son las familias, quienes desean celebrar una fecha importante, acompañado de una bebida refrescante. También se ha considerado un tercer

tipo de cliente que son los jóvenes, que desean elaborar tragos con un producto regional como es la cocona, para celebrar algún acontecimiento.

Ofrecemos la fruta de cocona deshidratada en diferente tipo de envase (vidrio y plástico), como también en diferentes tamaños. El producto se venderá a través intermediarios minoristas de todo tipo. A estos intermediarios se les ofrecerá la venta en cajas de dos presentaciones.

Figura 03. refresco de cocona, 2018



Fuente: google.com

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

Los consumidores peruanos pagan hasta 123% más en la compra de productos saludables, versus otras opciones no saludables, reveló el estudio Thinkfit de Kantar Worldpanel, que toma como muestra 8,100 hogares de 16 ciudades de Latinoamérica, incluyendo Lima. (Gestión, 2017)

Este mayor costo se debe a que la mayoría de estos productos, entre ellos los light, son importados, además de que existe aún poca oferta en nuestro país. Al estar el mercado peruano en desarrollo con respecto al consumo de productos saludables, presenta un gran potencial por explotar, teniendo en cuenta que el último año se ha incrementado el consumo de alimentos light; así, el 35% de los peruanos los consumen principalmente con el fin de tener una alimentación sana y cuidar su peso (Gestión, 2017).

La calidad de las frutas peruanas es indiscutible y muy valorada a nivel mundial. Sin embargo, en el Perú, solo el 9.3% de la población consume la cantidad de frutas y verduras recomendadas por la OMS. Las bebidas de frutas son un aspecto importante de la nutrición cotidiana. Contribuyen a

la hidratación, a prevenir enfermedades y mantener un cuerpo sano. (OMS 2017). Dentro las principales necesidades podemos señalar:

- a. Son bebidas hidratantes por excelencia. Contienen 90% de agua.
- b. Al ser líquidos alcalinos, sirven para mantener el equilibrio del organismo.
- c. No contienen grasas, pero aportan azúcares simples que brindan energía saludable.
- d. Sus nutrientes son absorbidos por el cuerpo humano en un 95%.
- e. Contienen vitaminas A, C y E, que combaten toda clase de enfermedades.
- f. Elementos como el hierro, el calcio y el fósforo mejoran el sistema inmunológico.
- g. Estos jugos son perfectos para prevenir infecciones respiratorias y ayudar al crecimiento.
- h. La fructosa tiene hidratos de carbono y ácidos orgánicos que son esenciales para la salud.
- i. Al beberlos, se genera una sensación de saciedad que ayuda a atenuar el apetito.
- j. Limpian y purifican el organismo de toda clase de toxinas y elementos negativos.
- k. Reconstruyen los tejidos dañados del sistema mediante las células de sus nutrientes.
- l. Tienen propiedades revitalizantes, diuréticas, remineralizantes y depurativas.
- m. En la pirámide nutricional, el consumo de frutas y verduras se presenta como base.
- n. Su sabor es muy agradable, y la variedad de frutas para prepararlos es interminable.

Figura 04. Planta con frutos de cocona, 2018



Fuente: google.com

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS.

En el año 2020, el consumo global de frutas deshidratadas alcanzaría los 4 millones de toneladas, indicó Alfonso Velásquez, presidente ejecutivo de Sierra y Selva Exportadora. Añadió que la población peruana cada vez consume más fruta deshidratada debido a la tendencia mundial por los alimentos naturales y sanos que combatan la obesidad y por la mayor conciencia de cuidar la salud.

En diciembre de 2015, Sierra y Selva Exportadora lanzó su programa de Destilados, informó que en el Perú se producía 1.6 millones de toneladas de fruta, de las cuales 160 mil toneladas se perdían por no darle valor agregado. Ahora no solo podría derivarse esa cantidad para elaborar destilados, sino también para transformar toda esa cantidad en fruta deshidratada de calidad y posicionarlos en los mercados de Europa, Asia y Norteamérica.

En España el consumo de fruta deshidratada aumentó en un 33% durante el periodo 2013 – 2014; se estima que actualmente su consumo haya crecido en un 50%.

El mundo ha despertado la conciencia de la vida sana; queremos vivir mejor, vivir sanos y vivir bien. En este informe vamos a conocer más sobre esta nueva tendencia que viene con fuerza y dispuesta a quedarse. Los consumidores se han vuelto más exigentes a la hora de comer, pues no sólo buscan lo saludable, sino que el sabor sea igual de atractivo que una comida tradicional.

Dentro de esta tendencia de vivir sano, los millenials encabezan la lista de los más exigente pues no sólo buscan insumos no industrializados, conocer la procedencia de los alimentos y que sean ricos al paladar, sino que además sea fácil de preparar y que no tome mucho tiempo en la cocina (ya que tiempo es lo que menos tenemos)

En el siguiente cuadro apreciaremos la proyección de la demanda, para el presente proyecto:

Cuadro 02. Proyección de la demanda, 2018 (en miles)

Distritos	2007	2010		2018 (Proyectada)
Iquitos	169,599	163,594		
Punchana	80,820	85,179		
Belén	73,015	74,551		
San Juan	106,834	124,143		
Total	430,268	447,467	1.32%	496,767
Zona urbana				95%
Total poblacional				471,929
Promedio personas por familia				5
Cantidad familias zona urbana ciudad de Iquitos				94,386
Nivel socio económico A, B, C y D				34%
Mercado objetivo (familias)				32,091
Consumo promedio al mes (bolsas)				5
Numero meses				12

Demanda potencial anual (bolsas)	1,925,470
---	------------------

Fuente: INEI y elaboración propia

En el cuadro anterior se aprecia el cálculo de la demanda proyectada del plan de negocios, en la primera parte del cuadro podemos ver la distribución de la población de la provincia de Maynas los años 2007 y el 2010. Se aprecia la población de los distritos de Iquitos, Punchana, Belén y San Juan. Con esos datos se proyecta la población global de la Provincia de Maynas que asciende a 496,767, para el año 2018. En la segunda parte del cuadro se aprecia el cálculo de la población urbana que es el 95%, llegando a un Total de población de 471,929. Ahora como nuestro producto ha sido diseñado para las familias y en nuestro medio una familia está conformada por 4 personas, se llega a 94,386 familias. Pero el segmento objetivo es el nivel socio económico – NSE A, B C y D que hacen un 34%, es decir nuestro mercado objetivo es 32,091 familias. En promedio estas familias consumen 5 bolsas al mes, si se multiplica por 12 meses hacen una demanda potencial de 1, 925,470 bolsa.

Cuadro 03. Ranking del consumo de jugos en el Perú, 2016

Producto	Empresa	Participación	Ranking
Frugos	The Coca-Cola co.	25.0%	1
Cifrut	Aje Group	16.2%	2
Pulp	Aje Group	13.6%	3
Gloria	Grupo Gloria S.A.		4
Laive	Laive S.A.		5
Tampico	Houchens Industries Inc		6
Kris	Industrias San Miguel		7
Watt's	Watt's S.A.		8
Selva	P&D Andina alimentos S.A.		9
Ecofresh	Food Pack SAC		10
Aruba	Grupo Gloria S.A.		11
Pura vida	Grupo Gloria S.A.		12
Huanchuy	P&D Andina alimentos S.A.		13
Otros		18.60%	

Total		100.0%	
--------------	--	--------	--

Fuente: Euromonitor internacional

En el cuadro 03 podemos apreciar el ranking de los productos y sus respectivas empresas y su participación en el mercado peruano, año 2016. El mismo que está liderado por frutos de la empresa The Coca-Cola co, con una participación de mercado del 25.0%, seguido de Cifrus de la Aje Group con una participación del 16.2%. El tercer lugar lo ocupa Pulp también de Aje Group con una participación del 13.6% del mercado. Los tres productos representan el 55% del mercado de jugos en nuestro país.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Cuadro 04. Precio de los productos por marcas, ciudad de Iquitos - 2018

Producto	Kisa Frut Perú Sac "Kisa"	Monarca Perú "Monarca"
Manzana deshidratad 250gr.	S/.78.00	S/.80.00
Piña deshidratada 250gr.	S/.78.00	S/.80.00
Mango deshidratado 250gr.	S/.78.00	S/.80.00

Fuente: Elaboración propia

En el trabajo, la escuela, la universidad o hasta esperando el transporte público, las personas se dan un tiempo para poder disfrutar de un snack, pero no siempre se elige lo más saludable. Muchas personas optan por los snacks comerciales, que, en su mayoría, son frituras o contienen altos niveles de azúcar, y su consumo en exceso no es recomendable. Por ello, la gran mayoría busca opciones saludables y sobre todo a un precio accesible.

La oferta ahora es variada, algo que no se veía hasta hace algunos años y hay de todos los rangos de precios. Por esta razón, no hay excusa si se quiere comer algo ligero, que sea práctico al día a día y sobre todo saludable. Frips es una empresa que decidió ingresar al mercado de los snacks con una propuesta saludable y a la vez práctica para aquellas personas que andan de un lado para otro. La empresa ha logrado ganarse un lugar entre la gran oferta de snacks que hay en el país de productos importados y nacionales.

La gran aceptación de Frips se debe a que las personas ahora optan por lo saludable, con buen sabor y que sea fácil de comer. Las opciones que ofrecen Frips como piña, coco, manzana, kiwi y otras frutas de temporada han sido un éxito entre sus clientes pues hay diversidad, buen sabor y muchos nutrientes.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El Producto

El fruto varía desde casi esférico u ovoide hasta ovalado, con 4 a 12 cm de ancho y 3 a 6 cm de largo, peso entre 24 y 250 g, color desde amarillo hasta rojizo. La cáscara es suave y rodea la pulpa o mesocarpio, grueso, amarillo y acuoso. Se parece a un tomate estándar redondo en forma. Su coloración amarillenta tanta como su piel es parecida a un pepino amarillo.

Algunos estudios han demostrado que comiéndolas o tomando su jugo regularmente baja al colesterol, similarmente a las naranjas, pero con un efecto

más acentuado. Es una planta nativa de la Amazonía de crecimiento rápido, al principio herbácea y luego semileñosa.

El nombre científico es: *Solanum sessiliflorum* Dunal.
Nombres comunes: Cocona (Perú), cubiu (Brasil), topiro (Venezuela).

La empresa fruta de mi tierra SAC, a través de su principal producto cocona deshidratada contará con dos presentaciones. Se detalla a continuación:

Figura 05. Presentación de cocona deshidratada 100gr y 200gr, 2018



Fuente: elaboracion propia

Figura 06. Caja de 50 unidades de cocona deshidrata 100gr, 2018



Fuente: Elaboración propia

2.4.2 El precio

La empresa, ha establecido sus precios, con base en los precios que se manejan en el mercado, a continuación, se detalla:

Cuadro 05. Precio de los productos – cocona deshidrata, 2018

Presentaciones	Precio (soles)
Cocona deshidratada – 100 gr	S/.15.00
Cocona deshidratada - 200 gr	S/.30.00

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 La promoción.

Para el presente plan de negocios se ha considerado nuestra principal herramienta para la promoción las redes sociales, como fan page, twitter, correo electrónico, etc. Con el objetivo que nuestros clientes conozcan del producto, dentro de ellos:

- Facebook: Se va crear un fan page, para brindar información sobre la empresa y las actividades, en las cuales se subirán fotos, videos y se premiarán a todas las personas que den like o compartan nuestras fotos y videos.
- Twitter: Se va crear para la empresa, cuyo objetivo principal es tener un buen número de seguidores y se realizaran publicaciones constantes para que puedan ver nuestros clientes y seguidores.
- Instagram: Su principal objetivo contar con seguidores, además de publicar fotos y videos.

- YouTube: se utilizará esta herramienta para subir y compartir videos de diversas modalidades, con la finalidad que se convierta en un canal de comunicación para atraer a nuestros clientes prospectos.

Figura 07. Fan page de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La Cadena de Distribución

a) Objetivo de distribución

La empresa Fruta de mi tierra SAC, se encontrará ubicado en Pasaje Azucena Mz. A Lote 12 - Pampachica del distrito de Iquitos, provincia de

Maynas de la región Loreto. Al tratarse de un producto diseñado para venta masiva la distribución se dará a través de la venta a mayoristas o distribuidores, por tanto, la venta será indirecta.

Figura 08. Canal de Distribución indirecta, 2018



Fuente: Elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La Cocona es una fruta que crece en zonas tropicales, principalmente en la Amazonía peruana (Amazonas, Ucayali e Iquitos) además de otras zonas

que se encuentran entre Colombia, Ecuador, Brasil y Venezuela. Los meses donde tienen mayor producción son de abril a octubre. Esta fruta tiene un sabor ácido mayor que la naranja e inclusive del limón, pero al incluirla dentro de alguna preparación o darle algún tipo de tratamiento, nos ofrecerá un sabor agradable, el cual se ha extendido en zonas de la selva.

Se cultiva generalmente se da en suelos de textura arcillosa y rica en materia orgánica y con buen drenaje. Se le considera como el tomate de la Amazonía, preparado con ají y para mezclar con ensaladas. La cocona se desarrolla en climas tropicales y sub tropicales, al este de los andes entre los 600 m a 2100 m.s.n.m. Resiste altas temperaturas y se cultiva de preferencia en suelos sueltos.

En nuestra selva amazónica, presenta grandes perspectivas para su cultivo comercial y su posible industrialización, debido a su popularidad que ha alcanzado, dado que puede utilizarse en múltiples formas como preparación de jugos y refrescos, mermeladas, ensaladas, salsas, etc. En nuestra Amazonía, hay gran variedad de cocona, sin embargo, todas se desarrollan en estado semi-silvestre, porque en realidad ésta planta frutal, no es cultivada comercialmente en nuestro medio, sino que, aparecen en las PURMAS o primero estados de las sucesiones secundarias de lo que se aprovecha el campesino para recolectar sus frutos y expenderlos en pequeña escala los mercados de abastos de Iquitos y otras localidades.

Cuadro 06. Costo para elaborar 100gr. de cocona deshidratada, 2018

Insumo	Cantidad kg.	Precio S/.	Total
Proveedores de cocona para 100gr	3	2	S/ 6.00
Envase - unidad	1	1	S/ 1.00
		Total	S/ 7.00

Fuente: elaboración propia

Figura 09. Fruto de cocona



Fuente: google.com

Figura 10. Cocona deshidratada

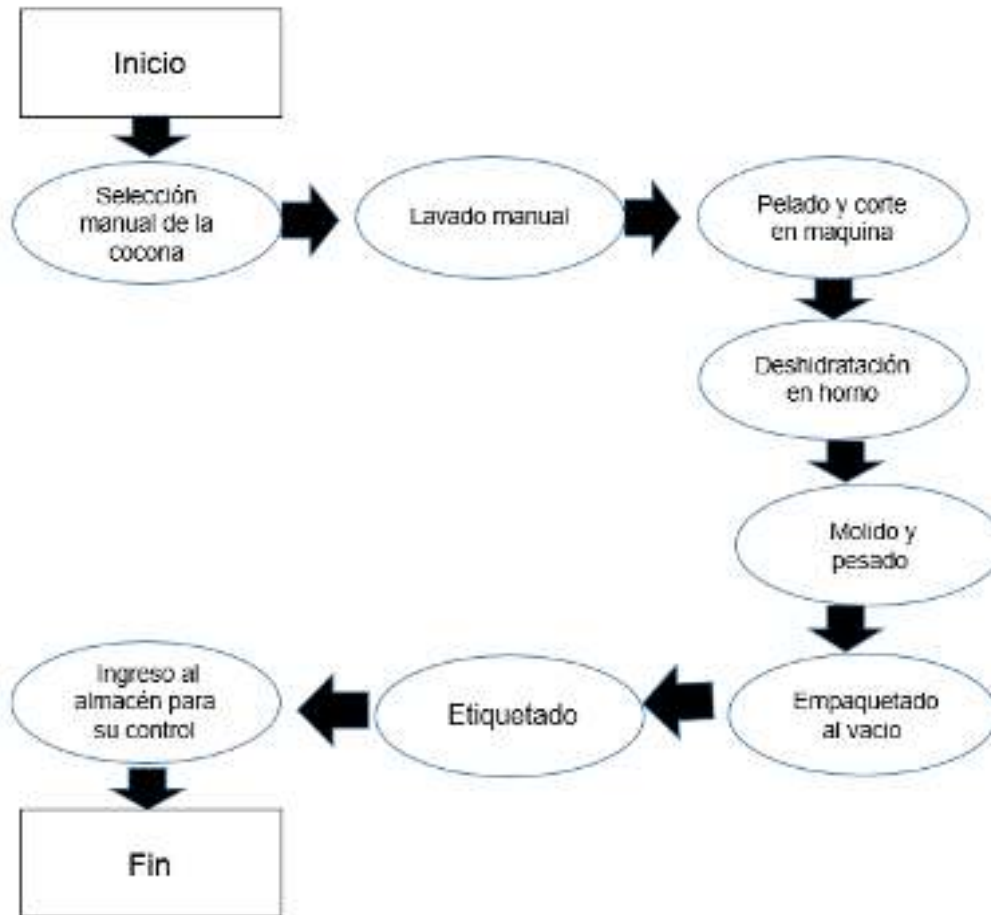


Fuente: google.com

Para garantizar el éxito de nuestro negocio, el aprovisionamiento de la cocona se realizará directamente a los agricultores de dos lugares, en primer lugar, a los agricultores de las ferias y mercados locales y en segundo lugar a los agricultores de la cuenca del río Napo principales productores de cocona, ya que en estas dos zonas se cuenta con producción permanente y el sembrío de dicho producto se da en condiciones naturales, es decir sin uso de insecticidas.

3.2 EL PROCESO PRODUCTIVO.

Gráfico 01. Flujo del proceso productivo de cocona deshidrata, 2018



Fuente: elaboración propia

El proceso productivo:

1. Limpieza y selección de la cocona

Se procede a limpiar y a seleccionar las coconas, manteniendo los niveles de calidad de los productos, desechando las que podrían encontrarse malogradas o en proceso.

2. Lavado manual

Se procede con el lavado manual de las coconas seleccionadas a fin de liberar los restos de horas y tierra.

3. Pelado y corte en maquina

Se procede a pelar manualmente para su posterior corte en maquina

4. Deshidratación en horno

Se procede a deshidratar la cocona en una temperatura no superior los 50°C

5. Molido y pesado

Se procede moler para posterior pesado en presentación de 100 y 200 gr.

6. Empaquetado al vacío

Se procede a empaquetar al vacío

7. Almacenamiento

Para su almacenamiento y control se ingresa al almacén

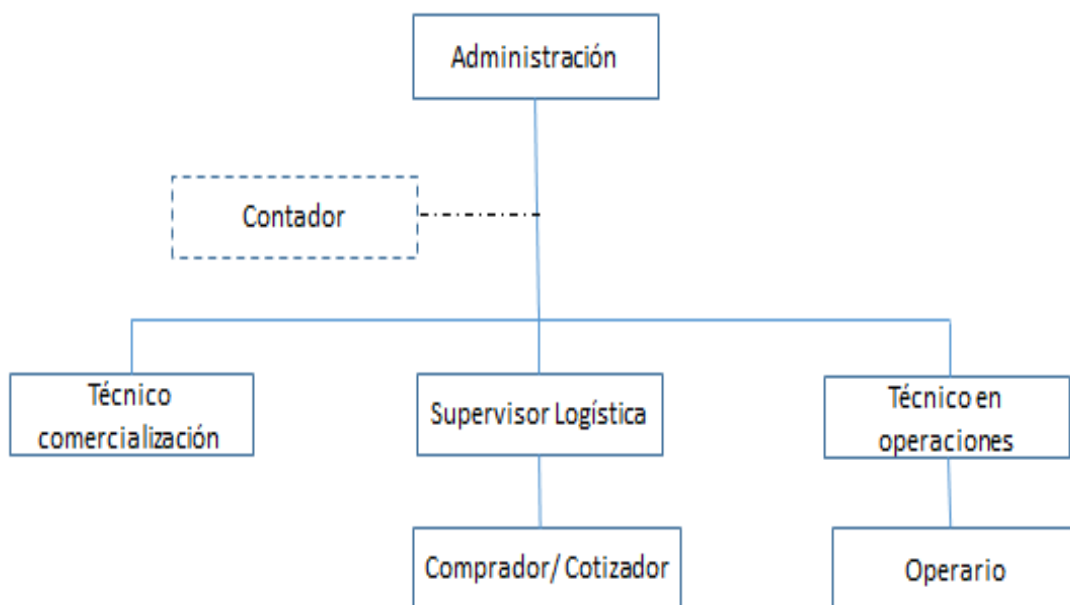
Para elaborar un kg de cocona deshidratada se necesita 32.68 kg. de cocona natural. Para elaborar 100gr de cocona deshidratada se necesita 3.27kg. El kg. En el mercado de abastos cuesta s/.2.00, pero comprando directamente a los productores el kg. Se encuentra a s/.1.00

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización

La empresa, ha considerado la siguiente estructura orgánica.

Gráfico 02. Estructura organizacional de la empresa, 2018



Fuente: elaboración propia

4.2 Puesto, tareas y funciones

a) Puesto: administrador

Tareas: Desarrollar con innovación y ejecutar el planeamiento estratégico; y representar, debidamente, a la organización en los aspectos legales

Funciones:

1. Elaborar el planeamiento estratégico de la organización.
2. Actualizarlo periódicamente.
3. Presentarlo en junta de accionistas para validarlo.
4. Ejecutar el plan estratégico.
5. Verificar periódicamente el funcionamiento del plan estratégico.
6. Representar a la empresa en asuntos legales cuando sea necesario

b) Puesto: técnico de comercialización

Tareas: Vender los productos elaborados con el uso respectivo de las herramientas de mercadotecnia y de ventas.

Funciones:

1. Supervisa y controla los reportes del vendedor
2. Organiza reuniones mensuales con el equipo de ventas, para analizar precios, competencia e influencia del producto en el mercado.

c) Puesto: supervisor Logística

Tareas: Almacenar y controlar eficiente y debidamente las entradas y salidas de los insumos que serán utilizados para la producción

Funciones:

1. Visitar clientes.
2. Recibir clientes.
3. Si el cliente es nuevo, registrarlo en la base de datos.
4. Ofrecer información sobre outputs.
5. Negociar y validar el plan de pagos con el cliente.
6. Recibir y validar orden de compra enviada por el cliente.
7. Concluir reunión.
8. Enviar orden de compra al asistente de finanzas.
9. Recibir factura para enviársela al cliente

d) Puesto: técnico Producción

Tarea: Maximizar la calidad de la producción mediante procesos eficientes.

Funciones:

1. Obtener muestra del producto final.
2. Realizar evaluaciones de calidad en materia de microbiología, higiene e inocuidad y de características organoléptica
3. Presentar resultados en junta gerencial.
4. Presentar resultados a los colaboradores del área.
5. Retroalimentar a los colaboradores del área

e) Puesto: comprador

Tarea: Realizar las cotizaciones y las compras de la empresa

Funciones:

1. Realizar las cotizaciones de la empresa.
2. Realizar los cuadros comparativos de los proveedores
3. Realizar las compras según el cuadro comparativo realizado
4. Realizar las compras de insumos manteniendo la calidad de los productos.

f) Puesto: operario

Tarea: Sirve de apoyo al jefe de producción

Funciones:

1. Mantener limpio el área de producción
2. Coordinar los trabajos de producción con el jefe de producción
3. Entregar al área de almacén la producción realizada
4. Llevar el control de la producción realizada

4.3 Condiciones laborales

La empresa Fruta de mi tierra SAC, tiene por política laboral la contratación de personal a tiempo completo en algunos casos se aceptarán practicantes a tiempo parcial, los mismos que gozarán de todos los beneficios

sociales que exige la ley. La empresa ha considerado iniciar sus operaciones acogándose a la ley de la Micro y Pequeña Empresa (Ley Mypes); la misma que evaluara en mediano plazo pasar al régimen general laboral.

4.4 Régimen tributario.

La empresa Fruta de mi tierra SAC, se acogerá a la ley de promoción en la inversión en la Amazonía, el mismo que contará con un pago anual del impuesto a la renta del 5% (Promocional), beneficio que puede gozar ya la empresa está ubicada en alguna ciudad.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 ESTUDIO ECONÓMICO.

Cuadro 07. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual por unidades 100 gr	1,925,470		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual por unidades 100 gr	1,925,470	1,963,979	2,003,259
Participación de mercado	1.00%	1.50%	1.80%
Demanda del proyecto	19255	29460	36059

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Ingresos por ventas

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas anuales	19,255	29,460	36,059
Precio mercado soles x unidad 100 gr	15.00	15.00	15.30
Tendencia del precio	0%	2%	2%
Precio de venta efectiva x unidad 100 gr	S/.15.00	S/.15.30	S/.15.61
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.288,821	S/.450,733	S/.562,731

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Costo de ventas

Costo de ventas		Año 2019	Año 2020	Año 2021
Necesidades anuales por unidades		19,255	29,460	36,059
Inventario final por unidades	5%	963	1,473	1,803
Total requerimiento por unidades		20,217	30,933	37,862
.-Inventario inicial por unidades		-	963	1,473
Compras por unidades		20,217	29,970	36,389
Costo compra		S/.7.00	S/.7.00	S/.7.07
Tendencia del costo de compra		0%	1%	3%
Costo compra efectiva		S/.7.00	S/.7.07	S/.7.28
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.141,522	S/.211,887	S/.264,985

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	19,255	29,460	36,059
Costo compra	S/7	S/7	S/7
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/134,783	S/208,280	S/262,583

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Gastos Administrativos

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,500
Jefaturas	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,200
Operario/comprador	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 6,360	S/. 6,360	S/. 7,100
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 6,911	S/. 6,911	S/. 7,715
Contador	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Servicios públicos	S/. 150	S/. 250	S/. 300
Útiles oficina	S/. 100	S/. 200	S/. 250
Otros	S/. 100	S/. 300	S/. 300
Total mensual	S/. 7,461	S/. 7,861	S/. 8,765
TOTAL ANUAL	S/.89,534	S/.94,334	S/.105,184

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Gastos comerciales

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Publicidad	S/. 100.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Alquiler local	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 450.00
Promociones	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 250.00
Otros	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Total mensual	S/. 700.00	S/. 950.00	S/. 1,050.00
TOTAL ANUAL	S/.8,400.00	S/.11,400.00	S/.12,600.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13: Inversión en Activos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local (refacción)	S/. 30,000	1	S/. 30,000	20	S/. 1,500
Secador por bandeas	S/. 15,000	1	S/. 15,000	10	S/. 1,500
Equipos	S/. 1,200	1	S/. 1,200	5	S/. 240
Vehiculos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Total			S/. 57,200		S/. 5,440

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Capital de trabajo

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3
Caja	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
Monto	-S/.43,323	-S/.24,287	-S/.16,800	S/.0
Cuentas x cobrar				
Número de días		15	15	15
Monto		-S/.12,034	-S/.6,746	-S/.4,667
Inventario				
Número de días		30	30	30
Monto		-S/.11,232	-S/.6,125	-S/.4,525
Cuentas x pagar				
Número de días		30	30	30
Monto		S/.11,232	S/.6,125	S/.4,525
TOTAL		-S/.43,323	-S/.36,321	-S/.23,546

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15: Programa de endeudamiento

Deuda a tomar		S/. 90,000		
35.00% Anual		1.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	90,000	1,350	2,500	3,850
2	87,500	1,313	2,500	3,813
3	85,000	1,275	2,500	3,775
4	82,500	1,238	2,500	3,738
5	80,000	1,200	2,500	3,700
6	77,500	1,163	2,500	3,663
7	75,000	1,125	2,500	3,625
8	72,500	1,088	2,500	3,588
9	70,000	1,050	2,500	3,550
10	67,500	1,013	2,500	3,513
11	65,000	975	2,500	3,475
12	62,500	938	2,500	3,438
		13,725	30,000	43,725
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	60,000	900	2,500	3,400
14	57,500	863	2,500	3,363
15	55,000	825	2,500	3,325
16	52,500	788	2,500	3,288
17	50,000	750	2,500	3,250
18	47,500	713	2,500	3,213
19	45,000	675	2,500	3,175
20	42,500	638	2,500	3,138
21	40,000	600	2,500	3,100
22	37,500	563	2,500	3,063
23	35,000	525	2,500	3,025
24	32,500	488	2,500	2,988
		8,325	30,000	38,325
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	30,000	450	2,500	2,950
26	27,500	413	2,500	2,913
27	25,000	375	2,500	2,875
28	22,500	338	2,500	2,838
29	20,000	300	2,500	2,800
30	17,500	263	2,500	2,763
31	15,000	225	2,500	2,725
32	12,500	188	2,500	2,688
33	10,000	150	2,500	2,650
34	7,500	113	2,500	2,613
35	5,000	75	2,500	2,575
36	2,500	38	2,500	2,538
		2,925	30,000	32,925
	TOTAL	24,975	90,000	114,975

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 16: Estado de resultados integrales

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ingresos por ventas	S/.288,821	S/.450,733	S/.562,731
Costo ventas	-S/.134,783	-S/.208,280	-S/.262,583
Margen Bruto	S/.154,038	S/.242,453	S/.300,149
Gastos administrativos	-S/.89,534	-S/.94,334	-S/.105,184
Depreciación	-S/.5,800	-S/.5,800	-S/.5,800
Gastos comerciales	-S/.8,400	-S/.11,400	-S/.12,600
Margen operativo	S/.50,303	S/.130,919	S/.176,565
Gastos financieros	-S/.13,725	-S/.8,325	-S/.2,925
Margen antes de tributos	S/.36,578	S/.122,594	S/.173,640
Tributos	-S/.1,829	-S/.6,130	-S/.8,682
Margen neto	S/.34,749	S/.116,464	S/.164,958

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 17. Flujo de caja

	Año 0	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ingresos por ventas		S/.288,821	S/.450,733	S/.562,731
Inversión inicial				
Activo fijo	-S/.59,000			
Capital de trabajo	-S/.43,323	-S/.36,321	-S/.23,546	-S/.4,667
Compras		-S/.134,783	-S/.208,280	-S/.262,583
Gastos administrativos		-S/.89,534	-S/.94,334	-S/.105,184
Gastos comerciales		-S/.8,400	-S/.11,400	-S/.12,600
Pago impuestos		-S/.2,515	-S/.6,546	-S/.8,828
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.102,323	S/.17,267	S/.106,627	S/.168,870
Préstamo recibido	S/.90,000			
Amortización		-S/.30,000	-S/.30,000	-S/.30,000
Gastos financieros		-S/.13,725	-S/.8,325	-S/.2,925
Escudo fiscal		S/.686	S/.416	S/.146
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.12,323	-S/.25,772	S/.68,718	S/.136,091
FCE	-S/.102,323	S/.17,267	S/.106,627	S/.318,327
FCF	-S/.12,323	-S/.25,772	S/.68,718	S/.285,548

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18: Van y Tir

VAN Económico	S/.108,246
Tasa de descuento (CAPM)	32.5099%
TIR Económica	76%
Indice B/C	2.06
VAN Financiero	S/.123,253
Tasa de descuento (WACC)	34.7001%
TIR Financiero	181%
Indice B/C	11.00

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- a. La finalidad del presente proyecto es la de constituir una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cocona deshidratada, para un público que cada vez cuida salud y opta por consumir jugos naturales. En proyecto nos arroja que existe una demanda insatisfecha, con clientes potenciales cada vez en crecimiento.

- b. En el presente proyecto se ha elaborado procesos cortos, simples, eficientes, por ser uno de los factores de suma importancia en la empresa, porque de ello depende que se cuente con un producto de calidad y que responda a la perspectiva del cliente, satisfaciendo sus necesidades.

- c. En cuanto al plan de recursos humanos, se ha considerado el manual de organización y funciones, de la manera más sencilla que va desde el reclutamiento hasta la inducción. Al considerarse a los colaboradores como un factor muy importante dentro de la empresa.
- d. El plan de operaciones considera una estructura organización simple, porque lo que se va constituir es una micro empresa. Los procesos están bien definidos, se trata de evitar duplicidad de procesos y de funciones.
- e. El plan económico y financiero de la presente empresa, nos arroja resultados positivos desde el primer año, el segundo y el tercer año. El mismo que cubre los costos y gastos, tanto administrativos, comerciales y financieros. Los ingresos se proyectan para 3 años y los ratios económicos como el van y la Tir son aceptables.

BIBLIOGRAFÍA:

Gestión (2017). Peruanos pagan más por productos saludables en la región.

Lima, Perú. Disponible: www.gestion.com.pe

Disponible:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

Juan Carlos Ramos. Kantar Worldpanel Perú, (2017).

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

(FAO- 2017), ALIMENTACION SANA

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

(FAO- 2017), ALIMENTACION SALUDABLE

<http://agraria.pe/noticias/peruanos-superan-en-consumo-per-capita-10847>

<http://agraria.pe/noticias/el-proximo-mes-entraremos-a-una-nueva-categoria-con-costeno-16946>

<https://archivo.gestion.pe/noticia/1377316/peruanos-pagan-mas-productos-saludables-region>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (ENE 2017) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Velásquez, Alfonso Gerente Sierra y Selva Exportadora. (2017).