



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

**COMERCIO DE CITRICOS – LIMONES AL POR MAYOR
CIUDAD IQUITOS - 2019**

AUTORES:

CARMEN ANTONIA VILLACORTA TUESTA

JAZMIN LUCERO FERNANDEZ VARGAS

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y
CONTADOR PUBLICO.**

IQUITOS – PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mi madre Antonia que gracias a ella he concluido mi carrera profesional, para así lograr todas mis metas planteadas en mi vida personal y profesional, con profundo amor.

Carmen Antonia.

A mis padres, facilitadores por los conocimientos brindados y al padre celestial por no abandonarme en el arduo camino y colocarme las personas indicadas.

Jazmín Lucero.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarnos salud y vida cada día en este mundo, así mismo a los docentes de la Universidad Científica del Perú por inculcarnos enseñanza en el transcurso de nuestra carrera.

A nuestra familia por ser el soporte emocional para poder concluir nuestro Plan de Negocio y a todas las personas por orientarnos en la elaboración del presente.

Las Autoras.

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

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

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIO COMERCIO DE CITRICOS – LIMONES AL POR MAYOR
CIUDAD IQUITOS - 2019".**

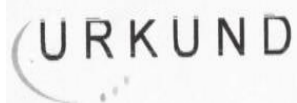
De los alumnos: **CARMEN ANTONIA VILLACORTA TUESTA Y JAZMIN LUCERO
FERNANDEZ VARGAS** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **5% de plagio**.

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

San Juan, 24 de marzo del 2020.



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



Urkund Analysis Result

Analysed Document: UCP_ADM_CONT_2020_TSP_CARMENVILLACORTA_JAZMINFERNANDEZ_
(D75532846)
Submitted: 6/24/2020 1:16:00 AM
Submitted By: revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Significance: 5 %

Sources included in the report:

UCP_CONTABILIDAD_2019_TSP_ANGELACORREA_THALIAVILLACORTA_V1.pdf (D59374164)
Leidy María Paisig Tarrillo.pdf (D40596196)
UCP_NEG_CONT_2020_TSP_LindaShapiama_JanellyFlores_V1.pdf (D75532843)

Instances where selected sources appear:

5

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 294-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, 24 de octubre de 2020, se autorizó la sustentación para el 13 de noviembre de 2020.

Siendo las 11.00 horas del día 13 de noviembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Informe Final de Trabajo de Suficiencia Profesional: **"PLAN DE NEGOCIO COMERCIO DE CITRICOS – LIMONES AL POR MAYOR, CIUDAD DE IQUITOS, 2019"**.

Presentado por:

CARMEN ANTONIA VILLACORTA TUESTA

Para Licenciada en Administración de Empresas

JAZMIN LUCERO FERNÁNDEZ VARGAS

Para optar el título profesional de Contador Público.

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

La sustentación es: **APROBADA POR UNANIMIDAD**

A las 12.40 horas culminó el acto público.

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

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

CPC Carlos Antón García Del Castillo
Miembro del jurado

CPC Fernando Paul Lazo Ríos
Miembro del Jurado

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	01
ABSTRACT	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	03
II. PLAN DE MARKETING.....	04
2.1 Necesidades de los clientes.....	04
2.2 Demanda actual y tendencias.....	05
2.3 Oferta competitiva.....	07
2.4 Programa de marketing.....	10
2.4.1 El producto.....	10
2.4.2 El precio.....	11
2.4.3 La promoción.....	11
2.4.4 La cadena de distribución.....	12
III. PLAN DE OPERACIONES.....	12
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	12
3.2 El proceso de operaciones comerciales	13
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	13
4.1 La organización.....	13
4.2 Puestos, funciones y requisitos.....	14-15
4.3 Condiciones laborales.....	15
4.4 Régimen tributario.....	16
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	16
5.1 Estudio económico.....	16
5.2 Estudio financiero.....	17-22
CONCLUSIONES.....	23
BIBLIOGRAFÍA.....	24

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos.....	7
Cuadro 2. Precio de limones en bolsas.....	11
Cuadro 3. Salarios del personal 2019	16

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Área geográfica de trabajo	5
Figura 2. Presencia de limones en los mercados.....	10
Figura 3. Flujograma de ventas minoristas.....	13
Figura 4. Estructura organizacional Comercializadora Cítricos Amazonia SRL 2020	13

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Clasificación arancelaria en el comercio internacional de limones	8
Tabla 2. Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida Nacional	9
Tabla 3. Principales empresas exportadoras Perú al 2019.....	9
Tabla 4. Comportamiento de mercado: tendencias y participación.....	16
Tabla 5. Ventas de los productos	17
Tabla 6. Compra de los productos	17
Tabla 7. Costos de la mercadería vendida	17
Tabla 8. Gastos administrativos	17-18
Tabla 9. Gastos comerciales	18
Tabla 10. Gastos operativos	18
Tabla 11. Inversiones con activos fijos	18
Tabla 12. Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones de Intangibles	19
Tabla 13. Plan de pago de endeudamiento financiero	19-20
Tabla 14. Estado de resultados económicos.....	20
Tabla 15. Cálculo de la tributación	20
Tabla 16. Cambios en el capital de trabajo	21
Tabla 17. Flujo de caja	21
Tabla 18. Rentabilidad del negocio	22

RESUMEN

Plan de negocio comercio de cítricos limones al por mayor, ciudad Iquitos, 2019

Carmen Antonia, Villacorta Tuesta

Jazmín Lucero, Fernández Vargas

La investigación describe el mercado actual de producción y consumo cítricos, particularmente limones, en la región Loreto específicamente en la ciudad de Iquitos, este mercado presenta una población con tendencia creciente, lo que impacta en un mayor nivel de consumo de bienes y servicios.

Se muestra la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera de la comercialización de cítricos teniendo como mercado final los mayoristas de los mercados de abastos.

El negocio trabajará el proceso de comercialización, desde los mercados de producción, hasta los minoristas en los mercados de abastos de la ciudad de Iquitos.

Se ha encontrado una demanda de cítricos para ser atendidos por la empresa. Hay necesidades en los clientes quienes constituyen segmentos a atender. También se determinó la rentabilidad del negocio con la TIR Económica de 208% y TIR Financiero de 249%; así mismo un índice de B/C 7.02%.

Palabras claves: Plan de negocio, comercialización, cítricos, amazonia y productores.

ABSTRACT

Business plan for citrus wholesale lemons, city Iquitos, 2019.

Carmen Antonia, Villacorta Tuesta
Jazmín Lucero, Fernández Vargas

The research describes the current market of citrus production and consumption, particularly lemons, in the Loreto region specifically in the city of Iquitos, this market has an important growth, supported by a growing population, which impacts on a higher level of consumption.

The commercial, technical, organizational, economic and financial feasibility of citrus marketing is shown, having as final market the wholesalers of the food markets.

The business will work the marketing process, from the production markets, to its location in the food markets located in the city of Iquitos.

A demand for the product has been found that justifies the offer to be created with the marketer. There are needs in the clients who constitute segments to attend. The profitability of the business was also determined, expressed net present value and internal rate of return.

Keywords: Business plan, marketing, citrus, amazon, producers.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio.

Comercializadora de Cítricos Amazonía SRL 2020 (cítrica)

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: comercial.

1.2 Actividad empresarial.

Comercialización, al por mayor y menor de un producto de primera necesidad (Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU)

G	Comercio al por mayor y menor			
	46	Comercio al por mayor		
		462	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias	
			4721	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias

Fuente: INEI – CIUU.

1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de los productores de campo, quienes buscan tener mayores ingresos por sus productos, y que sean comprados de modo permanente, al tener un comprador que le señala programas de compra.

Los segmentos de clientes a atender son las personas que se dedican a la comercialización al por menor en los minoristas de los mercados de abastos y supermercados.

Se ofrecen compras durante todo el año, con medios de pago inmediato, a través de empresas especializadas en giros rurales. También el servicio de compra en embarcaciones de terceros, quienes navegan en determinadas rutas fluviales. Así mismo a productores de la región Piura, con alta producción de limones y otros.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

La producción agrícola es importante porque provee de alimentos e insumos a las poblaciones de su propio territorio y de las ciudades de otros ámbitos.

Los productores agrícolas tienen diversas necesidades y una de ellas es la relacionada a lograr el mejor precio que le permita cubrir sus costos y gastos, y también tener un margen de ganancia.

Asimismo, tienen necesidades de manejar riesgos en las etapas de siembra y cosecha para reducir pérdidas. Tradicionalmente, ellos forman la etapa más débil en la cadena productiva, pues están aislados de los grandes mercados y tienen poca capacidad para sacar sus productos a esos mercados.

En la actividad agrícola, pueden formar empresas en diversas magnitudes: pequeña, mediana y grande. Cuanto más grande, tendrá mayores volúmenes de operaciones, y por tanto generará mucha información para tomar sus decisiones.

Interesa para el presente estudio la microempresa (el productor trabaja individualmente, o incorpora a la familia en sus etapas de siembra, cuidando del proceso de crecimiento, cosecha y envasado)

Los productores tienen necesidades de contar con insumos como las semillas de buena calidad y apoyo técnico. Una siguiente necesidad está pasando las etapas de siembra y cosecha, se analizan los riesgos en la distribución, utilizando medios de transporte fluvial en la Amazonía. Ocurren variantes de los ríos y se hace difícil la fluidez de las naves, y esto se da en los meses de julio y agosto de cada año.

En el proceso de abastecimiento desde zonas distintas como es la región Piura, se requiere utilizar medio de transporte, por ejemplo, desde Piura hasta Yurimaguas vía terrestre, y de Yurimaguas a Iquitos vía fluvial. Esto implica conocer los costos de transporte en ambos casos, en la empresa el cual se trabajará y los riesgos en el camino (huaycos en épocas de lluvias).

Figura 1.-

Área Geografía de trabajo, ciudad de Iquitos.



2.2 Demanda actual y tendencias.

Como se ha señalado al inicio el negocio se inscribe en la atapa de venta a mayoristas de comercio de productos agrícolas de la ciudad. Por ello se analizan las necesidades de los productores y de los comerciantes minoristas.

Jorge Luis Montenegro (2019), ministro de Agricultura y Riego, explicó que el trabajo del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) enfoca sus esfuerzos en desarrollar la agricultura familiar, al pequeño productor, con cuatro grandes ejes: infraestructura hidráulica, financiamiento, tecnología, y seguridad jurídica con títulos de propiedad.

También refirió que el acompañamiento del Minagri al pequeño agricultor a través del programa Agro ideas y planes de negocios, incentiva

su crecimiento y del sector agropecuario que en el primer semestre de este año alcanzó una expansión de 3.3% respecto al similar periodo del 2018.

El ministro Montenegro indicó que la agricultura familiar es una preocupación permanente de su portafolio, de los 2.2 millones de agricultores en el Perú, el 97% está en el segmento de agricultura familiar.

Otro tema importante para el desarrollo del pequeño productor, dijo, es el fomento de la asociatividad, porque la mayoría de los agricultores familiares tiene en promedio 5 hectáreas como máximo.

“Entonces, nuestro enfoque va a trabajar en el tema asociativo, juntarlos y buscar un mecanismo de cultivo de alta rentabilidad”, enfatizó.

De otro lado, indicó que el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) realiza trabajos de investigación para enfrentar las plagas que amenazan los cultivos nacionales tales como “el dragón amarillo” que representa un riesgo para la producción de cítricos, especialmente el limón, insumo esencial de la gastronomía peruana.

También, para evitar el ingreso del Fusarium R4T, una plaga devastadora del banano, producto que se cultiva para la exportación en Tumbes y Piura, y además es la dieta básica de la población amazónica peruana.

“Estamos trabajando unas barreras de contención para evitar que esas plagas entren al país”, afirmó.

Para ello, señala que fortalecerán el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), por lo cual ya han conversado con el presidente de la República y el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

A continuación, se realiza el cálculo del tamaño de la población donde se realizarán las actividades comerciales, la ciudad de Iquitos.

Se inicia con información del 2007, año del último censo nacional publicado. Se toman datos que resultan de esta información.

Toda esta información se proyecta al año 2019, en que debe iniciarse el presente proyecto de negocio.

Sobre esta información se construye todo el plan de negocio.

Cuadro 1. Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos.

Poblacional total distritos ciudad de Iquitos al 2007 (censada)	430,268
Población total distritos ciudad de Iquitos al 2020 (proyectada)	510.242
Población en zona urbana ciudad de Iquitos	94.5%
Población en zona urbana ciudad de Iquitos al 2019	482,179
Promedio personas por familia	4
Cantidad familias zona urbana ciudad de Iquitos	120,545
Todos los niveles socio económico (A, B, C y D)	100.0%
Mercado objetivo (familias)	120,545
Consumo promedio diario (kilos de cítricos por persona)	0.090
Consumo promedio diario (kilos de cítricos por familia)	0.36
Numero días de consumo al año	365
Demanda potencial anual (kilos de cítricos)	15,839,577
Demanda potencial anual (bolsas de 50 kilos de cítricos)	316,792

Dato: Tasa crecimiento poblacional (promedio anual) 1.32%

Fuente: INEI,

2.3 La Oferta competitiva.

Jorge Luis Montenegro (2019), ministro de Agricultura y Riego, anunció que próximamente cerca de 100,000 hectáreas de terrenos se pondrán en valor, para impulsar el desarrollo del sector agrícola de país.

“Tenemos un proyecto en carrera como Majes Siguan II que pone en servicio 38,500 hectáreas, tenemos por destrabar el tema de Chavimochic que pone 60,000 nuevas hectáreas, más el mejoramiento de la segunda etapa, y un proyecto nuevo que se está impulsando, el de Chinecas”, explicó en TV Perú.

“Entonces, tenemos prácticamente tres proyectos en línea que pondrían en valor en los próximos meses o años, cerca de 100,000 hectáreas”, subrayó.

Añade que, el Perú está entre los 20 principales productores mundiales de alimentos, y la exportación de este tipo de productos genera al país más de 7,000 millones de dólares al año. La meta al 2021 es

alcanzar los 10,000 millones de dólares en exportación de alimentos y para ello se incorporarán nuevas áreas de producción.

Tabla 1.

Clasificación arancelaria en el comercio internacional de limones.

Sección: II Productos del reino vegetal

Capítulo: 8 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
<u>0804.10.00.00</u>	- Dátiles
<u>0804.20.00.00</u>	- Higos
<u>0804.30.00.00</u>	- Piñas (ananás)
<u>0804.40.00.00</u>	- Aguacates (paltas)
0804.50	- Guayabas, mangos y mangostanes:
<u>0804.50.10.00</u>	- Guayabas
<u>0804.50.20.00</u>	- Mangos y mangostanes
08.05	Agrios (cítricos) frescos o secos.
<u>0805.10.00.00</u>	- Naranjas
<u>0805.21.00.00</u>	- Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)
<u>0805.22.00.00</u>	- Clementinas
<u>0805.29.10.00</u>	- Tangelo (Citrus reticulata x Citrus paradisis)
<u>0805.29.90.00</u>	- Los demás
<u>0805.40.00.00</u>	- Toronjas o pomelos
<u>0805.50.10.00</u>	- Limones (Citrus limon, Citrus limonum)
<u>0805.50.21.00</u>	- Limón (limón sutil, limón común, limón criollo) (Citrus aurantifolia)
<u>0805.50.22.00</u>	- Lima Tahití (limón Tahití) (Citrus latifolia)
<u>0805.90.00.00</u>	- Los demás
08.06	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.
<u>0806.10.00.00</u>	- Frescas
<u>0806.20.00.00</u>	- Secas, incluidas las pasas

Fuente: SUNAT – operatividad aduanera.

Tabla 2.

Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 0805.50.21.00 establecidas para su ingreso al país

Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	0%

Impuesto de Promoción Municipal	0%
Derechos específicos	N.A.
Derecho antidumping	N.A.
Seguro	2.5%
Sobretasa tributo	0%
Unidad de medida:	(*)
Sobretasa sanción	N.A.

Leyenda:

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

Fuente: SUNAT – operatividad aduanera.

Tabla 3.

Principales empresas exportadoras, Perú al 2019

Empresa	%Var 18-17	%Part. 18
Limones piuranos S.A..	-19%	25%
Agroexportaciones Machu Picchu s....	6%	22%
Limones peruanos S.R.L.	39%	16%
Grupo Geronimo Trading S.R.L.	550%	10%
Agroexportadora Cluvalli Export s...	--	6%
Agricola JK S.A.C.	118%	4%
Mi Paisana SAC.	685%	2%
Export Fruits CJ E.I.R.L.	1371%	2%
Grupo Seleyvi Trading S.A.C.	334%	2%
Otras empresas (19)	--	10%

2.4. Programa de Marketing-

2.4.1 El Producto.

El producto a ofrecer a los negocios mayoristas son sacos con envolturas de plástico, para reducir el riesgo de deterioro por la humedad. En cada saco, se presentan bolsas de 1 kilo.

Se trabajará con envases sin marcas:

Limones, presentaciones de 10 y 50 kilos.

Figura 2.

Presencia de limones en los mercados, ciudad de Iquitos.





2.4.2 El Precio.

Cuadro 2. Precio de limones en bolsas

Tipo de envase	Precio
1 kilo	S/. 4.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La Promoción.

En la etapa inicial de las operaciones comerciales se ofrecerán descuentos a los minoristas, siguientes:

a) Descuentos:

10% en la compra de un saco de 50 kilos.

b) Publicidad:

La publicidad directa será con los minoristas, donde se colocarán afiches vinculados a los distribuidores de limón.

La publicidad indirecta se realizará a través de redes sociales, donde se mostrarán testimonios de personas que han probado el limón en natural.

En determinadas circunstancias se utilizarán los medios de perifoneo en los puertos de embarque de carga, como Belén y Masusa.

2.4.4 La cadena de distribución

Los pedidos se entregarán en el domicilio del minorista, a través de una movilidad propia.

En el futuro, se trabajarán con almacenes ubicados en los mercados de abastos, para lo cual se establecerán dos puntos de distribución: San Juan (radio de atención en el área urbana y a los negocios de la carretera Iquitos Nauta), y Punchana (área de atención en el área urbana y a los puestos del mercado de productores y Masusa). Pagos a proveedores utilizando el sistema bancario.

3. Plan de operaciones.

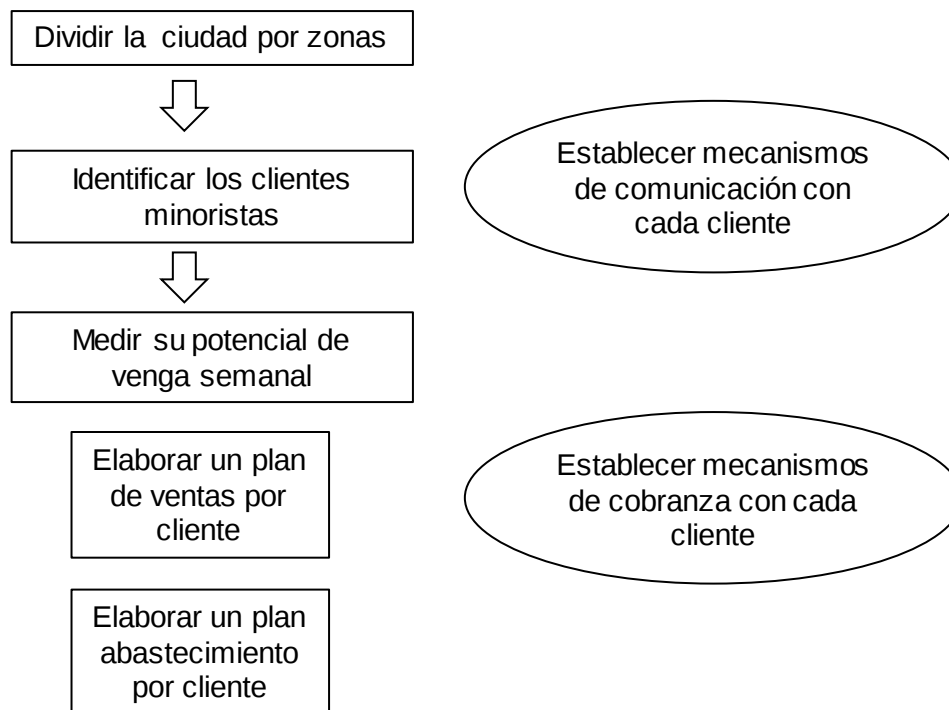
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Las fuentes de abastecimiento tienen dos etapas: el mercado nacional y los mercados de importación.

El desarrollo del negocio con las compras en el mercado nacional generará mayor experiencia con el producto. Esto implica la negociación directa con los productores nacionales y con los transportistas multimodales (terrestre – fluvial), que atienden en la ruta Lima – Iquitos, ya sea vía Pucallpa o Yurimaguas.

3.2 El proceso de operaciones comerciales.

Figura 2. Flujograma de ventas a minoristas.

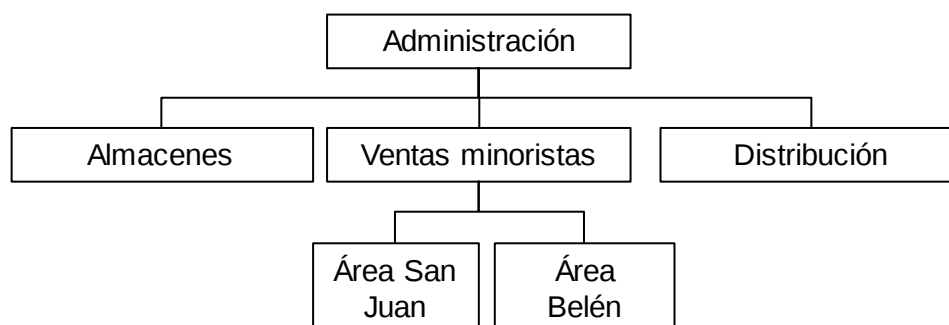


4. Plan de Recursos Humanos.

4.1 La Organización.

Figura 3.

Estructura Organizacional Comercializadora Cítricos Amazonia S.R.L., 2020



Fuente: elaboración propia.

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administración.

Funciones:

- a. Elaborar los planes de ventas anuales, trimestrales y mensuales en cada mercado de abasto donde se venderán limones.
- b. Elaborar los planes de compras del año y por trimestre, en mercado del norte
- c. Realizar compras a productores del norte en la ciudad de Lima, utilizando los mecanismos de pago.
- d. Diseñar las estrategias comerciales con los minoristas de mercados de la ciudad.
- e. Asignar las tareas y responsabilidades a las diversas áreas de la empresa.
- f. Realizar contrataciones del personal de ventas a minoristas.
- g. Conocer las estrategias de la competencia.
- h. Establecer relaciones con las instituciones financieras para lograr líneas de crédito.
- i. Controlar las actividades de cobranza.
- j. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

b) Puesto: Almacenero.

Funciones:

- a. Registrar las compras en los mercados nacionales.
- b. Coordinar con los medios de transporte terrestre (Piura – Yurimaguas) fluvial (Yurimaguas-Iquitos) el embarque y recepción de compras de cítricos.
- c. Controlar las condiciones de mantenimiento y seguridad de los almacenes.
- d. Controlar la rotación de los inventarios (método PEPS: primera entradas, primeras salidas)
- e. Registrar la entrega de mercaderías en los mercados de abastos.

c) Puesto: Distribuidor

Funciones:

- a. Mantener en buen estado los vehículos de distribución (moto furgones).
- b. Elaborar su ruta de distribución diaria.
- c. Recepción del almacén las mercaderías.
- d. Entregar a cada uno de los clientes.
- e. Observar en el punto de venta la rotación de las mercaderías vendidas.

d) Puesto: Vendedor.

Funciones:

- a. Elaborar lista de cartera de clientes.
- b. Controlar el grado de abastecimiento de cada cliente, para promover su siguiente compra.
- c. Recepcionar el pedido de los clientes.
- d. Controlar el pago de los clientes.

4.3. Condiciones laborales

Jornada de trabajo

La jornada de trabajo será de 8 horas diarias.

Almacenero Estará compuesto por 1 responsable y 1 ayudante. Inician sus actividades a las 8.00 am., hasta las 13.00 horas, y en las tardes de 15.00 a 18.00 horas, de lunes a sábado.

Cuadro 3. Salarios del personal, 2019

Personal	Remuneración mensual (soles)
Administrador	1,500
Almacenero	1,000
Ayudante de almacén (1/2 tiempo)	450
Vendedores	1.5 % de las ventas

Fuente: elaboración propia

4.4 Régimen tributario.

Se registrará bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario (Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%.

Es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

5. Plan Económico y Financiero.

5.1 Estudio económico.

Tabla 4. Comportamiento de mercado: tendencias y participación.

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual (bolsas 50 kilos)	316,792		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (bolsas 50 kilos)	316,792	323,127	329,590
Participación de mercado	3.50%	4.00%	5.00%
Demanda del proyecto (bolsas 50 kilos)	11,088	12,925	16,479

Tabla 5. Ventas de los productos.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	11,088	12,925	16,479
Precio mercado (soles x bolsas 50 kilos)	200.00	200.00	206.00
Tendencia del precio	0%	3%	5%
Precio de venta efectiva	S/ 200.00	S/ 206.00	S/ 216.30
VENTA TOTAL EMPRESA	S/ 2,217,541	S/ 2,662,570	S/ 3,564,515

Tabla 6. Compra de los productos.

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (bolsas 50 kilos)		11,088	12,925	16,479
Inventario final (bolsas 50 kilos)	2%	222	259	330
Total, requerimiento (bolsas 50 kilos)		11,309	13,184	16,809
.-Inventario inicial (bolsas 50 kilos)		-	222	259
Compras (bolsas 50 kilos)		11,309	12,962	16,551
Costo compra (soles x bolsas 50 kilos)		S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 102.00
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		S/ 100.00	S/ 102.00	S/ 105.06
COMPRA TOTAL		S/ 1,130,946	S/ 1,322,108	S/ 1,738,804

Tabla 7. Costo de la mercadería vendida.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (bolsas 50 kilos)	11,088	12,925	16,479
Costo compra	S/ 100.00	S/ 102.00	S/ 105.06
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/ 1,108,770	S/ 1,318,360	S/1,731,336

Tabla 8. Gastos administrativos.

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/ 1,600	S/ 1,700	S/ 1,900
Personal apoyo	2	2	2
Sueldo mensual	S/ 450	S/ 450	S/ 450
Personal de ventas (2%)	S/ 2,772	S/ 3,328	S/ 4,456
Remuneraciones del personal	S/ 5,272	S/ 2,600	S/ 2,800

Costo laboral	25.67%	25.67%	25.67%
Remuneración total mensual	S/ 6,625	S/ 3,267	S/ 3,519
Servicios públicos	S/ 380	S/ 399	S/ 419
Servicios contables	S/ 400	S/ 420	S/ 441
Útiles de oficina	S/ 250	S/ 263	S/ 276
Otros	S/ 140	S/ 147	S/ 154
Total mensual	S/ 7,795	S/ 4,496	S/ 4,809
Total Anual	S/ 93,541	S/ 53,950	S/ 57,703

Tabla 9. Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/ 500	S/ 550	S/ 605
Alquiler local	S/ 800	S/ 880	S/ 968
Promociones	S/ 500	S/ 550	S/ 605
Otros	S/ 150	S/ 165	S/ 182
Total mensual	S/ 1,950	S/ 2,145	S/ 2,360
Total Anual	S/ 23,400	S/ 25,740	S/ 28,314

Tabla 10. Gastos preoperativos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/ 2,200.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Tramites diversos	S/ 750.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
TOTAL	S/ 2,950.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00

Tabla 11. Inversiones en activo fijo

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/ 65,000	1	S/ 65,000	20	S/ 3,250
Terreno	S/ 37,000	1	S/ 37,000	0	S/ 0
Equipos	S/ 3,500	1	S/ 3,500	5	S/ 700
Vehículos	S/ 15,000	1	S/ 15,000	5	S/ 3,000
Muebles	S/ 4,700	1	S/ 4,700	5	S/ 940
TOTAL			S/ 125,200		S/ 7,890

Tabla 12. Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones de intangibles

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/ 125,200	-S/ 7,890	-S/ 7,890	-S/ 7,890	S/ 101,530
Amortización activo intangible	S/ 2,950	-S/ 590	-S/ 590	-S/ 590	S/ 1,180
TOTAL	S/ 128,150	-S/ 8,480	-S/ 8,480	-S/ 8,480	S/ 102,710

Tabla 13. Plan de pago de endeudamiento financiero

Deuda a
tomar S/ 72,000

16.08% Anual		1.25%	mensual	
		48	meses	
N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	72,000	900	1,500	2,400
2	70,500	881	1,500	2,381
3	69,000	863	1,500	2,363
4	67,500	844	1,500	2,344
5	66,000	825	1,500	2,325
6	64,500	806	1,500	2,306
7	63,000	788	1,500	2,288
8	61,500	769	1,500	2,269
9	60,000	750	1,500	2,250
10	58,500	731	1,500	2,231
11	57,000	713	1,500	2,213
12	55,500	694	1,500	2,194
		9,563	18,000	

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	54,000	675	1,500	2,175
14	52,500	656	1,500	2,156
15	51,000	638	1,500	2,138
16	49,500	619	1,500	2,119
17	48,000	600	1,500	2,100
18	46,500	581	1,500	2,081
19	45,000	563	1,500	2,063
20	43,500	544	1,500	2,044
21	42,000	525	1,500	2,025
22	40,500	506	1,500	2,006
23	39,000	488	1,500	1,988

24	37,500	469	1,500	1,969
		6,863	18,000	

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	36,000	450	1,500	1,950
26	34,500	431	1,500	1,931
27	33,000	413	1,500	1,913
28	31,500	394	1,500	1,894
29	30,000	375	1,500	1,875
30	28,500	356	1,500	1,856
31	27,000	338	1,500	1,838
32	25,500	319	1,500	1,819
33	24,000	300	1,500	1,800
34	22,500	281	1,500	1,781
35	21,000	263	1,500	1,763
36	19,500	244	1,500	1,744
		4,163	18,000	

Tabla 14. Estado de resultados económicos.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 3)	S/ 2,217,541	S/ 2,662,570	S/ 3,564,515
Costo ventas (Cuadro 5)	-S/ 1,108,770	-S/ 1,318,360	-S/ 1,731,336
Margen Bruto	S/ 1,108,770	S/ 1,344,210	S/ 1,833,179
Gastos administrativos (Cuadro 6)	-S/ 93,541	-S/ 53,950	-S/ 57,703
Depreciación (Cuadro 11)	-S/ 8,480	-S/ 8,480	-S/ 8,480
Gastos comerciales (Cuadro 8)	-S/ 23,400	-S/ 25,740	-S/ 28,314
Margen operativo	S/ 983,350	S/ 1,256,040	S/ 1,738,682
Tributos	-S/ 290,088	-S/ 370,532	-S/ 512,911

Tabla 15. Cálculo de la tributación

(Régimen Mype Tributario)	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	10%	10%	10%
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)	29.50%	29.50%	29.50%

Tabla 16. Cambios en el capital de trabajo

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja					
Monto	10.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
	-S/ 221,754	-S/ 8,901	-S/ 18,039	S/ 0	
Cuentas x cobrar					
Número de días					
Monto		7	7	7	
		-S/ 43,119	-S/ 8,653	-S/17,538	
Inventario					
Número de días					
Monto		15	15	15	
		-S/ 46,199	-S/ 8,733	-S/17,207	
Cuentas x pagar					
Número de días					
Monto		5	5	5	
TOTAL		S/ 15,400	S/ 2,911	S/ 5,736	

Tabla 17. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/ 2,217,541	S/ 2,662,570	S/ 3,564,515	
Inversión inicial					
Activo fijo	S/128,150				S/.102,710
Capital de trabajo	S/221,754	-S/ 82,819	-S/ 32,514	-S/ 29,009	S/ 366,096
Compras		S/1,108,770	S/1,318,360	S/1,731,336	
Gastos administrativos (Cuadro 6)		-S/ 93,541	-S/ 53,950	-S/ 57,703	
Gastos comerciales (Cuadro 8)		-S/ 23,400	-S/ 25,740	-S/ 28,314	
Pago impuestos		-S/ 290,088	-S/ 370,532	-S/ 512,911	
Flujo Caja Económico (FCE)	S/349,904	S/ 618,923	S/ 861,474	S/ 1,205,241	S/ 468,806
Préstamo recibido	S/ 72,000				-S/ 18,000
Amortización		-S/ 18,000	-S/ 18,000	-S/.18,000	
Gastos financieros		-S/ 9,563	-S/ 6,863	-S/ 4,163	

Escudo fiscal		S/ 2,821	S/ 2,024	S/ 1,228	
Flujo Caja Financiero (FCF)	- S/277,904	S/ 594,181	S/ 838,636	S/ 1,184,307	S/ 450,806

Tabla 18. Rentabilidad del negocio

VAN Económico	S/ 2,107,556
Tasa de descuento (CAPM)	11.46%
TIR Económica	208%
Indice B/C	7.02

VAN Financiero	S/ 2,065,371
Tasa de descuento (WACC)	12.41%
TIR Financiero	249%
Indice B/C	8.43

CONCLUSIONES

1.- El estudio demuestra un mercado potencial, para comercializar limones con los diferentes minoristas en los mercados de abastos y supermercados. cabe señalar ya existe la presencia de mayoristas en la ciudad de Iquitos y con quienes competiremos. El minorista requiere continuidad de abastecimiento, es decir nunca debe faltar el producto.

2.- El estudio técnico señala, que hay que tener mucho cuidado en el proceso de transporte desde la costa hasta la ciudad de Iquitos, por la presencia del cambio climatológico (lluvias).

3.- En el aspecto organizacional se trabajará con un diseño de pequeñas empresas, bajo el régimen laboral de REMIPE y en el aspecto tributario de igual modo.

BIBLIOGRAFÍA

- Oficina Comercial del Perú –Ocex. 2019. *Estas son las frutas peruanas que se imponen en el frío invierno de EE.UU.* En Diario Gestión, 11 de febrero del 2019, Perú.
- Montenegro, Jorge Luis. 2019. Minagri: cerca de 100,000 hectáreas se pondrán en valor para el sector agrícola. En: Andina Agencia Peruana de Noticias.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú.*
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. C.I.U.U. Lima, Perú.
- Ministerio de Agricultura y Riego. 2017. Producción de caña de azúcar en el Perú, perspectivas. Dirección General de Políticas Agrarias. Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria, Lima, Perú.