



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de Negocio de Emolientería
en la ciudad de Iquitos,
año 2019**

Autores:

**Huablocho Tenorio, Sobeyde
Ninán Molina, Naisy Ibeth**

**Para optar por el título profesional
de Contador Público**

**Iquitos – Perú
2019**

DEDICATORIA

A mis padres Pedro Huablocho y Giovanna Tenorio, a mi hermano Jarly Huablocho, que hicieron posible que me desarrolle personal y profesionalmente brindándome sus apoyo, dedicación, comprensión y amor.

Huablocho Tenorio, Sobeyde

Este trabajo de investigación se lo dedico primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto, haberme dado salud y seguir adelante día a día para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Mauro y María por apoyarme en todo momento, por sus consejos, sus valores, por los ejemplos de perseverancia, y por la motivación constante que me han permitido ser una persona de bien, por el deseo de superación y amor que me brindan cada día en que han sabido guiar mi vida.

A todos aquellos que me ayudaron directa o indirectamente a realizar este trabajo de investigación.

Ninán Molina, Naisy Ibeth

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A la Universidad Científica del Perú por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Huablocho Tenorio, Sobeyde

Agradezco a mis padres Mauro y María y familiares, porque ellos me brindaron su apoyo tanto moral y económico.

Agradecer a la Universidad Científica del Perú por ser la Institución en la que me he formado profesionalmente.

De igual manera a mis profesores y compañeros, que con la guía y la colaboración de ellos pude desarrollarme académica y profesionalmente.

Ninán Molina, Naisy Ibeth

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:

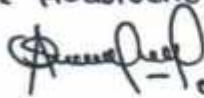
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIO DE EMOLIENTERÍA EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO
2019".**

De los alumnos: **HUABLOCHO TENORIO SOBEYDE Y NINAN MOLINA NAISY
IBETH** pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un
porcentaje de **10% de similitud**.

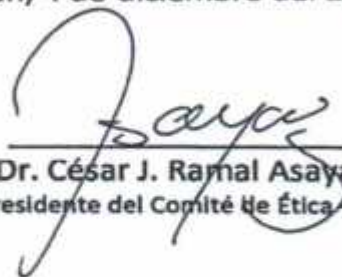
Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que
estime conveniente.

Sobeyde Huablocho Tenorio



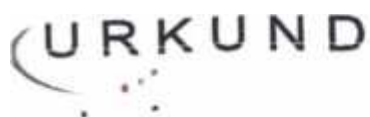
06/12/2019

San Juan, 4 de diciembre del 2019.



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

CIRA/lasda
056-2019



Urkund Analysis Result

Analysed Document: UCP_CONT_2019_TSP_NaisyNinan_SobeydeHuablocho_V1.pdf
(D60268187)
Submitted: 12/4/2019 2:51:00 PM
Submitted By: revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Significance: 10 %

Sources included in the report:

UCP_ADM_2019_TSP_LEILYPUYO_V1.pdf.pdf (D60099882)
LAN DE NEGOCIO EL DICHO.docx (D54788574)
UCP_Contabilidad_2019_TSP_Wilma Vieyra_V2.pdf (D58682380)
UCP_CONTABILIDAD_2019_TSP_WILMA VIEYRA_V1.pdf (D56395950)
Tesis Emo Life.pdf (D54778103)
UCP_ADMINISTRACIÓN_2019_TSP_CARLOSVELA_V1.pdf (D57931894)
<https://www.buenastareas.com/ensayos/Emoliente/1739197.html>

Instances where selected sources appear:

10



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0506-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 11 de diciembre del 2019, 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 EMOLIENTERÍA EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2019**, a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA.
CPC Luis Paima Linares
CPC Luis Armando Paiva Rocha, Mgr.

Presidente
Miembro
Miembro

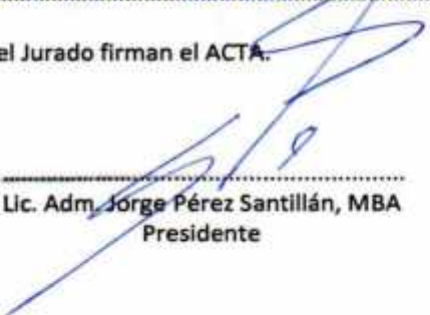
En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 9:00 a.m. horas del día 13 del mes de DICIEMBRE del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

**HUABLOCHO TENORIO SOBEYDE
NINAN MOLINA NAISY IBETH**

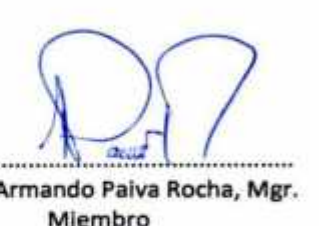
Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR EXCELENCIA

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


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA
Presidente


CPC Luis Paima Linares
Miembro


CPC Luis Armando Paiva Rocha, Mgr.
Miembro

CALIFICACIÓN:

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

ÌNDICE DE CONTENIDO

	Página
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.....	11
2.3. Oferta actual y tendencias.....	13
2.4. Plan de marketing	17
2.4.1. El producto.....	17
2.4.2. El precio.....	24
2.4.3. La promoción.....	25
2.4.4. La cadena de distribución	26
III. PLAN DE OPERACIONES.....	28
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento	28
3.2. El proceso productivo	31
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	36
4.1. La organización	36
4.2. Puestos, tareas y funciones.....	36
4.3. Condiciones laborales.....	40
4.4. Régimen tributario.....	40
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	42
5.1. Estudio económico.....	42

5.2. Estudio financiero	45
CONCLUSIONES	49
BIBLIOGRAFÍA.....	50
ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1. Servicios de comida y bebida (CIIU 2010 - Revisión 4)	3
Cuadro N° 2. Demanda proyectada, ciudad de Iquitos.....	12
Cuadro N° 3. Información del negocio “Banquita”	14
Cuadro N° 4. Información del negocio “Máximo”	15
Cuadro N° 5. Información del negocio “El Paisita”	16
Cuadro N° 6. precios de la competencia, ciudad de Iquitos, 2019	17
Cuadro N° 7. Precio de taza o/y vaso de emolientes.....	24
Cuadro N° 8. Precio de snack que se ofrecerán.....	24
Cuadro N° 9. Costo de elaboración de un vaso de emoliente tradicional....	31
Cuadro N° 10. Horario de atención	40
Cuadro N° 11. Precios de equipos	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Página

Gráfico N° 1. Porcentaje población urbana de la ciudad de Iquitos, 2019.....	12
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 1. Logo de la empresa, 2019	3
Figura N° 2. Ley N° 30198.....	6
Figura N° 3. El emoliente como la proxima bebida saludable nacional	7
Figura N° 4. Cafés y bares recurren al arte para brindar experiencias a los clientes.	8
Figura N° 5. Concurso de emolienteros en la ciudad de Lima.....	9
Figura N° 6. Premiacion al ganador del concurso de emolienteros en Lima.	10
Figura N° 7. Carreta emolientera “Blanquita”	14
Figura N° 8. Carreta emolientera “Maximo”	15
Figura N° 9. Carreta emolientera “El Paisita”	16
Figura N° 10. Ingredientes del emoliente.....	18
Figura N° 11. Presentación N° 1 de emoliente.	21
Figura N° 12. Presentación N° 2 de emoliente.	21
Figura N° 13. Presentación N° 3 de emoliente.	22
Figura N° 14. Presentación N° 4 de emoliente.....	22
Figura N° 15. Presentación N° 5 de emoliente.....	23
Figura N° 16. Logo emolienteria Magic Drink.....	23
Figura N° 17. La carta con los precios de los productos.....	25
Figura N° 18. Ubicación del local de la Emolienteria Magic Drink.....	26
Figura N° 19. Referencia gráfica de ubicación de local.	27
Figura N° 20. Cocina industrial.	33
Figura N° 21. Refrigeradora industrial.....	33
Figura N° 22. Mesa de trabajo.....	34
Figura N° 23. Colador industrial.....	34
Figura N° 24. Licuadora.....	34
Figura N° 25. Ollas.	34
Figura N° 26. Cristalería.	35
Figura N° 27. Taza mezcladora.	35
Figura N° 28. Mesas y sillas.....	35

Figura N° 29. Televisor.....	35
Figura N° 30. Estructura organizacional de la empresa Emolientería Magic Drink.....	36

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

	Página
Flujograma N° 1. Flujograma del proceso de aprovisionamiento del servicio de la Emolientería Magic Drink, ciudad de Iquitos.....	28
Flujograma N° 2. Flujo del proceso productivo del servicio de la Emolientería Magic Drink, ciudad de Iquitos.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Comportamiento del mercado: tendencias y participación.....	42
Tabla 2. Ingreso por ventas.	42
Tabla 3. Costo de venta.....	42
Tabla 4. Gastos administrativos.....	43
Tabla 5. Gastos comerciales.	43
Tabla 6. Gastos pre operativos.....	43
Tabla 7. Inversión en activos fijos.....	44
Tabla 8. Depreciación y amortización en activos fijos.	44
Tabla 9. Programa de endeudamiento.	44
Tabla 10. Estado de resultados integrales.....	46
Tabla 11. Estado de situación financiera.....	47
Tabla 12. Flujo de caja.....	47
Tabla 13. VAN,TIR Y B/C	48

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
Anexo N° 1. Carta de menú.....	51
Anexo N° 2. Proforma SCIC 00-00018	52

PLAN DE NEGOCIO DE EMOLIENTERIA EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2019

Sobeyde Huablocho Tenorio

Naisy Ibeth, Ninán Molina

RESUMEN

El presente plan de negocio es un emprendimiento de negocio sobre el expendio de emoliente, con variedad de producto, en un lugar cómodo, agradable y seguro, con diferentes presentaciones como calientes, tibias y frías.

Los segmentos objetivos de esta investigación son aquellos quienes consumen alimentos y bebidas naturales y saludables, con un nivel socio económico medio y alto entre las edades de 18 años a más de género masculino y femenino.

Existe condiciones para el proceso aprovisionamiento y el proceso productivo, que se tendrá que seguir para la obtención de buenos resultados, y también para la atención de buena calidad.

Se ha determinado la estructura organizacional de la empresa, describiendo los cargos, tareas y funciones del personal que laborará en la empresa. También, se ha determinado las condiciones laborales y tributarias que exige la ley.

Los resultados de la rentabilidad expresada en el VAN, TIR y B/C económico y financiero.

Palabras claves: plan de negocios, emprendimiento, gusto, emoliente, bebidas naturales.

EMOLIENTERIA BUSINESS PLAN IN THE CITY OF IQUITOS, YEAR 2019

Sobeyde Huablocho Tenorio
Naisy Ibeth, Ninán Molina

ABSTRACT

This business plan is a business venture on the sale of emollients, with a variety of products, in a comfortable, pleasant and safe place, with different presentations such as hot, warm and cold.

The objective segments of this research are those who consume natural and healthy food and beverages, with a medium and high socio-economic level between the ages of 18 and older of male and female gender.

There are conditions for the provisioning process and the production process, which will have to be followed to obtain good results, and also for good quality care.

The organizational structure of the company has been determined, describing the positions, tasks and functions of the personnel that will work in the company. Also, the labor and tax conditions required by law have been determined.

The results of the profitability expressed in the VAN, TIR and B/C economic and financial.

Keywords: business plan, entrepreneurship, taste, emollient, natural drinks.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del negocio

Nombre : Emolientería Magic Drink
Razón Social : servicio de emolientería Magic Drink SAC
Localización : calle Elías Aguirre N° 701 esquina con calle San Martín,
distrito de Iquitos, provincia de Maynas,
departamento de Loreto, Perú.
Sector de actividad : servicios de bebidas saludables.
Figura N° 1. Logo de la empresa, 2019



Fuente: Elaboración propia.

1.2. Actividad empresarial

Cuadro N° 1. Servicios de comida y bebida (CIIU 2010 - Revisión 4)

I	Actividades de alojamiento y servicio de comidas y bebidas		
	56	Actividades de servicio de comidas y bebidas	
		563	Actividades de servicio de bebidas
			5630 Actividades de servicio de bebidas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU.

1.3. Idea de negocio

Se busca satisfacer la necesidad de ingerir bebidas naturales y saludables, como una opción para el cuidado de la salud. También, la necesidad de tener la opción de elegir una variedad de emolientes. Otra necesidad, es tomar la bebida en un lugar cómodo, agradable y seguro. Puede degustar un emoliente en diferentes presentaciones como calientes, tibias y frías.

El segmento de clientes al que estamos dirigidos son: las personas, quienes sufren alguna enfermedad. Los deportistas, quienes cuidan su salud. Las personas a quienes les gustan alimentos y bebidas saludables. Los transeúntes, quienes al pasar por el establecimiento les atraen el aroma y la comodidad. Las parejas, quienes podrán encontrar privacidad y comodidad para disfruta. Las familias, a quienes les gusta compartir momentos alegres y disfrutar el tiempo en compañía de los miembros de su familia. Los amigos, a quienes les gusta interactuar con la gente, conocer nuevas personas y pasarla bien.

Se ofrece una variedad de emolientes con propiedades nutricionales y medicinales, en diferentes sabores, utilizando frutas tradicionales y típicas de la zona, con presentaciones únicas y atractivas a la vista del cliente, estas bebidas pueden ser servidas calientes, tibias o fría de acuerdo a la preferencia del cliente. También, contaremos con opciones de snack para acompañar las bebidas. Un ambiente acogedor, seguro y con una decoración con estilo moderno - contemporáneo y diseños que muestran nuestra historia amazónica. Contaremos con un staff de trabajadores capacitado para la atención al cliente. También, temáticas variadas en las temporadas de festividades ofreciendo una variedad de promociones.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes

Como se detalló anteriormente en la idea de negocio, el objetivo es satisfacer la necesidad del consumo de bebidas naturales y saludables, como una opción para el cuidado de la salud, hecho que se incrementa día a día en las personas. Esta mezcla de hierbas y granos es bastante demandada porque tiene beneficios para la salud. Se le atribuyen diferentes propiedades medicinales, ya sea para tratamiento del aparato digestivo, reproductor, respiratorio o circulatorio.

El emoliente es una de las bebidas que se consume en el norte, centro y sur de nuestro país, ya sea comprando en las tradicionales carretillas o preparados en casa.

El emoliente es una bebida tradicional originaria del Perú. También se puede encontrar en países andinos como Bolivia, Ecuador y Colombia. El origen del emoliente viene de épocas antiguas desde el virreinato, fue introducido en Perú en esos años y su consumo se propagó en la época colonial. En Lima, esta bebida se llegó a popularizar, observándose un puesto de venta en cada esquina de la ciudad. Su consumo, tradicionalmente se hace por las mañanas o por las noches. En la zona de Iquitos se observa un mayor consumo en las noches.

El sueño de cada persona es tener su propio negocio, así es como muchos de los emprendedores tiene la necesidad de iniciar sus aventuras en el mundo de los negocios, observando oportunidades y necesidades de los consumidores, de brindarles comodidad, higiene y una buena atención al cliente.

Flavio Mundaca (2010), el dueño de la emolientería “Siete Mezclas” señala “mi objetivo era crear un formato adecuado e higiénico para el emoliente, porque se lo merecía”, también nos dice “los mayores traen a sus hijos para que prueben esta bebida tradicional e incluso algunos padres de familia llegan con sus biberones, pues también desean que sus bebés sientan el rico sabor del emoliente”.

Con el incremento de la necesidad de ingerir bebidas naturales y saludables y el del expendio de emolientes en las vías públicas se convirtió así en uno de los trabajos más emprendedor y con mayor consumo por parte de los peruanos de los diferentes extractos sociales en las calles.

El estado peruano publico la, Ley N° 30198 el que reconoce la preparación y expendio o venta de bebidas elaboradas con plantas medicinales en la vía pública, como microempresas generadoras de autoempleo productivo.

Esta ley apoya al expendio o venta de emolientes en la vía pública como microempresas generadoras de autoempleo productivo, se le reconoce una actividad económica de inclusión social e interés turístico y cultural, como fomentador de los estándares sanitarios y ambientales y promoción de alimentación saludable de la venta ambulatoria de bebidas elaboradas con plantas medicinales tradicionales, quienes los regulan y promocionan, y también en esta ley se declara el 20 de febrero de cada año el Día del Emoliente, Quinua, Maca, Kiwicha y Demás Bebidas Naturales Tradicionales.

Figura N° 2. Ley N° 30198



Fuente: El peruano (2014)

Una necesidad que satisfacer es la necesidad de buena salud, que es muy importante para nuestro bienestar físico, mental y social para el desarrollar de nuestro potencial. La base de una buena salud parte de los hábitos nutricionales correctos y nosotros cumplimos un papel fundamental a la hora de la prevención y de elegir nuestros alimentos y bebidas.

Mario Mantilla (2017) congresista señala en su proyecto de ley, que “el emoliente peruano es una bebida milenaria, elaborado en base a hierbas y

semillas usadas. No solo contienen nutrientes como los minerales, sino que tienen algunos efectos medicinales”.

Su proyecto señalaba “al Ministerio de la Producción y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tomar acciones para la ejecución de la iniciativa que también contempla la participación del Colegio de Nutricionistas del Perú”.

Figura N° 3. El emoliente como la proxima bebida saludable nacional.



Fuente: Diario Gestión, 2017

Los consumidores, ya tienen elegido donde ir a tomar un buen café, comer y hasta tomar algunas copas, pero con las nuevas tendencias y las exigencias de los comensales, quienes tienen la necesidad de acudir a lugares donde sus instalaciones ofrezcan una buena arquitectura y decoración para poder sentirse cómodos y acogidos teniendo una nueva experiencia.

Sandra Vargas Gutiérrez (2017), señala que “la exigencia de los comensales se ha incrementado en los últimos años: ahora también buscan vivir una buena experiencia en el local al que van. Y esta no solo la proveen la comida y el servicio. También la ofrecen la arquitectura y la decoración”. Bajo esta premisa, algunos cafés y bares ahora reúnen varias disciplinas artísticas para la comodidad y el deleite de sus visitantes.

Figura N° 4. Cafés y bares recurren al arte para brindar experiencias a los clientes.



Fuente: Diario Gestión, 2017

Hoy en día el comensal o cliente no solo se basa en el producto o precio, también busca la experiencia por eso tiene la necesidad de recurrir a las recomendaciones de los amigos, familiares que tuvieron o recibieron el servicio de ellos, con esto las empresas y negocios están buscando satisfacer las necesidad del cliente mediante la calidad del servicio al cliente.

Micah Solomon (2018), consultor de servicios al consumidor y columnista de la revista Forbes, señala que “la gestión de servicios se ha convertido en el nuevo márketing. Los consumidores actuales rechazan fácilmente las campañas masivas y prestan mayor atención a las experiencias que tienen sus familiares, amigos o ellos directamente con las empresas”.

“De acuerdo con el estudio, Barómetro Global de Servicio al Cliente 2017 realizado por American Express, un 77% de los consumidores señala que la calidad de servicio al cliente es muy importante para elegir una empresa”.

El incremento de un estilo de vida más saludable en el Perú, fomenta también la preferencia del consumo de bebidas y alimento que van acorde a estas nuevas necesidades de los consumidores.

Con la necesidad de incrementar el consumo de emoliente y la formalización de los negocios, por el Día del Emoliente, Quinua, Maca, Kiwicha y demás bebidas naturales tradicionales (20 de febrero de cada año), la Municipalidad de Lima realizó un concurso que busca capacitar a los micros emprendedores a brindar sus servicios mediante negocios formales y con la debida higiene que se necesita para la manipulación de los alimentos y bebidas.

Jorge Muñoz (2019), alcalde de Lima señala que “los emolienteros son personas muy valiosas, de trabajo y que se esfuerzan cada día por sacar adelante a sus familias. Además, gracias a ellos podemos acceder a esta bebida natural y nutritiva que nos permite reconstituarnos y empezar bien el día”.

Además, recordó que, según la Federación Nacional de Trabajadores Emolienteros y Productos Afines del Perú, en Lima Cercado trabajan 450 emolienteros, mientras que en Lima Metropolitana existen más de 12 mil.

Figura N° 5. Concurso de emolienteros en la ciudad de Lima.



Fuente: Diario Gestión, 2019

Figura N° 6. Premiación al ganador del concurso de emolienteros en la ciudad de Lima.



Fuente: Diario Gestión, 2019

Teniendo así mayor protagonismo las bebidas que no sean gasificadas, como las de pura fruta, agua, entre otros, que son consumidas en más de una ocasión y que, incluso, son las predilectas para tomar en el trabajo, el hogar, durante salidas, etc.

Naturale, (2019) empresa peruana con más de 15 años en el mercado, en marco al lanzamiento de su nueva bebida Agua de Piña 0% Azúcar añadida, comparte, en base a su estadística, 5 datos sobre el perfil del consumidor de bebidas hechas a base de fruta:

- a. **PREFERENCIAS POR LO NATURAL:** Hoy por hoy los limeños, así como en todo el Perú, direccionan sus preferencias de consumo y revaloran cada vez más las bebidas de sabor natural. Cifras de Naturale indican que el consumo de sus bebidas es liderado por la Chicha morada, con 40% de las preferencias, le sigue Maracuyá con 17%, Manzana con 15%, Emoliente con 14%, y Agua de Piña con una representación del 14% y con un gran éxito en su reciente lanzamiento.
- b. **TENDENCIA SALUDABLE:** Un reciente estudio de Kantar Worldpanel indicó que, para el 2019, cerca del 87% de los hogares peruanos.

- c. demandará a las empresas el desarrollo de productos cada vez más saludables. Evidencia de ello es que las recientes cifras de Naturale, muestran a poco de su lanzamiento de su nueva bebida con cero azúcar añadida y bajo en calorías, “Agua de Piña”, un 14% en las preferencias por parte de los consumidores.
- d. ÉNFASIS EN LA INFORMACIÓN: Según datos de Naturale, gran parte de las personas que demandan bebidas de pura fruta pertenecen al rango etario de 25 a 45 años de edad de los NSE A, B, y C. Presentan un estilo de vida orientado a lo saludable y natural, en donde las cualidades nutricionales de los productos son altamente valoradas al momento de elegir bebidas. Son consumidores que demandan información y que buscan cuidar su alimentación.
- e. CANALES ALTERNATIVOS DE DISTRIBUCIÓN: Las bodegas y Supermercados siguen siendo los canales principales para adquirir bebidas de frutas. Sin embargo, canales alternativos como los gimnasios vienen ganando protagonismo volviéndose un punto caliente a considerar, más aún en la temporada de verano. De hecho, la marca Naturale viene incursionando y desarrollando acciones en este canal con su nueva bebida, Agua de Piña 0% azúcar añadida, con gran aceptación por parte de los consumidores.

2.2. Demanda actual y tendencias

2.2.1. Mercado potencial

Estos últimos años en Iquitos, observamos un incremento de un estilo de vida más saludable, con el consumo de alimentos y bebidas naturales, saludables, sin preservantes y bajos en azúcares. El incremento de la demanda del consumo de estas bebidas, da paso al consumo del emoliente al ver más de las tradicionales carretas expendedoras de emoliente por las noches, dirigidas por personas independientes.

Con este aumento de estos pequeños negocios nos damos cuenta que la demanda de los clientes está en crecimiento y que su valor medicinal y nutricional

está siendo reconocida en nuestra ciudad, abriéndose así un mercado potencial a la creación de un establecimiento de expendio de emoliente.

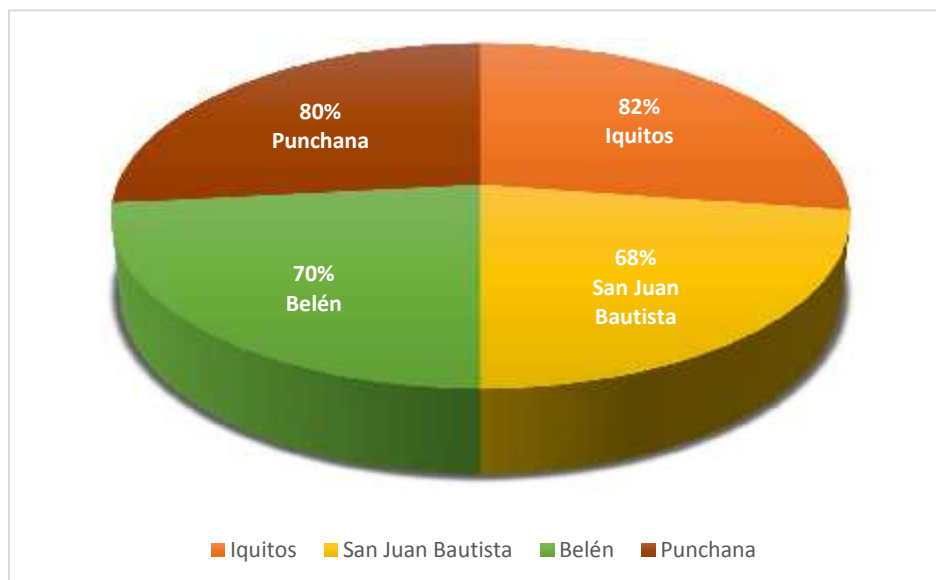
Teniendo, así como mercado potencial a la población de los cuatro distritos de la provincia de Maynas, como son los distritos de: Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista y los turistas que visitan nuestra ciudad cada año.

Cuadro N° 2. Demanda proyectada, ciudad de Iquitos.

Distrito	Población 2015	Porcentaje Urbana	Población Urbana	Tasa de crecimiento promedio anual	Población 2020
Iquitos	150,221	82%	123,181	2%	138,825
San Juan Bautista	154,696	68%	105,193	2%	118,553
Belén	91,128	70%	63,790	2%	71,891
Punchana	75,685	80%	60,548	2%	68,238
Total	471,730		352,712	2%	397,506

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 1. Población urbana, por distritos de la ciudad de Iquitos, 2019



Fuente: elaboración propia

2.2.2. Consumidores potenciales

De acuerdo a lo analizado, los consumidores potenciales son aquellos que consumen alimentos y bebidas naturales, saludables, sin preservantes y sin altos

porcentajes en azúcares, las personas y familias con un nivel socio económico medio y alto capaz y consciente de pagar más un producto diferenciado y nutritivo, entre las edades de 18 años a más de género masculino y femenino.

Pueden ser personas que sufren alguna enfermedad, los deportistas que cuidan su salud, las personas a quienes les gustan alimentos y bebidas saludables, los transeúntes, las parejas, las familias y grupos de amigos. Pueden apersonarse directamente o realizar reservas de manera anticipada ya sea llamando al local o escribiendo en la página.

2.3. Oferta actual y tendencias

Para proyectar la oferta, se debe considerar la evolución del bien o servicio por parte de los ofertantes actuales o la entrada de nuevos proveedores.

Es de crucial importancia también realizar un análisis de tendencias para tener conocimiento sobre la evolución del mercado, antes de invertir tiempo y/o recursos.

En la ciudad de Iquitos se observa un crecimiento del servicio del expendio de emolientes, en los diferentes distritos como: San Juan, Belén, Iquitos y Punchana.

Se analiza la situación no tiene una competencia directa, pero si con personas naturales con negocios de carretas emolienteras con una limitada gama de variedad de emolientes, situadas en diferentes puntos de la ciudad, convirtiéndose así en competencia.

También se puede contar como competencia a los supermercados que venden bebidas de emolientes embotellados.

Figura N° 7. Carretilla de emolienteria “Blanquita”.



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 3. Información del negocio “Blanquita”

Información del negocio	
Información general:	
Dirección	Jr. Próspero cuadra 9 y 10
Descripción del producto:	
<i>Bebidas calientes y saludables</i>	
Bienes y servicios que presta:	
1	Emolientes
2	Maca con leche
3	Sándwich
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Atención en carretillas
2	Al aire libre/ al paso
Formas de pago:	Al contado

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 8. Carretilla de emolienteria “Maximo”.



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 4. Información del negocio “Maximo”

Información del negocio	
Información General:	
Dirección	Calle Morona cuadra 4
Descripción del producto:	
<i>Bebidas calientes y saludables</i>	
Bienes y servicios que presta:	
1	Emolientes
2	Maca con leche
3	Sándwich
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Atención en carretillas
2	Al aire libre/ al paso
Formas de pago:	Al contado

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 9. Carretilla de emolienteria “El Paisita”.



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 5. Información del negocio “El Paisita”

Información del negocio	
Información general:	
Dirección	Calle Morona cuadra 4
Descripción del producto:	
<i>Bebidas calientes y saludables</i>	
Bienes y servicios que presta:	
1	Emolientes
2	Maca con leche
3	Sándwich
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Atención en carretillas
2	Al aire libre/ al paso
Formas de pago:	Al contado

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 6. Precios de la competencia, ciudad de Iquitos, 2019.

Empresa	Producto	Precio soles
Blanquita	Vaso de emoliente	2.00
Máximo	Vaso de emoliente	2.00
El paisita	Vaso de emoliente	2.00

Fuente: elaboración propia.

2.4. Programa de marketing

2.4.1. El producto

El establecimiento brindará servicio de expendio de emoliente bebida a base de hierbas medicinales y aromáticas propiamente dicha, variedad de emolientes con propiedades nutricionales y medicinales variadas y de diferentes sabores, utilizando frutas tradicionales y típicas de la zona con presentaciones únicas y atractivas a la vista del cliente, estas bebidas podrán ser servidas calientes, tibias o frías de acuerdo a la preferencia del cliente, acompañadas con opciones de snack para acompañar las bebidas.

El emoliente suele ser muy variado según la tradición de cada región y las propias tradiciones familiares. Sin embargo, sabemos que siempre será reconocido y se mantendrá lo principal que es la cebada y el jugo (zumo) de limón.

Ingredientes básicos:

- Cebada tostada
- Cola de caballo
- Hojas de boldo
- Linaza
- Agua
- Canela
- Jugo de limón al gusto
- Azúcar al gusto

Figura N° 10. Ingredientes del emoliente.



Fuente: elcomercio.pe

Beneficios del emoliente

El emoliente es una de las bebidas que más se consumen en la época de invierno, sea comprada en las tradicionales carretas o preparadas en casa. Esta mezcla de hierbas aromáticas y medicinales tiene una gran demanda por los beneficios que contiene para nuestra salud.

Melissa Paz (2017) nutricionista indicó que "El emoliente es una bebida muy rica en fibra soluble que ayuda a prevenir el estreñimiento y a reducir el colesterol en sangre":

- Previene el estreñimiento: este refresco que puede ser tomado frío o caliente. Al tener linaza y cebada como ingredientes, ayuda prevenir el estreñimiento. La linaza es rica en fibra soluble (se convierte en gel durante la digestión) generando el aumento del movimiento intestinal. De otro lado, la cebada es rica en vitamina C y fibra, además genera sensación de saciedad, lo que ayuda al control del peso y a prevenir el estreñimiento, agregó Paz.

Sylvia Rodríguez (2017) nutricionista y trofóloga de Healthy Pleasure explicó que el emoliente ayuda a reducir el colesterol en la sangre:

- Reduce el colesterol: "la linaza por su alto contenido de fibra ayuda a disminuir los niveles de colesterol en sangre. Sin embargo, si el emoliente se endulza con azúcar no tendrá este efecto", añadió.
- Diurético y desinflamante: la cola de caballo, la linaza, y la cebada son los responsables que el emoliente sea diurético, y nos ayudan a eliminar sustancias tóxicas del cuerpo a través de la orina, según explicó Rodríguez. La linaza debido a que contiene fibra omega 3 brinda el efecto desinflamante.
- Aliado contra la gastritis: "el tipo de fibra soluble que contiene la mezcla de hierbas la hacen una bebida ideal para persona con gastritis, siempre y cuando no esté endulzado con azúcar refinada", sentenció Rodríguez. El azúcar podría generar que los ácidos del estómago aumenten.

Además, Paz indicó que es un buen reemplazo para bebidas que empeoran esta enfermedad como las gaseosas y otras azucaradas.

No previene resfriados. En internet circula que uno de los beneficios del emoliente es prevenir los resfriados. Sin embargo, según la especialista Melissa Paz, no está probado que lo haga. Lo que sí puede hacer es aliviar los síntomas durante el proceso respiratorio como una bebida caliente.

Las bebidas que se ofrecerán están divididas en dos partes en bebidas saludables y una lista de snacks:

1. Bebidas saludables
 - a. Tradicional
 - b. Fresco
 - c. Adelgazantes
 - d. Antioxidantes
 - e. Enérgicos

- f. Aromáticos
- g. Digestivo
- h. Respiratorio

2. Snacks

- a. Piqueo loreano
- b. Pan con pollo
- c. Pan con huevo
- d. Pan con palta
- e. Pan con queso

Se implementa un sistema de innovación para el mejor servicio de atención al cliente y la eficaz y eficiente atención:

1. Un sistema digital para la realización de pedidos, para un eficaz control de la atención y facturación.

El establecimiento funcionará en un lugar amplio, acogedor, cómodo y seguro para nuestros clientes, donde pondrán relajarse y sentir calma lejos del estrés laboral o cotidiano, con un estilo moderno - contemporáneo y diseños que muestran la historia amazónica, ubicado en el distrito de Belén.

La distribución del establecimiento será de la siguiente manera: contará un (01) salón sub divididos en tres (03) secciones: una (01) barra de bebidas, una (01) cocina, un (01) almacén y dos (02) servicios higiénicos.

Se contará con un staff de trabajadores para la atención al cliente, quienes constantemente recibirán capacitación, talleres, charlas, etc., para una eficaz y eficiente atención al cliente.

Se realizará temáticas variadas según las temporadas de festividades, ofreciendo una variedad de promociones.

Se mostrará algunas presentaciones que se implementaran en el servicio de los emolientes:

Figura N° 11. Presentación N° 1 de emoliente.



Fuente: menuperu.elcomercio.pe

Figura N° 12. Presentación N° 2 de emoliente.



Fuente: es.123rf.com

Figura N° 13. Presentación N° 3 de emoliente.



Fuente: movistarplus.pe

Figura N° 14. Presentación N° 4 de emoliente.



Fuente: sommelier.com.pe

Figura N° 15. Presentación N° 5 de emoliente.



Fuente: sommelier.com.pe

La Marca

Es el nombre, término, señal, símbolo, diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos o servicios de una empresa y la diferencia de los competidores.

El presente plan de negocio contará con la siguiente marca y logo:

Figura N° 16. Logo emolienteria Magic Drink.



Fuente: elaboración propia.

2.4.2. El precio

Como referencia en los precios que se manejan en el mercado, el precio para una taza de emoliente tradicional será de S/ 5.00 por persona. Este servicio puede variar de acuerdo a las promociones que brindaremos y ofreceremos.

De acuerdo con la recolección de información que hicimos de las carretas expendedoras de emolientes, deducimos nuestros precios de las bebidas que serviremos en nuestro establecimiento.

Cuadro 7. Precio de taza o/y vaso de emolientes.

Descripción	Precio unitario (soles)
Tradicional	5.00
Fresco	7.00
Adelgazantes	9.00
Antioxidantes	10.00
Enérgicos	12.00
Aromáticos	12.00
Digestivo	12.00
Respiratorio	12.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8. Precio de snack que se ofrecerán.

Descripción	Precio unitario (soles)
Pan con huevo	3.00
Pan con queso	3.50
Pan con palta	4.00
Pan con pollo	5.00
Piqueo Loretano	9.00

Fuente: elaboración propia

La Carta que se presentamos con sus respectivos precios:

Figura N° 17. La carta con los precios de los productos.



Fuente: elaboración propia

2.4.3. La promoción

Para la promoción que es uno de los puntos más importante del negocio para su surgimiento y crecimiento optaremos por los clásicos anuncios de televisión, vallas publicitarias y radio, también optaremos por estrategias digitales como estrategias de promoción del producto y servicios en plataformas online: sitios web, redes sociales, blog, correos electrónicos, mobile, etc.

La publicidad será realizada en internet a través de las redes sociales tales como:

- a. **Facebook:** la creación de una Fan page, la cual nos ayudara proporcionar información sobre la empresa y las actividades que se realizaran, subiendo fotos y videos, además de tener el beneficio de ganar muchos seguidores.
- b. **Twitter:** el objetivo principal de utilizar esta red social es tener un gran número de seguidores y se realizar publicaciones constantes para que lo pueden ver nuestros clientes y seguidores.
- c. **Instagram:** el objetivo también es ganar seguidores, además de publicar fotos para que nuestros seguidores los vean.
- d. **YouTube:** subir y compartir videos de los diversos servicios que brindaremos a nuestros clientes compartiendo en familia, cumpleaños, amistades y otras actividades promocionales que brindaremos.

Para los eventos que se ejecuten utilizaremos merchandising, descuentos por cumpleaños, aniversarios, entre otros.

2.4.4. La cadena de distribución

El establecimiento se encontrará ubicado en la calle Elías Aguirre N° 701, esquina con calle San Martín, distrito de Iquitos.

Figura N° 18. Ubicación de local de la Emolienteria Magic Drink.



Fuente: google maps

El punto de venta o distribución del servicio se realizará de manera directa al consumidor; la atención del servicio se brindará en nuestro establecimiento brindando una atención personalizada y de calidad.

La ubicación de nuestro establecimiento es en un punto estratégico de nuestra ciudad, se encuentra ubicada en una de las esquinas de la Plaza 28 de Julio, que es la plaza más grande de la ciudad, y la segunda más importante por detrás de la plaza de Armas de Iquitos. Es un punto de encuentro de nuestra ciudad, los fines de semanas las personas como familias, parejas, amigos y otros y no solo los fines de semanas sino también entre la semana.

Figura N°19. Referencia gráfica de ubicación de local.



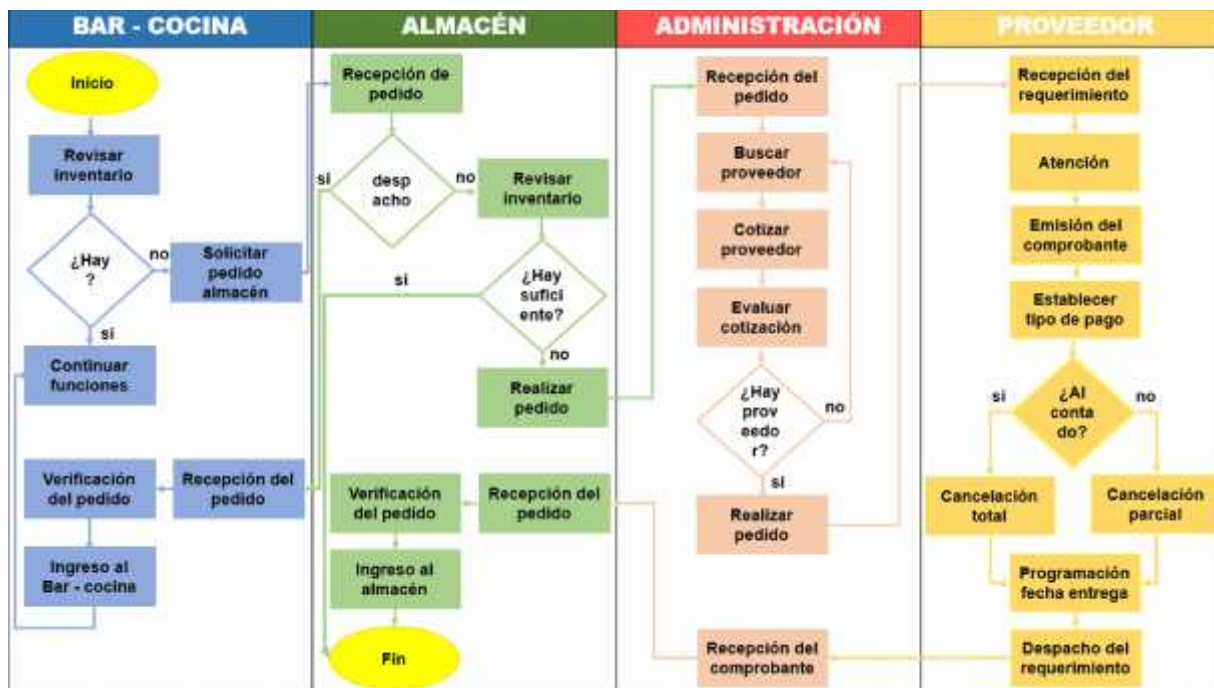
Fuente: Google maps

Para fortalecer la distribución del servicio y/o producto se realizarán alianzas estratégicas de venta con las agencias de viaje, hoteles de la localidad y puntos de información turística, de tal manera que exista la información oportuna y clara de donde se puede departir un momento agradable, cómodo sintiéndose seguro y cuidando de su salud.

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Flujograma N° 1. Flujograma del proceso de aprovisionamiento del servicio de la Emolientería Magic Drink, ciudad de Iquitos.



Fuente: elaboración propia

El flujograma, representa el proceso de aprovisionamiento que realizaremos con nuestros proveedores, desde la solicitud de los insumos y productos realizados por el área de cocina, hasta la entrega de los mismos realizada por los proveedores.

- 1) El área de cocina revisará su inventario al inicio y final del día, para verificar si se cuenta con los insumos y productos necesarios.
- 2) Si se cuenta con los insumos y productos necesarios, se continúa con las funciones y tareas del día.
- 3) Si no se contará con los insumos y productos necesarios, el encargado de dicha área solicitará o realizará un pedido al área de almacén.
- 4) El área de almacén recibe la solicitud del pedido.
- 5) Si el área de almacén cuenta con el pedido solicitado, atenderá de inmediato haciendo entrega de los insumos y productos al encargado del área de cocina.

- 6) El encargado del área de cocina realizará la recepción del pedido solicitado.
- 7) Realizará la verificación del pedido para cerciorarse que todo lo pedido este de acuerdo a lo solicitado.
- 8) Al comprobar que todo este conforme, realizará el ingreso a las áreas correspondientes para la utilización de las mismas.
- 9) Sin embargo, si el área de almacén no cuenta con la solicitud del pedido realizará una revisión del inventario de stock del área.
- 10) Si cuenta con lo suficiente y necesario atenderá el pedido.
- 11) Si no cuenta, entonces, el encargado del área realizará o solicitará un nuevo pedido al área de administración para a su atención.
- 12) El área de administración realizará la recepción de la solicitud del pedido.
- 13) Realizará una búsqueda de proveedores que cuente con los insumos y productos necesarios.
- 14) Seguidamente solicitará a dichos proveedores una cotización.
- 15) Para posteriormente realizar un cuadro comparativo de precios y calidad de los insumos, productos y algunas políticas de cada proveedor para la discusión y toma de decisiones.
- 16) Si no hay proveedor o no convencen sus cotizaciones se realizará la nueva búsqueda de proveedores.
- 17) Si contamos con el proveedor, el área de administración o el encargado realizará la solicitud del pedido con los requerimientos específicos.
- 18) Entonces el proveedor atenderá a nuestra solicitud recepcionando el requerimiento solicitado.
- 19) El proveedor atenderá el requerimiento de acuerdo a las especificaciones solicitadas por nuestra área.
- 20) El proveedor emitirá el comprobante correspondiente al monto del pedido solicitado.
- 21) El proveedor y el área de administración acordarán la forma de pago que se realizará.
- 22) Si es al contado, se realizará una cancelación total,
- 23) Y si es al crédito, se realizará una cancelación parcial acordando el tiempo y fecha de pago de la cancelación total.

- 24) Después de la cancelación total o parcial el proveedor y el área de administración programaran la fecha de entrega del requerimiento solicitado.
- 25) El proveedor realizará el despacho del requerimiento para su entrega.
- 26) El área de administración realizará la recepción del comprobante de pago.
- 27) El área de almacén será el encargado de la recepción del pedido solicitado.
- 28) El área o encargado del almacén realizará la verificación del pedido para dar su conformidad.
- 29) El área o encargado del almacén al dar la conformidad del pedido, realizará el ingreso de los insumos y productos al área de almacén con los respectivos documentos y procesos.

Los principales proveedores son:

Mercado de Belén, Pasaje Paquito, callejón mercantil en la ciudad Iquitos, ubicado dentro del Mercado de Belén, en el Barrio de Belén, el pasaje alberga puestos de venta de plantas medicinales, tónico herbales y brebajes afrodisíacos.

Supermercado Los Portales, tienda de abarrotes en la ciudad de Iquitos al por mayor y menor de artículos para el hogar, pasamanería, una surtida licorería, sección de frutas y verduras, asimismo la sección de diversas hierbas y embutidos de las mejores marcas del mercado.

Comercial Irmita SAC, distribuidor en la ciudad de Iquitos de bebidas lácteas, embutidos alimentos, fabricante mayorista y productos de primera necesidad.

Panadería Oriental, distribuidor de panes de diversos tipos, especialmente, pan francés y hamburguesa, masa de pizza, etc.

Supermercado Pacific Market, tienda de abarrotes en la ciudad de Iquitos al por mayor y menor de artículos para el hogar, pasamanería, una surtida licorería, sección de frutas y verduras, asimismo la sección de carnes frescas y embutidos de las mejores marcas del mercado.

Cuadro 9. Costo de elaboración de un vaso de emoliente tradicional.

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio
Cebada tostada	150	gramos	S/1.00
Cola de caballo	150	gramos	S/2.50
Hojas de boldo	4	hojas	S/0.50
Linaza	1	taza	S/1.00
Agua	4	litros	S/1.50
Canela	0.02	gramos	S/0.20
Jugo de limón	250	gramos	S/1.25
Azúcar	200	gramos	S/0.50
Mano de obra	1	persona	S/4.17
Precio total para 8 vasos			S/12.61
Precio unitario			S/1.58

Fuente: elaboración propia

3.2. El proceso productivo

Flujograma N° 2. Flujo del proceso productivo del servicio de la Emolientería Magic Drink, ciudad de Iquitos.



Fuente: elaboración propia

El flujograma respectivo, representa el proceso productivo del servicio que brindamos a nuestros clientes desde su ingreso hasta su retiro del establecimiento, siguiendo los estándares y políticas con las que contamos.

- 1) El cliente ingresará al establecimiento.
- 2) El cliente solicitará información sobre la capacidad de atención preguntando si contamos con mesas o no.
- 3) Si no hay mesa se retirará del establecimiento o esperará una mesa con disponibilidad.
- 4) Si hay mesa el cliente solicitará la carta.
- 5) La azafata/mesero le dará la bienvenida al cliente con un saludo cordial.
- 6) La azafata/mesero hará entrega de la carta al inicio de la atención o a la solicitud del cliente.
- 7) La azafata/mesero podrá hacer sugerencias o explicar a cliente sobre el servicio y las bebidas que ofrecemos.
- 8) La azafata/mesero realizará la toma del pedido al cliente.
- 9) La azafata/mesero verificará si contamos con el producto o tendrá que sugerir otro.
- 10) Si no contamos en el momento con los solicitado, la azafata/mesero tendrá que sugerir cambiar el pedido por otro y tomar la nueva orden.
- 11) Si el pedido este todo conforme se prosigue con la atención del pedido.
- 12) La azafata/mesero procederá con el envío de la comanda al área de bar o cocina como corresponda.
- 13) El área de bar/cocina como corresponda realizara la recepción de la comanda para su respectiva atención.
- 14) El área de bar/cocina verificara su mise en place.
- 15) Si hay el mise en place la elaboración del pedido será del momento y si no hay se procederá a la preparación de más ingredientes para la atención del pedido.
- 16) El área de bar/cocina realizará la elaboración del pedido siguiendo la los estándares y normas de salud, higiene y seguridad alimentaria para la atención del pedido.
- 17) El área de bar/cocina verificará la presentación de las bebidas.
- 18) El área de bar/cocina realizará la llamada correspondiente a la azafata/mesero para la atención del pedido.
- 19) El área de bar/cocina entregará el pedido a la azafata/mesero.
- 20) La azafata/mesero recepcionará el pedido al área de bar/cocina.

- 21) La azafata/mesero después de la recepción del pedido del área de bar/cocina verificará si el pedido está conforme a lo solicitado o no.
- 22) Si todo está conforme la azafata/mesero realizará la atención del servicio al cliente.
- 23) El cliente consumirá su pedido.
- 24) El cliente al término de su consumo solicitará la cuenta de su consumo.
- 25) El área de caja recepcionará la solicitud la cuenta del servicio del cliente.
- 26) El área de caja realizará el registro del consumo por parte del cliente.
- 27) El área de caja emitirá el comprobante correspondiente, según lo solicitado por el cliente.
- 28) El cliente realizará la cancelación en el área de caja.
- 29) El área de caja solicitará al cliente si la cancelación será en efectivo o con tarjeta y se efectuará la cancelación.
- 30) El área de caja y la azafata/mesero despedirán al cliente con un gracias y con la mejor disposición.

Se contará con equipos y enseres de trabajos como los siguientes:

Figura N° 20. Cocina industrial.
industrial.



Fuente: listado.mercadolibre.com.pe

Figura N° 21. Refrigeradora industrial.



Fuente: listado.mercadolibre.com.pe

Figura N° 22. Mesa de trabajo.



Fuente: zonachef.com.mx

Figura N° 23. Colador Industrial.



Fuente: servibar.net

Figura N° 24. Licuadora.



Fuente: amazon.com.mx

Figura N° 25. Ollas.



Fuente: record.com.pe

Figura N° 26. Cristalería.



Fuente: makro.es

Figura N° 27. Taza mezcladora.



Fuente: a.iamsika.me

Figura N° 28. Mesas y sillas.



Fuente: mobeler.mx

Figura N° 29. Televisor.

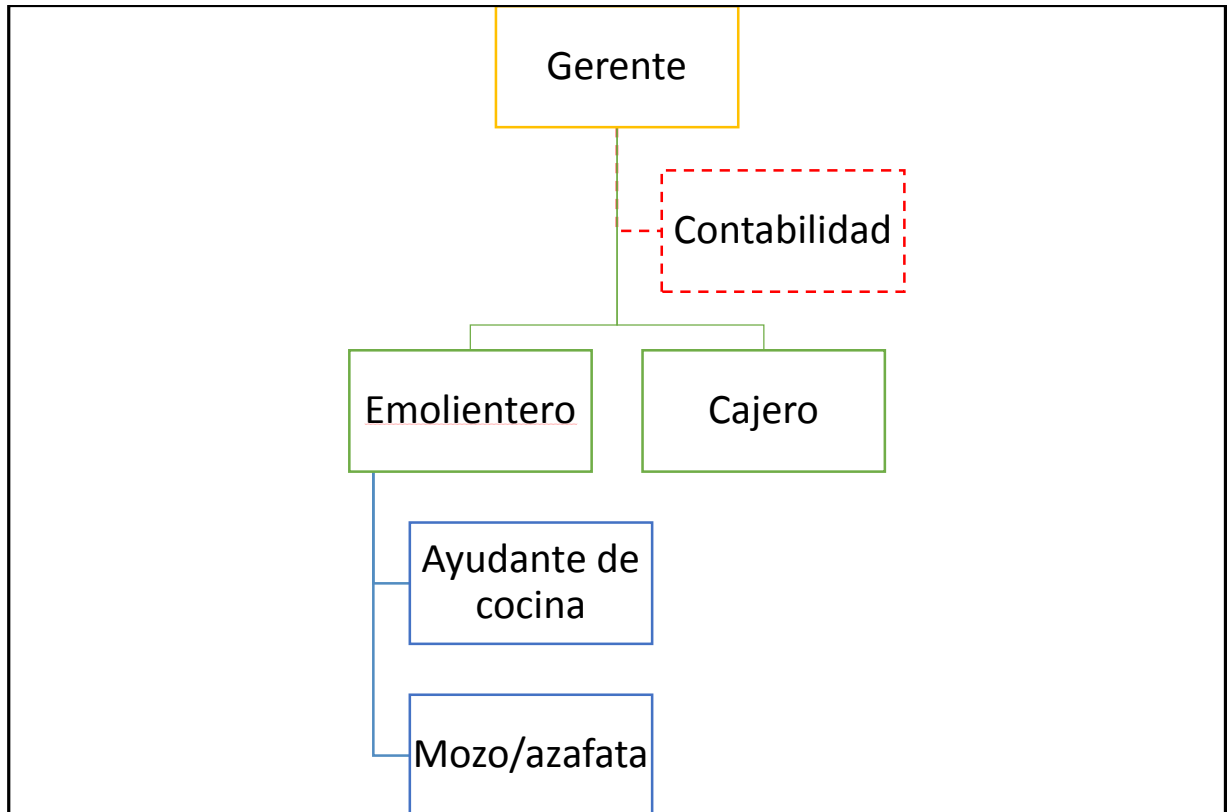


Fuente: Samsung.com

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. La organización

Figura 30. Estructura organizacional de la empresa Emolientería Magic Drink.



Fuente: elaboración propia

4.2. Puestos, tareas y funciones

a) **Puesto :** Gerente General

Tarea : Liderar, planificar, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa.

Funciones :

1. Representa a la empresa.
2. Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
3. Planifica las estrategias de venta que realizará la empresa.
4. Organiza la estructura de la empresa, como también, las funciones y cargos de trabajo.

5. Decide sobre contratar, seleccionar, capacitar y ubicar a su personal a cargo.
6. Dirige, toma decisiones y supervisa las actividades de la empresa.
7. Es un líder con su personal.
8. Supervisa el horario de trabajo.
9. Controla las actividades programadas para su desarrollo.
10. Coordina reuniones con los dueños de la empresa y también con su personal.
11. Realiza las compras requeridas dentro de la empresa.
12. Analiza problemas de la empresa económicos, financieros, laborales y quejas de clientes.
13. Realiza los pagos que correspondan a las actividades de la empresa.
14. Realiza cálculos económicos y financieros del desarrollo de la empresa.
15. Realiza balances sobre la situación de la empresa.
16. Busca el financiamiento interno y externo de la empresa.

b) Puesto : Contador Externo

Tarea : Aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de la empresa.

Funciones :

1. Recepciona la documentación de venta y compras.
2. Registra la información en su sistema.
3. Genera los libros electrónicos.
4. Declara impuestos mensuales y anuales.
5. Prepara nóminas del personal de la empresa.
6. Devuelve la documentación adjuntando las guías de pagos.

c) Puesto : Emolientero

Tarea : Elaborar, mezclar y servir bebidas con licencia

Funciones :

1. Realiza una inspección diaria sobre su área de trabajo.
2. Conoce todos los tipos de hierbas e insumos con los trabaja.
3. conoce la forma de almacenamiento de las hierbas e insumos.
4. Conoce muy bien la preparación de las bebidas.
5. Organiza y decora la presentación de las bebidas.

6. Conoce el tipo de cristalería que se utilizará para servir las bebidas.
7. Realiza inventarios físicos diarios y semanales.
8. Mantiene un registro de los suministros.
9. Coordina los requerimientos con almacén.
10. Mantiene y sigue estrictas normas de salud, higiene y seguridad alimentaria.
11. Mantiene limpio y organizado el área de trabajo.
12. Recepciona las comandas de pedidos.
13. Atiende los pedidos solicitados.
14. Coordina con el gerente nuevos menús de bebidas y snack.
15. Elabora una pequeña presentación para la promoción de bebidas para atraer a los clientes.
16. Optimiza los recursos de la empresa.

d) Puesto : Cajero/a

Tarea : Recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo.

Funciones :

1. Saluda cordial y formal a los clientes.
2. Atiende la solicitud de pago del cliente
3. Calcula la cantidad de dinero del consumo del cliente.
4. Recibe e informa a los clientes de una manera cortés y profesional las diferentes formas de pago
5. Recibe los pagos y entrega las facturas correspondientes.
6. Maneja la caja registradora del negocio.
7. Recibe información del de los mozos/meseras.
8. Lleva un control de sus operaciones.
9. Realiza el cierre o arqueo de caja.
10. Custodia los fondos de la venta del día.
11. Mantiene una apariencia limpia y ordenada.
12. Mantiene su área de trabajo limpio y ordenado.
13. Responsable del funcionamiento de las maquinas, equipos y materiales a su cargo.

e) Puesto : Ayudante de cocina

Tarea : Ayudar a preparar y realizar los trabajos básicos de la cocina.

Funciones :

1. Ayuda a preparar las bebidas y snacks.
2. Organiza los instrumentos la el servicio.
3. Controla las existencias.
4. Desempaqueta y almacena las existencias.
5. Mantiene limpia la zona de trabajo.
6. Mantiene limpia la cocina.
7. Escurre y lava los platos y vasos, y luego colocarlos en el sitio adecuado.
8. Mantiene y sigue estrictas normas de salud, higiene y seguridad alimentaria.
9. Mantiene una apariencia limpia y ordenada.

f) Puesto: Mozos/azafatas

Tarea: Atender a los clientes, comensales.

Funciones:

1. Mantiene una apariencia limpia y ordenada.
2. Conoce la información de la carta.
3. Verifica que su estación este aseada y ordenada.
4. Verifica que el salón se encuentres limpia y ordenada
5. Realiza el montaje de las mesas.
6. Recibe a los clientes y da la bienvenida.
7. Ofrecer la carta.
8. Realiza los pedidos de los clientes.
9. Elabora las comandas para la cocina y caja.
10. Realiza la atención del pedido.
11. Ofrece calidad en el servicio.
12. Cobra cuentas y entregar reporte a cajero.
13. Despide al cliente con la palabra gracias y vuelva pronto.
14. Limpia de las mesas al término de la atención.

4.3. Condiciones laborales

El negocio estará sujeto bajo la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa y el Decreto Legislativo N° 1086 que aprueba Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al Empleo Decente.

Contando así, con personal laborando con una jornada máxima de 8 horas diarias o 48 horas semanales, 24 horas continuas de descanso físico semanal, percibiendo una remuneración mínima vital o de acuerdo al contrato pactado, en este caso serán contratos de duración determinada con modalidad de carácter temporal, porque el negocio sería un negocio nuevo recién puesto en marcha, y una remuneración de acuerdo a ley por trabajos de sobre tiempos y feriados, gozando así 15 días de vacaciones por cada año laborado.

Cuadro 10. Horario de atención al inicio del negocio

Horario de Atención al Cliente		
Lunes a Sábado	6:00 - 10:00 hrs.	17:00 - 21:00 hrs
Domingo y Feriados	7:00 - 11:00 hrs.	-

Fuente: elaboración propia

4.4. Régimen tributario

El negocio estará sujeta a la Renta del Régimen de Amazonía, porque este régimen comprende a aquellas personas naturales o jurídicas que realicen las siguientes actividades económicas: agropecuaria, acuicultura, pesca, turismo, así como las actividades manufactureras vinculadas al procesamiento, transformación y comercialización de productos primarios provenientes de las actividades antes indicadas y la transformación forestal, siempre que sean producidos en la zona de Amazonía.

Por ser un negocio ubicado en el departamento de Loreto, se aplicará para efectos del Impuesto a la Renta correspondiente a rentas de tercera categoría, el 5% (cinco por ciento).

Los contribuyentes que se encuentran ubicados en la Amazonía gozan de la exoneración del Impuesto General de las Ventas por las operaciones señaladas en la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía (Ley 27037 y modificatorias, dispuesta por el párrafo 13.1 del artículo 13).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Estudio económico

5.1.1 Inversión

Para la implementación del plan de negocio de la Emolientería Magic Drink se contará con una inversión de S/ 50,000.00 el mismo que estará financiado por capital propio de S/ 35,000.00 y un préstamo de S/ 15,000.00.

5.1.2 Comportamiento del Mercado

La población a la que estará orientado comportamiento del mercado de la Emolientería será a la población de la ciudad de Iquitos.

Tabla N° 1. Comportamiento del mercado: tendencias y participación.

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual	397,506		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual	397,506	405,456	413,565
Participación de mercado	7.00%	9.00%	11.00%
Demanda del proyecto (vasos)	27,825	36,491	45,492

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 2. Ingresos de ventas (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (vasos)	27,825	36,491	45,492
Precio mercado (proyectado)	9.88	9.88	10.28
Tendencia del precio	0%	4%	4%
Precio de venta efectiva	S/ 9.88	S/ 10.28	S/ 10.69
VENTA TOTAL EMPRESA	S/ 274,915	S/ 374,953	S/ 486,139

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 3. Costo de venta (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (vasos)	27,825	36,491	45,492
Costo compra	S/ 4	S/ 4	S/ 4
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/111,302	S/150,343	S/194,925

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 4. Gastos administrativos (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente general	1	1	1
Sueldo mensual	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500
Emolientero	1	1	1
Sueldo mensual	S/ 1,000	S/ 1,200	S/ 1,200
Cajero	1	1	1
Sueldo mensual	S/ 930	S/ 930	S/ 930
Ayudante de cocina	1	1	1
Sueldo mensual	S/ 930	S/ 930	S/ 930
Mozos/Azafatas	2	2	2
Sueldo mensual	S/ 930	S/ 930	S/ 930
Remuneraciones del personal	S/ 6,220	S/ 6,420	S/ 6,420
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/ 6,759	S/ 6,976	S/ 6,976
Contador	S/. 100	S/. 100	S/. 100
Servicios públicos	S/. 500	S/. 550	S/. 600
Útiles oficina	S/. 150	S/. 170	S/. 190
Otros	S/. 200	S/. 220	S/. 250
Total mensual	S/ 7,709	S/ 8,016	S/ 8,116
TOTAL ANUAL	S/.92,509	S/.96,197	S/.97,397

Fuente: elaboración propia

Tabla N°5. Gastos comerciales (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/ 250	S/ 300	S/ 350
Alquiler local	S/ 2,500	S/ 2,700	S/ 3,000
Promociones	S/ 200	S/ 230	S/ 250
Otros	S/ 200	S/ 230	S/ 250
Total mensual	S/ 3,150	S/ 3,460	S/ 3,850
TOTAL ANUAL	S/ 37,800	S/ 41,520	S/ 46,200

Fuente: elaboración propia

Tabla N°6. Gastos pre operativos (soles).

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/ 1,000	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Tramites diversos	S/ 700	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Total	S/ 1,700	S/ 0	S/ 0	S/ 0

Fuente: elaboración propia

Tabla N°7. Inversión en activos fijos (soles).

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/implementación	S/. 10,390	1	S/. 10,390	20	S/. 520
Equipos	S/. 7,975	1	S/. 7,975	5	S/. 1,595
Muebles	S/. 4,160	1	S/. 4,160	5	S/. 832
Enseres	S/. 5,680	1	S/. 5,680	2	S/. 2,840
Total			S/. 28,205		S/. 5,787

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Precios de los equipos (soles).

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Laptop	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Impresora	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Televisor	1	S/ 1,299.00	S/ 1,299.00
Congeladora	1	S/ 1,149.00	S/ 1,149.00
Microondas	1	S/ 259.00	S/ 259.00
Cocina industrial	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Licuada	1	S/ 269.00	S/ 269.00
Equipo de sonido	1	S/ 499.00	S/ 499.00
Campana extractora	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Precio total de los equipos			S/ 7,975.00

Fuente: elaboración propia

Tabla N°8. Depreciación y amortización en activos fijos (soles).

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.28,205.00	-S/.5,786.50	-S/.5,786.50	-S/.5,786.50	S/.10,845.50
Amortización activo intangible	S/.1,700.00	-S/.340.00	-S/.340.00	-S/.340.00	S/.680.00
TOTAL	S/.29,905.00	-S/.6,126.50	-S/.6,126.50	-S/.6,126.50	S/.11,525.50

Fuente: elaboración propia

5.2. Estudio financiero

Tabla N° 9. Programa de endeudamiento (soles).

Deuda a tomar	S/. 15,000			
25.00%	Anual	1.88%	mensual	
		36	meses	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	15,000	282	417	699
2	14,583	274	417	691
3	14,167	266	417	683
4	13,750	259	417	675
5	13,333	251	417	667
6	12,917	243	417	660
7	12,500	235	417	652
8	12,083	227	417	644
9	11,667	219	417	636
10	11,250	212	417	628
11	10,833	204	417	620
12	10,417	196	417	613
		2,867	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	10,000	188	417	605
14	9,583	180	417	597
15	9,167	172	417	589
16	8,750	165	417	581
17	8,333	157	417	573
18	7,917	149	417	566
19	7,500	141	417	558
20	7,083	133	417	550
21	6,667	125	417	542
22	6,250	118	417	534
23	5,833	110	417	526
24	5,417	102	417	519
		1,739	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	5,000	94	417	511
26	4,583	86	417	503
27	4,167	78	417	495
28	3,750	71	417	487
29	3,333	63	417	479
30	2,917	55	417	472
31	2,500	47	417	464
32	2,083	39	417	456
33	1,667	31	417	448
34	1,250	24	417	440
35	833	16	417	432
36	417	8	417	425
		611	5,000	

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 10. Estado de resultados integrales (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.274,915	S/.374,953	S/.486,139
Costo ventas	-S/.111,302	-S/.150,343	-S/.194,925
Margen Bruto	S/.163,613	S/.224,610	S/.291,214
Gastos administrativos	-S/.92,509	-S/.96,197	-S/.97,397
Depreciación	-S/.6,127	-S/.6,127	-S/.6,127
Gastos comerciales	-S/.37,800	-S/.41,520	-S/.46,200
Margen operativo	S/.27,178	S/.80,766	S/.141,491
Gastos financieros	-S/.2,867	-S/.1,739	-S/.611
Margen antes de tributos	S/.24,311	S/.79,027	S/.140,880
Tributos	-S/.1,216	-S/.3,951	-S/.7,044
Margen neto	S/.23,096	S/.75,076	S/.133,836

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 11. Estado de Situación Financiera (soles).

Balance	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/13,746	S/42,605
Caja Bancos	S/13,746	S/42,296
Cuentas por cobrar		S/0
Inventarios		S/309
Activo no corriente	S/29,905	S/23,779
TOTAL	S/43,651	S/66,384
Pasivo corriente		S/4,638
Pasivo No Corriente	S/15,000	S/10,000
TOTAL PASIVO	S/15,000	S/14,638
Patrimonio		
Capital	S/28,651	S/28,651
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/23,096
TOTAL PATRIMONIO	S/28,651	S/51,746
TOTAL	S/43,651	S/66,384

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Flujo de Caja (soles).

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.274,915	S/.374,953	S/.486,139	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.29,905				S/.11,526
Capital de trabajo	-S/.13,746	S/.2,328	-S/.705	S/.1,734	S/.10,390
Compras		-S/.111,302	-S/.150,343	-S/.194,925	
Gastos administrativos		-S/.92,509	-S/.96,197	-S/.97,397	
Gastos comerciales		-S/.37,800	-S/.41,520	-S/.46,200	
Pago impuestos		-S/.1,359	-S/.4,038	-S/.7,075	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.43,651	S/.34,273	S/.82,149	S/.142,276	S/.21,915
Préstamo recibido	S/.15,000				S/.0
Amortización		-S/.5,000	-S/.5,000	-S/.5,000	
Gastos financieros		-S/.2,867	-S/.1,739	-S/.611	
Escudo fiscal		S/.143	S/.87	S/.31	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.28,651	S/.26,550	S/.75,497	S/.136,696	S/.21,915

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Van, Tir y B/C

VAN Económico	S/.167,288
Tasa de descuento (CAPM)	12.44%
TIR Económica	131%
Índice B/C	4.83

VAN Financiero	S/.149,114
Tasa de descuento (WACC)	16.76%
TIR Financiero	168%
Índice B/C	6.20

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- a. De acuerdo al plan de marketing, se concluye que el plan de negocio será una novedad porque no existe un establecimiento que realice ventas de emolientes, y la demanda de este producto va en crecimiento. El producto será ofrecido en diferentes presentaciones, con precios razonables, contando con un establecimiento para el expendio de las bebidas, en un lugar con mayor concurrencia y con diferentes formas de promociones.
- b. Por otro lado, el plan de operaciones permite tener un orden en nuestros procesos para el desarrollo de nuestra empresa, ya que de ello depende la prestación del servicio. El aprovisionamiento con la que contaremos será con precios razonables y productos de calidad. El proceso productivo nos detalla las operaciones planificadas para la atención del servicio.
- c. En cuanto al plan de recursos humanos, se concluye que la política del personal y las condiciones laborales de los trabajadores son importantes, como también la estructura orgánica, que responde a las necesidades de la empresa. Se respetará la jornada de trabajo de 8 horas y se brindará los beneficios laborales de acuerdo a ley.
- d. Por último, el plan económico y financiero arroja prometedoras información, mediante las tablas y estados financieros, que nos ayudan con la información de la liquidez próxima que tendrá la empresa; donde se concluye que el proyecto es viable y que además tiene un nivel aceptable de personas que desean consumir nuestro servicio.

BIBLIOGRAFÍA

El peruano (2014). *Ley que reconoce la preparación y expendio o venta de bebida Ley N° 30198*. En: Diario El Peruano, 17 de mayo de 2014. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU de todas las actividades económicas, revisión 4*. En: Dirección Nacional de Cuentas Nacionales, enero de 2010. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, 2007. *Censos Nacionales 1993 – 2007*. En: www.inei.gob.pe. Lima, Perú.

Mantilla, Mario (2017). *Emoliente: ¿Por qué la proponen como la próxima bebida saludable nacional?* En: En: Diario Gestión, 12 de junio de 2017. Lima, Perú.

Mundaca, Flavio (2010). *La nueva era del emoliente*. En: Diario Gestión, 18 de noviembre de 2010. Lima, Perú.

Muñoz, Jorge (2019). Lima: ¿Cuál es el mejor emoliente de la ciudad? En: Diario Gestión, 20 de febrero de 2019. Lima, Perú.

Naturale, (2019). *5 datos sobre el consumo de bebidas de fruta en el Perú*. En: Diario Correo, 26 de febrero de 2019. Lima Perú.

Paz, Melissa y Rodríguez, Sylvia (2017). *Conoce los beneficios del emoliente y aprende a prepararlo*. En: Diario El Comercio, 21 de agosto del 2017. Lima, Perú

Solomon, Micah (2018). *Cuatro empresas que destacan por innovar en su servicio al cliente*. En: Diario Gestión, 28 de marzo de 2018. Lima, Perú.

Vargas Gutiérrez, Sandra (2017). *Cafés y bares recurren al arte para brindar experiencias a los clientes*. En: Diario Gestión, 15 de marzo de 2017. Lima, Perú.

ANEXO N° 1

EMOLIENTERIA "MAGIC DRINK"

Le invitamos a degustar nuestras bebidas mágicas

BEBIDAS SALUDABLES



Tradicional	S/ 5.00
Fresco	S/ 7.00
Adelgazante	S/ 9.00
Antioxidantes	S/ 10.00
Enérgico	S/ 12.00
Aromático	S/ 12.00
Digestivo	S/ 12.00
Respiratorio	S/ 12.00

SNACK

Piqueo Loretano	S/ 9.00	Pan con pollo	S/ 5.00
Pan con palta	S/ 4.00	Pan con queso	S/ 3.50
Pan con huevo	S/ 3.00		

STEEL CONCRETE INGENIERÍA Y CONTRUCCIONES

S.A.C.

ANEXO N° 2

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

PROFORMA SCIC 00-00018

Iquitos, 13 de Noviembre del 2019

Señor

Presente. –

De nuestra especial consideración:

Nos es grato dirigirnos a Usted para expresarle nuestro cordial saludo y a la vez hacerle llegar nuestra propuesta económica por los siguientes servicios de mantenimiento de local

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	METRADO	PRECIO	TOTAL
1	MUROS Y COLUMNA Elementos de concreto y drywal	M2	40.00	S/35.00	S/1,400.00
2	TECHOS Calamina de fibrocemento	GLB	1.00	S/1,500.00	S/1,500.00
3	PISOS Loseta vinílica	M2	80.00	S/30.00	S/2,400.00
4	PUERTAS Y VENTANAS Ventana de aluminio y madera selecta	GLB	1.00	S/890.00	S/890.00
5	REVESTIMIENTO Tarrajeo frotachado y pintura lavable	M2	50.00	S/40.00	S/2,000.00
6	BAÑOS Baños completos con mayólica	GLB	1.00	S/1,000.00	S/1,000.00
7	INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SANITARIAS Agua fría corriente monofásica y telefono	GLB	1.00	S/1,200.00	S/1,200.00
TOTAL					S/10,390.00

Incluye: Personal Calificado, Materiales Seguro, Equipo de Protección Personal, Maquinarias y Herramientas

CENTRAL IQUITOS

Calle Tahuantinsuyo N°29
9 de Octubre - Belén- Maynas - Loreto
Cel: 992-737590
E - mail: steelconcrete.sac@gmail.com

SUCURSAL CUSCO

Calle Nueva Alta #570
Cusco - Cusco - Cusco
Cel: 993-487515 - 958-334949

STEEL CONCRETE INGENIERÍA Y CONTRUCCIONES ***S.A.C.***

PRECIO TOTAL: S/. 10,390.00

Son: Diez mil trescientos noventa y 00/100 soles.

TIEMPO DE ENTREGA	: 20 días calendario.
FORMA DE PAGO	: Al finalizar el servicio.
GARANTÍA	: 6 (seis) meses.
VALIDEZ DE LA OFERTA	: 15 días.

Sin otro particular nos suscribimos de Ustedes reiterándole nuestro cordial saludo.
Atentamente.



CENTRAL IQUITOS

Calle Tahuantinsuyo N°29
9 de Octubre - Belén- Maynas - Loreto
Cel: 992-737590
E - mail: steelconcrete.sac@gmail.com

SUCURSAL CUSCO

Calle Nueva Alta #570
Cusco - Cusco - Cusco
Cel: 993-487515 - 958-334949