



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Plan de Negocio de producción y comercialización de néctar de papaya,
año 2017

Autores: Chávez Ramos, Liszt Bizety.
 Vásquez Upiachihuay, Greisy.

Para optar el título profesional de
Licenciada en Administración

Iquitos – Perú

2017

DEDICATORIA:

El presente trabajo lo dedicamos a nuestra familia, principalmente a nuestros padres quienes fueron el pilar principal para nuestra formación profesional, por brindarnos la confianza, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo.

A ellos, quienes estuvieron y están siempre dándonos siempre su amor, paciencia y comprensión; por último a nuestros amigos verdaderos que nos brindaron su amistad durante todos estos años.

AGRADECIMIENTO:

El agradecimiento a nuestro esfuerzo es a Dios quien nos ha guiado y nos ha dado la fortaleza de seguir adelante.

Un especial agradecimiento a nuestros catedráticos quienes nos brindaron su conocimiento, resolvieron nuestras dudas, ansiedades e impulsaron a desarrollar el presente proyecto de negocio.

A los amigos y compañeros de universidad, quienes motivaron en nosotras la competencia académica.



FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el Distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 a.m. horas del día 2 del mes de Noviembre del año 2017, se reunieron en la sala de audiencias de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán **Presidente**
Lic. Adm. Jorge Evaristo Lavalle Atto **Miembro**
CPC. Luis Paima Linares **Miembro**

Para evaluar la sustentación de las Bachilleres:

**GREISY VASQUEZ UPIACHIQUAY Y
LISZT BIZETY CHAVEZ RAMOS**

En la modalidad de **INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL** titulado **"PLAN DE NEGOCIO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NECTAR DE PAPAYA AÑO 2017"**.

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

Indicador	Examinador 1 Presidente	Examinador 2 Miembro	Examinador 3 Miembro	Promedio
A) Dominio del Tema	3	3	3	3
B) Calidad de redacción	3	2	3	3
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia	4	3	4	4
D) Calidad de respuestas	3	4	3	3
E) Uso de terminología especializada	3	3	3	3
Calificación Final				16
Calificación final (en letras)	DIECISEIS			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Desaprobado	0-12
B	Aprobado	13-14
C	Aprobado CUM LAUDE	15-16
D	Aprobado MAGNA CUM LAUDE	17-18
E	Aprobado SUMA CUM LAUDE	19-20

El Jurado considera APROBADO CUM LAUDE la sustentación.

Presidente:

Miembro:

Miembro:

RESUMEN

La presente investigación estudia uno de los recursos producidos en la región Loreto, la papaya; se busca industrializarlo en una bebida refrescante y saludable con el mejor sabor, mejor calidad y mejor precio.

Esta bebida está dirigida a consumidores interesados en un estilo de vida saludable y natural ya que esta fruta es una fuente de proteínas, minerales, carbohidratos y vitaminas; A, C y E

El objetivo de la investigación es demostrar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica, y financiera de la comercialización de productos elaborados a base de papaya.

El negocio se especializa en dos etapas de la cadena de valor, la venta en el mercado local (Maynas) y la comercialización en el mercado nacional. En las previas, se adquirirá la materia prima de los productores locales, la industrialización se realizará en el local designado para tal fin.

Los resultados, según el enfoque económico son viables para la ejecución del mismo, pues reflejan rentabilidad al inicio del ejercicio.

La normatividad legal es favorable y beneficiosa para la formación, ejecución del proyecto de negocio.

Palabras claves: Plan de negocio, papaya, néctar, mercado local, mercado nacional.

ABSTRAC

The present research studies one of the most produced resources in the Loreto region, the papaya is looking to industrialize it in a refreshing and healthy drink with the best flavor, best quality and best price.

This drink is aimed at consumers interested in a healthy and natural lifestyle as this fruit is a source of protein, minerals, carbohydrates and vitamins; A.C and E

The objective of the research is to demonstrate the commercial, technical, organizational, economic, and financial feasibility of the commercialization of processed papaya products.

The business specializes in two stages of the value chain, selling in the local market (Maynas) and marketing in the domestic market. In the previous ones, the raw material of the local producers will be acquired, the industrialization will take place in the place designated for that purpose.

The results, according to the economic approach are viable for the execution of the same, as they reflect profitability at the beginning of the year.

The regulations are favorable and beneficial for the formation, execution of the business project.

Keywords: Business plan, papaya, nectar, local market, national market

ÍNDICE CAPITULAR

Página

RESUMEN.....	1
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	12
1.1. Nombre del proyecto.....	12
1.2. Actividad empresarial.....	13
1.3. Idea del negocio.....	14
II. PLAN DE MARKETING.....	16
2.1. Necesidades de los clientes.....	16
2.2. Demanda actual y tendencias.....	20
2.3. Oferta actual tendencias.....	21
2.4. Programa de marketing.....	27
2.4.1 El producto:.....	27
2.4.2. El precio:.....	31
2.4.3. La promoción:	32
2.4.4. La cadena de distribución:	33
III. PLAN DE OPERACIONES.....	35
3.1.Estudio de la fuente de aprovisionamiento	35
3.2.El proceso productivo.....	37
IV.PLAN DE RECURSOS HUMANOS	40
4.1 La organización.....	40
4.2 Manual de organizaciones y funciones (MOF)	40
4.3 Condiciones laborales	43
4.4 Régimen tributario.....	44
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	45
5.1 Inversión	45

5.2 Ingresos	46
5.3 Costo de ventas	46
5.4 Gastos administrativos	47
5.5 Gastos de venta	50
5.6 Estado de resultados económicos.....	50
5.7 Financiamiento.....	51
5.8 Flujo de caja.....	52
5.9 Balance general	53
5.10 VAN y TIR económico	53
5.11 VAN y TIR financiero	54
CONCLUSIONES	55
BIBLIOGRAFÍA	56

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro N° 1: Etapa de producción, Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	4
Cuadro N° 2: Población de referencia en la región Loreto al 2017.....	10
Cuadro N° 3: Consumo diario de néctares, año 2017.....	16
Cuadro N° 4: Valor Nutricional de la papaya	24
Cuadro N° 5: Inversión inicial.....	32
Cuadro N° 6: Demanda proyectada.....	33
Cuadro N° 7: Proyección anual del costo de venta.....	34
Cuadro N° 8: Remuneración del personal.....	34
Cuadro N° 9: Essalud.....	35
Cuadro N° 10: Gratificación fiestas patrias y navidad.....	35
Cuadro N° 11: Compensación por tiempo de servicio.....	35
Cuadro N° 12: Servicios básicos.....	35
Cuadro N° 13: Depreciación de activos.....	36
Cuadro N° 14: Gastos pre operativos de constitución.....	36
Cuadro N° 15: Publicidad y marketing.....	37
Cuadro N°: 16: Gastos de funcionamiento de negocio.....	37
Cuadro N° 17: Estado de resultados económicos proyectados.....	38
Cuadro N° 18: Régimen tributario.....	38
Cuadro N° 19: Financiamiento de la inversión de socios.....	39
Cuadro N° 20: Financiamiento externo.....	39
Cuadro N° 21: Flujo de caja.....	39
Cuadro N° 22: Balance General.....	40
Cuadro N° 23: VAN y TIR económico.....	40
Cuadro N° 24: VAN y TIR financiero.....	40

ÍNDICE DE GRÁFICO

Página

Grafico N° 1: Estimaciones de crecimiento de población comprendido del 2017 al 2020 en la región Loreto.....	9
Gráfico N° 2: Producción anual de jugos (toneladas métricas), periodo 2009 -2015 en el Perú.....	11
Gráfico N° 3: Participación de las marcas en el mercado local.....	16

ÍNDICE DE FIGURA

Página

Figura N° 1: Ubicación DELISAN S.A.C.....	3
Figura N° 2: Logo DELISAN, 2017.....	4
Figura N° 3: Presentación de néctar de la marca Watts Perú 2017.....	12
Figura N° 4: Presentación de néctar de la marca Laive Perú 2017.....	13
Figura N° 5: Presentación de néctar de la marca Frugos Perú 2017.....	13
Figura N° 6: Presentación de néctar de la marca Gloria Perú 2017.....	14
Figura N° 7: Presentación de néctar de la marca Pulp Perú 2017.....	14
Figura N° 8: Presentación de néctar de la marca Selva Perú 2017.....	15
Figura N° 9: Etiqueta del Néctar de Papaya DELISAN.....	17
Figura N° 10: Modelo para el embazado del néctar de papaya DELISAN.....	18
Figura N° 11: Gorros y llaveros.....	21
Figura N° 12: Flujo del proceso en la elaboración de néctar de papaya.....	24
Figura N° 13: Estructura organizacional de DELISAN al 2017.....	27

I. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1. Nombre del proyecto.

DELISAN SAC se dedicará a la producción y comercialización de néctar de papaya

Localización: Ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Las instalaciones de infraestructura se ubicarán en el kilómetro 2.5 de la carretera Iquitos Nauta (como referencia el terminal de buses).

Figura N° 1: Ubicación DELISAN S.A.C, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/maps/place/2,5+Km>.

Sector de actividad: elaboración y comercialización de bebidas no alcohólicas.

Figura N° 2: Logo DELISAN, 2017



Fuente: elaboración propia

1.2. Actividad empresarial.

Cuadro N° 1: Etapa de producción (Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU)

A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca			
	01	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicio conexas		
		012	Cultivo de plantas perennes	
			0122	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales

Etapa de industrialización (Clasificación CIIU)

C	Industrias manufactureras			
	11	Elaboración de bebidas		
		110	Elaboración de bebidas	
			1104	Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas.

1.3. Idea del negocio.

DELISAN será una empresa dedicada a la transformación de frutos en néctar, tendiendo como principal materia prima la pulpa de papaya.

Nuestro mercado objetivo será en un inicio la ciudad de Iquitos, teniendo como distribuidores los supermercados existentes y las bodegas de la ciudad.

La iniciativa del presente proyecto resulta de la observación de la variación de precios de la fruta indicada y la ventaja del clima tropical típico de la región, el cual favorece la producción continua de este fruto. La finalidad es aprovechar el fruto en los meses de mayor producción para distribuirlo en forma de Néctar en los meses de escasez del mismo, supliendo el mercado local. Se estima ingresar a futuro al mercado nacional.

Aplicando los índices del consumo per cápita por tipo de producto a la población proyectada para Iquitos, la región y el país, se estima el consumo proyectado local, regional y nacional para presentaciones del producto propuesto. Si bien es cierto que la producción del fruto se intensificó en los últimos años, la demanda ha sido mayor también; y considerando que las amas de casa buscan productos que simplifiquen o reduzcan las actividades domiciliarias, se pretende colocar un producto con características que suplan a los productos naturales sin alterar los nutrientes propios.

Los segmentos de mercado a atender están constituidos por aquellas personas que buscan refrescar un momento en la vida diaria y aquellos que buscan una vida saludable aprovechando las propiedades nutritivas de la papaya.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1. Necesidades de los clientes.

En la actualidad, la tecnología, los nuevos inventos, hacen que las personas que trabajan dediquen menos tiempo a actividades hogareñas, tales como preparar sus propios alimentos y buscan simplificarlos lo más posible.

Sin embargo, en la nueva era de conservar la naturaleza hace también que las familias opten por consumir productos con menos químicos posibles a fin de conservar la salud y exponerse menos a enfermedades que deterioran la salud.

En los últimos años, la Organización Mundial de la Salud OMS (2016) ha hecho especial hincapié en promover el consumo de alimentos ricos en vitaminas antioxidantes A, C y E. La papaya ocupa uno de los primeros lugares en este aspecto, pero los especialistas advierten de que no se debe enfatizar sobre un alimento concreto, se debe buscar combinaciones que mejoren el sabor sin perder las bondades del producto.

La OMS alerta también, sobre el hecho de que muy pocas personas incluyen la fruta en su dieta debido a la incomodidad que supone pelarla y reconoce que aún queda una dura batalla por ganar en este campo. Para la papaya, el cuerpo a cuerpo será todavía más largo, puesto que primero debe superar las barreras culturales que la anteponen al producto nacional. No basta con haberse convertido, según la mayoría de los nutricionistas, en una de las plantas alimenticias más importantes del mundo.

Mercola (2016) indica que la papaya es una fruta llena de poder y tiene más beneficios de los que podría imaginar. Sin embargo, la fruta que ha sido rociada con insecticidas y fungicidas podría generar más problemas de salud que sus beneficios potenciales.

Dentro de los beneficios, este autor, destaca que la papaya tiene más vitamina C que la naranja y una taza contiene 144% de la cantidad diaria recomendada (CDR) de esta vitamina. La vitamina C es importante para la prevención de las enfermedades cardiovasculares, derrames cerebrales, cáncer de seno, cáncer de estómago, Alzheimer, cataratas, gota y representa un papel significativo en el apoyo al sistema inmunológico.

El consumo de esta fruta en el CDR contiene 31% de vitamina A, combinación que la hace una importante para la regulación de la expresión de los genes, el desarrollo prenatal y postnatal, y la producción de glóbulos rojos, y ayuda a prevenir el cáncer de piel, seno, hígado y próstata.

La papaya contiene también papaína y quimo papaína las cuales tienen efectos antiinflamatorios. La reducción de la inflamación disminuye el dolor de las articulaciones. Además, un estudio de investigación de Annals of Rheumatic Diseases analizó los resultados que relacionan los niveles bajos de vitamina C con un mayor riesgo de desarrollar artritis.

La papaína también podría ayudar a reducir el dolor de los cólicos y a regular el flujo durante el ciclo menstrual de la mujer.

También, la papaya es una de las fuentes alimenticias más ricas en ácido fólico que se puede comprar en el mercado. El ácido fólico es importante para reducir los niveles de homocisteína en el cuerpo.

Asimismo, la papaya está llena de antioxidantes que previenen el daño a las células de su ADN. Esta es una de las formas en las que la papaya podría ayudar a prevenir ciertos cánceres y a reducir la apariencia del envejecimiento en la piel.

La papaya es rica en vitamina A, la cual es muy importante para prevenir la degeneración macular y otros problemas oculares.

La papaya tiene efectos antioxidantes sobre el Alzheimer. Un estudio señala que las personas que consumieron papaya fermentada durante seis meses experimentaron una reducción del 40% en un biomarcador del daño al ADN por el daño oxidativo.

El contenido antioxidante y alto en vitaminas de la papaya representa un papel significativo en la prevención de ciertos cánceres. Un estudio encontró que la combinación de té verde y licopeno tenía un efecto en la prevención del cáncer de próstata. La papaya es rica en licopeno.

La papaya, cuyo nombre científico es *Carica*. Es un fruto aromático y de agradable sabor, medio agridulce que es utilizada comúnmente para la elaboración de mermeladas, helados, jugos y como fruta fresca. Puede ser industrializada y comercializada en néctares.

Romero (2007) presentó en la primera feria de transferencia e innovación tecnológica un proyecto de investigación que involucra la explotación de las propiedades de la papaya para combatir la caries. Explicó que la investigación realizada consistió en un seguimiento efectuado a un gel brasileiro que combatía la caries con papaína, una enzima encontrada en la cáscara de la papaya. Para ello elaboró un minucioso estudio acerca de las bondades de este producto y descubrieron que el gel tenía una excelente eficacia clínica radiográfica en los primeros 30 y 60 días. Sin embargo, cuando se hizo el trabajo microbiológico, los investigadores a cargo se dieron cuenta que el gel no era tan efectivo como se pensó.

Amaya et al (2007) realizaron un inventario de nuevos frutales adaptados al valle del Mantaro y aspectos de su cultivo, dentro de los cuales está la papaya arequipeña; la indagación de los aspectos técnicos y económicos sociales, fue para medir el grado de desarrollo tecnológico en cuanto a la adaptación de los nuevos frutales que vienen desarrollándose dentro del valle del Mantaro. En este contexto es que se llevó a cabo

la investigación y sobre el impacto económico, social y ecológico que ejercen estos cultivos.

Los autores indican que la producción sostenida de estos frutales que ya se están adaptando al valle del Mantaro conllevará que salgan al mercado y sean comercializados, tan igual como si vinieran de las zonas productoras actuales. La producción de estos frutales traerá consigo aumento de mano de obra, intervención de muchas personas para su comercialización y al existir mayor producción se pensará en un futuro no muy lejano la transformación industrial de estos frutales.

Silvia SRL (2005), empresa dedicada a la elaboración de mermeladas de frutas como papaya arequipeña, fresa, sauco, mora, naranja, piña, higo, frambuesa, membrillo, manifiesta que los productos son un bien complementario del pan en especial, y también pueden ser utilizados en postres como helados, tortas. Utilizó la papaya como materia prima para la elaboración de sus productos, los cuales tuvieron gran nivel de aceptación en la ciudad de Arequipa.

Urquiza y Pardo (2015) alumnos de la Universidad de Lima, realizaron un plan de negocio referente a la implementación de una planta de elaboración de bebidas de papaya combinado con otros productos como la linaza, llegando a la conclusión de que es factible realizar el proyecto, pues va dirigido a los sectores A, B y C del mercado de Lima metropolitana para consumidores mayores de 13 años, el costo de inversión de S/.4 203 millones de soles financiado a 10 años.

Chávez y Quicaña (2008) formularon un plan de desarrollo de producto y comercialización de néctar de papaya arequipeña, llegando a la conclusión que logrando la producción masiva del producto podría resultar rentable, pues es agradable y de fácil acceso a la fruta como materia prima, las autoras determinaron que el costo de producción es alto, pues requería de tecnologías poco comercializadas en el año del estudio.

2.2. Demanda actual y tendencias.

Según la proyección realizada por el INEI al año 2017 la población de la región Loreto asciende a 713,733 habitantes, considerando que nuestro mercado de estudio es la zona local considerando solo Maynas ciudad, la población de referencia ascendería a 422,627 habitantes, y está comprendida por la población total (Hombres, mujeres y niños) desde 05 a 74 años.

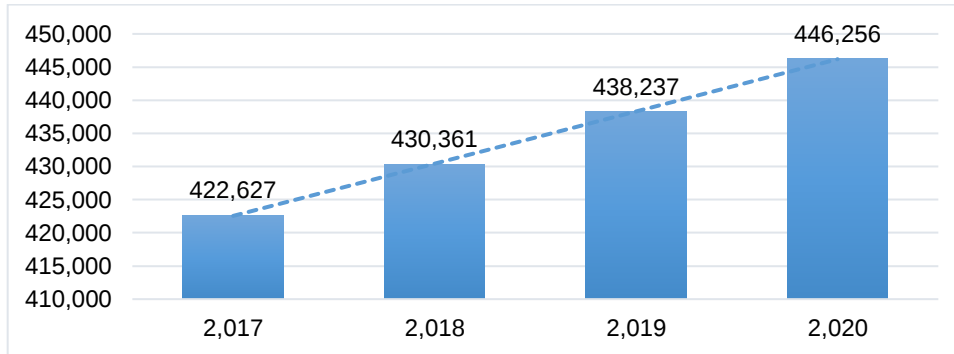
Cuadro N° 2: Población de referencia en la región Loreto al 2017

Distritos	Grupos quincenales de edad														Total
	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	
Iquitos	12,388	13,099	14,759	14,173	14,241	12,302	10,660	10,233	8,748	7,902	6,631	5,054	3,717	2,559	136,466
Punchana	9,077	9,316	9,594	8,393	8,711	7,380	6,356	5,904	4,850	3,943	2,972	2,330	1,525	1,062	81,413
Belen	7,792	7,862	7,610	6,787	6,756	6,189	5,408	4,831	3,835	3,083	2,609	2,003	1,457	963	67,185
San Juan b.	16,373	16,646	16,311	13,791	13,504	12,207	11,317	10,399	8,314	6,238	5,008	3,435	2,457	1,563	137,563
	45,630	46,923	48,274	43,144	43,212	38,078	33,741	31,367	25,747	21,166	17,220	12,822	9,156	6,147	422,627

Fuente: elaboración propia

Considerando que la tasa intercensal de crecimiento del departamento de Maynas es de 1.8%, se estima que la población para los años siguientes ascienda a 430,361 habitantes para el año 2018, 438,237 habitantes para el año 2019, 446,256 habitantes para el año 2020.

Grafico N° 1: Estimaciones de crecimiento de población periodo del 2017 al 2020.
(Personas).



Fuente: elaboración propia

Vargas, (2016) indica que, el consumo de néctares creció 9,3% y aguas embotelladas 6,7%, más que la venta de gaseosas lo hizo en 6,6%, interpretando que los néctares están remplazando a las bebidas gasificadas.

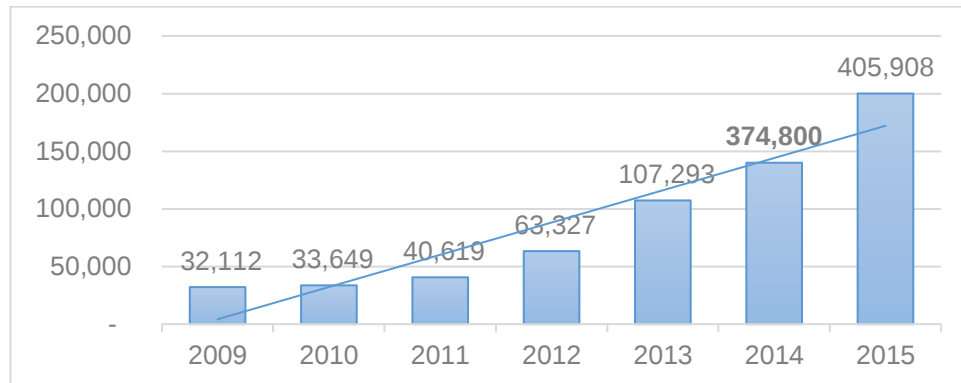
Este dato nos permite señalar que el consumo mensual es de aproximadamente 6 litros por persona al año, lo que indicaría una demanda anual de 2'535,762 litros de néctar por año para suplir el mercado local.

2.3. Oferta actual tendencias.

De acuerdo con un informe de la consultora Maximixe, la producción nacional de jugos, néctares y refrescos ascendió a 374,800 toneladas métricas al cierre del 2014, registrando un avance interanual de 8.3%.

Considerando el consumo desde el año 2009 se puede observar la tendencia de aumento en preferencia por los néctares que existe, el cual poco a poco reemplaza a las bebidas gasificadas.

Grafico N° 2: Producción anual de jugos periodo 2009- 2015 en el Perú.
(Toneladas métricas)



Fuente: <http://www.maximixe.com/>

El mercado de bebidas en el Perú, presenta varias categorías donde las gaseosas tienen el 30%, los lácteos (leche blanca, leche saborizada, yogurt) representa el 22% y los jugos y néctares (bebidas más ligeras) representan un 11%. Entre el 2011 y el 2012 las diferentes categorías mostraron un crecimiento en el país.

Se ha corroborado también que el consumo de néctares en el mercado local es genérico, pues existe gran captación y fidelidad respecto a las marcas.

En este mercado concurren marcas y productores nacionales como WATTS (Socosani S.A.) LAIVE, (Laive SA.) FRUGOS, (Corporación José R. Lindley S.A.) GLORIA, (Gloria S.A.) ADES, (Unilever Andina Perú S.A.) TAMPICO y ARUBA, (Gloria S.A.) PULP (aje) y Selva Industrial S.A.

Las presentaciones de las marca Watts es en botellas de plástico, en cantidades de litro y medio litro, así como en tetra pack de litro, medio litro y 200 ml.; también tiene una presentación de medio litro en botellas de vidrio; los sabores que presenta esta marca son durazno, mango pera, manzana, piña, naranja, combinaciones de soya y saborizantes diversos.

Figura N° 3: Presentación de néctar de la marca Watts, Perú, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=jugos+watts&source=lnms&tbn=isch&>

Cabe indicar que en la ciudad de Iquitos la presentación aceptada y comercializada en su mayoría es de durazno y mango.

Las presentaciones de las marca Laive son entera pack, en cantidades de 1 litro, 1/2 litro y 200 ml.; los sabores que presenta son durazno, mango pera, manzana, naranja.

Figura N° 4: Presentación de néctar de la marca Laive, Perú, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=jugos+laive&source=lnms&tbn=is>

Cabe indicar que en la ciudad de Iquitos la presentación aceptada y comercializada en su mayoría es de durazno y mango.

Las presentaciones de las marca Frugos son en tetra pack, en cantidades de 1 litro, 200 ml. 90 ml. en botellas de vidrio en cantidades de ½ litro y 200 ml.; los sabores

que presenta son durazno, mango, piña, pera, manzana, naranja, aguaymanto, granadilla con naranja.

Figura N° 5: Presentación de néctar de la marca Frugos, Perú, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=frugos&source=lnms&tbm=isch&sa>

Cabe indicar que en la ciudad de Iquitos la presentación aceptada y comercializada en su mayoría es de durazno, mango, pero, naranja.

Las presentaciones de las marca Gloria son en tetra pack, en cantidades de 1 litro, 200 ml. 90 ml. En otros países como Chile y Bolivia se comercializa también una presentación de en lata de 250 ml. los sabores que presenta son durazno, mango, piña, pera, manzana, naranja, maracuyá y granadilla con naranja.

Figura N° 6: Presentación de néctar de la marca Gloria, Perú, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=jugos+gloria&source=isch&sa=X&ved>

Cabe indicar que en la ciudad de Iquitos la presentación aceptada y comercializada todas las presentaciones en todos sus sabores.

Las presentaciones de las marca Pulp son en tetra pack, en cantidades de 1 ½ litros, 1 litro 1/2 litro y 200ml.; los sabores que presenta son durazno, mango, manzana y naranja.

Figura N° 7: Presentación de néctar de la marca Pulp, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe=pulp&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ah>

Las presentaciones de las marca Selva son en botellas de vidrio, en cantidades de 900 ml. y 300 ml; los sabores que presenta son durazno, piña y mango.

Figura N° 8: Presentación de néctar de la marca Selva, Perú, 2017



Fuente: <https://www.google.com.pe/search?biw=frugos+selva&oq=frugos+selva&gs>

Los supermercados como los portales, la cadena, pacific market y las tiendas en general comercializan néctares de procedencia nacional. Tomando como muestra el mercado local hemos podido concluir la siguientes graficas en base a la cantidad de néctares que se adquieren en los súper mercados en forma diaria.

La población local tiene un consumo local de 198 litros diarios, 5,940 mensuales, 71,280 anuales de néctares

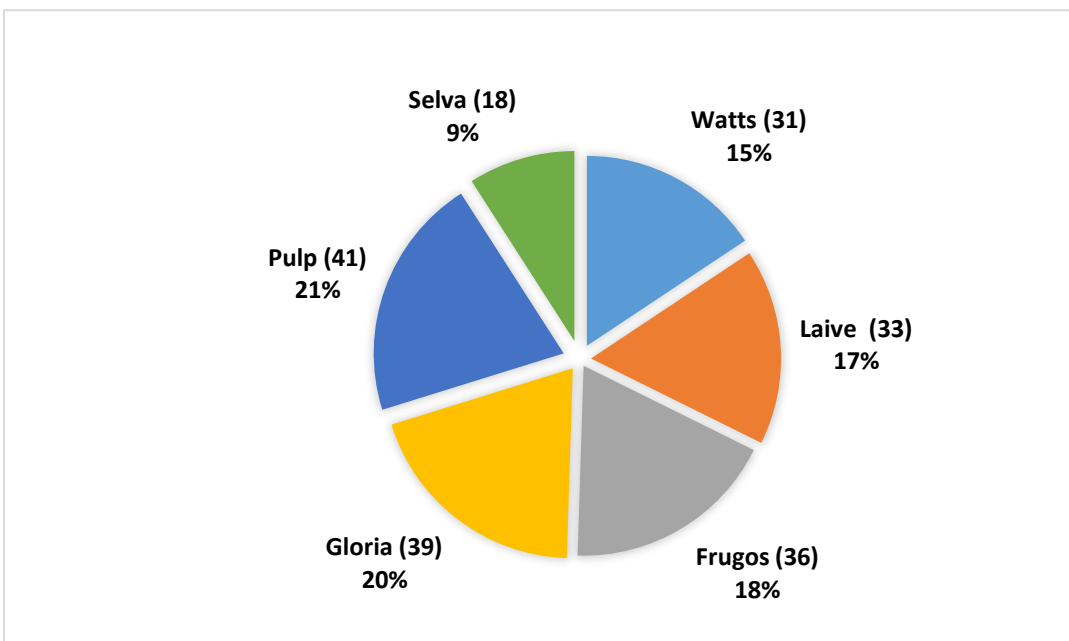
Cuadro N° 3: Consumo diario de néctares, Iquitos, año 2017

Marca	Cantidad vendida en presentación de litro	Precio promedio en presentación de litro
Watts	31	S/. 3.5
Laive	33	S/. 3.8
Frugos	36	S/. 3.5
Gloria	39	S/. 3.7
Pulp	41	S/. 3.2
Selva	18	S/. 4.8
Total	198	

Fuente: elaboración propia; estudio realizado en la ciudad de Iquitos, por el método de observación, entre el 10 y el 15 de marzo del 2017.

El mayor porcentaje del mercado lo tiene la marca Pulp con el 21%, seguido de la marca gloria con el 20%; la marca menos aceptada es la marca Selva con el 9%.

Gráfico N° 3: Participación de las marcas en el mercado local, 2017



Fuente: elaboración propia, con información del cuadro N° 3.

2.4. Programa de marketing

El plan de marketing a desarrollar pretende señalar las pautas y recomendaciones para la adecuada difusión, penetración y consolidación del negocio planteado. Para ello se tomara en cuenta la información obtenida de los estudios de mercado realizado.

2.4.1. El producto.

a) Categorías de producto.

Bebidas / Short energéticos, bebidas deportivas y aguas funcionales

Bebidas RTD (Ready to drink) listas para el consumo

Bebidas a base de yogurts, smothies de frutas o vegetales

Según la NTP 203.110 “JUGOS, NÉCTARES Y BEBIDAS DE FRUTA”, por néctar de fruta se entiende el producto sin fermentar, pero

fermentable, que se obtiene añadiendo agua con o sin la adición de azúcares, de miel y/o jarabes, y/o edulcorantes según figuran en la Norma General para los Aditivos Alimentarios (NGAA).

Podrán añadirse sustancias aromáticas, componentes aromatizantes volátiles, pulpa y células, todos los cuales deberán proceder del mismo tipo de fruta y obtenerse por procedimientos físicos.

- b) Líneas del producto.** Consumo en su estado natural: Alimento durante las comidas. Por ejemplo: Jugo de papaya / en la ensalada de fruta durante el desayuno. Refresco de papaya para acompañar el almuerzo. Así mismo después de las comidas como manjares, postres. En algunos lugares como Arequipa es utilizado también para suavizar o aderezar las carnes rojas como un condimento.

El consumo después de la transformación industrial, en envases de jugos, mermeladas, néctares, pasas, jaleas, etc.

El néctar de papaya que se deseamos comercializar es en la presentación de un litro para dar inicio a las operaciones, posteriormente se diversificará la presentación.

Nuestro producto será lo más natural posible, para ello utilizaremos el 65% de fruta y 35% de agua y otros productos químicos para la conservación.

Figura N° 9: Etiqueta del néctar de papaya DELISAN, 2017

VALOR NUTRICIONAL DE LA PAPAYA		
PORCIÓN = 100g		
Energía	Kcal	26,52
Proteínas	g	0,52
Lípidos	g	0,09
Glúcidos	g	6,3
Fibra	g	1,9
B1	mg	0,03
B2	mg	0,04
B3	mg	0,3
B6	mg	0,02
Vitamina A	mcg	98,5
Vitamina C	mg	82
Vitamina E	mg	-
Ácido fólico	mcg	3

ELABORADO Y ENVASADO POR DELISAN S.R.L.		
RUC: 100000001		
SOL. C. SANTANA, VÍCTOR MANUEL - DISTRITO DE SAN JUAN		
PROVINCIA DE SANTA FE - ARGENTINA		
ATENCIÓN AL CONSUMIDOR: 0341-3000000		

DELISAN Nectar de Papaya 100% Saludable		
--	--	--

Beneficios de la Papaya La Papaya contiene una gran cantidad de vitaminas, minerales y antioxidantes que benefician a nuestra salud. Estos son los beneficios que aporta la papaya:		
Protege nuestra piel Previene complicaciones digestivas Perfecta para dietas Tiene mucha vitamina C Protege la vista Efectos cicatrizantes Combate el estreñimiento Es un buen diurético Mejora el flujo sanguíneo		
DATO CURIOSO Es muy eficaz para eliminar las amebas y los gusanos de los parásitos intestinales		

Fuente: Elaboración propia

La fecha de expiración del mismo no será mayor de un año de la fecha de producción, garantizando de esta manera al cliente que el producto que consume es fresco.

El envase será en botellas de vidrio lo que permitirá contribuir a disminuir el impacto del medio ambiente; pues puede ser reutilizado o reciclado.

Figura N° 10: Modelo para el envasado del néctar de papaya, DELISAN, 2017



Fuente: Elaboración propia

- c) **La marca.** Aaker y Joachimsthaler (2006, pag. 33) señalan el valor de la marca como el símbolo que se incorpora al producto o servicio. Agregan que pueden observarse cuatro dimensiones: reconocimiento, calidad percibida, asociación de la marca y fidelidad a la marca.

Nuestro propósito es a través de la marca transmitir bondades del producto resaltando las características y beneficios de la fruta procesada, buscando fidelizar al cliente.

2.4.2. El precio.

a) **Objetivo del precio.** Kotler (2000, pag. 510) señala cinco objetivos a alcanzar a través del precio:

- Supervivencia
- Maximización de beneficios
- Maximización de la cuota del mercado
- Máximo desnatado del mercado
- Liderazgo en la calidad del producto.

Para el caso elegimos la maximización de la cuota del mercado, buscando alcanzar el liderazgo regional en la primera etapa; luego buscaremos ingresar al mercado nacional.

b) **Acciones de precio en la cadena de distribución.** Las acciones del precio en la cadena de distribución buscan determinar y entregar el margen comercial que tienen definido el mercado local, regional.

Para la fijación del precio se realizara con un enfoque al cliente, para ello debemos identificar los beneficios que implica consumir o distribuir DELISAN, así como establecer una política de precios mínimos de acuerdo a lo observado en la operación de la fabricación de los néctares de DELISAN.

Del análisis de los del estudio realizado, considerando el costo de costos directos, costos indirectos y mano de obra podemos establecer el precio promedio de costo del producto es de S/. 1.83 por litro de néctar y si consideramos que deseamos ganar el 35% de la producción, el precio del producto seria S/. 2.81 ($1.83 \times 100 / 65$).

2.4.3. La promoción.

a) Objetivos de promoción. Kotler (2000, pag. 621) señala que los objetivos de comercialización son:

- Reconocimiento
- Conocimiento
- Gusto
- Preferencia
- Convicción

De todos ellos, se selecciona el gusto y preferencia, que el consumidor disfrute de los sabores y mezclas de papaya y prefiera la marca ante las demás

El diseño del mercado a través de precio se orienta a desarrollar interés por el producto.

La estructura del mensaje está en el argumento de su condición de natural

El formato del mensaje, conjugara colores, llamativos y característicos de la selva

b) Acciones de promoción. Las acciones a realizar son las siguientes

- Generar cambio de hábito; romper el paradigma de consumir un nuevo producto con las mismas características de los otros productos de néctares que existen en el mercado, que será el jugo de néctar de papaya, obsequiando en actividades comunales a las que se auspicie
- Generar pruebas en los productos; demostrar y promocionar que nuestro producto puede competir como un producto sustituto. A un mejor precio que los demás productos como son Pulp, Gloria, Frugos, etc.

c) **Acciones de publicidad.** La promoción que se realizará será con la finalidad de que el cliente conozca del néctar de papaya con el único objetivo de captar clientes y a la vez fidelizarlos.

Utilizaremos las redes sociales, creando un fan page de la empresa, en este se realizará sorteos entre las personas que compartan y den me gusta a nuestra página dando como premio nuestro producto.

A los clientes mayoristas o nuevos clientes se les obsequiará un paquete adicional a su compra; lo cual permitirá incrementar las ganancias del mismo.

En los supermercados dotaremos de llaveros y gorros promocionales.

Figura N° 11: Gorros y llaveros.



Fuente: Elaboración propia

d) **Merchandising.** Delisan premiará a los consumidores con gorros, llaveros en la etapa de introducción de nuestra marca al mercado.

2.4.4. La cadena de distribución.

La comercialización del néctar de papaya se desarrollará en dos canales o vías:

- a) Productor a consumidor final.** Es la forma más sencilla de comercialización, es irregular y las cantidades a comercializar son variadas y mínimas, donde el proveedor hace llegar el producto al consumidor o éste último acude al lugar de producción a adquirir uno de los productos.

- b) Productor a intermediario local:** En esta forma de comercialización se habla de cantidades más grandes que la primera, se está tratando de mayoristas locales que revenden el producto en los súper mercados locales. Al cliente intermediario se le ofrecerá un precio menor con la finalidad de que el producto no llegue encarecido a manos del consumidor final.

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Rendimiento agrícola

La papaya (papaya carica), es una especie de planta arbustiva que se incluye dentro del género carica, familia caricaceae que se encuentran en cultivo dirigido en la Amazonia Peruana

Las variedades de papaya cultivadas en Perú son: papaya hawaiana, esta variedad tiene una forma de pera; su peso puede variar entre 400 y 800 gramos; es la más dulce de su variedad y por eso se la usa frecuentemente en jugos; en el centro de la fruta se acumulan docenas de semillas redondas negras, de aproximadamente 5 milímetros de largo, cubiertas de un material transparente y gelatinoso.

Papaya tainung (formosa), esta especie se destaca porque tiene la pulpa de color rojo y un buen aroma fuerte; su peso promedio es de 1,1 kilos; la madurez se identifica cuando el fruto empieza a tornarse amarillo pintón por lo menos en un 40% de la superficie y se hace suave al tacto; la Papaya requiere de seis meses para la floración y otros cinco para la cosecha.

Papaya maradol o nacional, esta variedad también se asemeja a la Pera, pero es más alargada en relación con la papaya hawaiana. Su peso varía entre 1,5 y 2 kilos; se desarrolla mejor en clima cálido, se adapta mejor y produce más en regiones a menos de 800 metros de altura; la temperatura adecuada para su cultivo oscila entre los 25 y 38 grados; se puede sembrar en cualquier época del año.

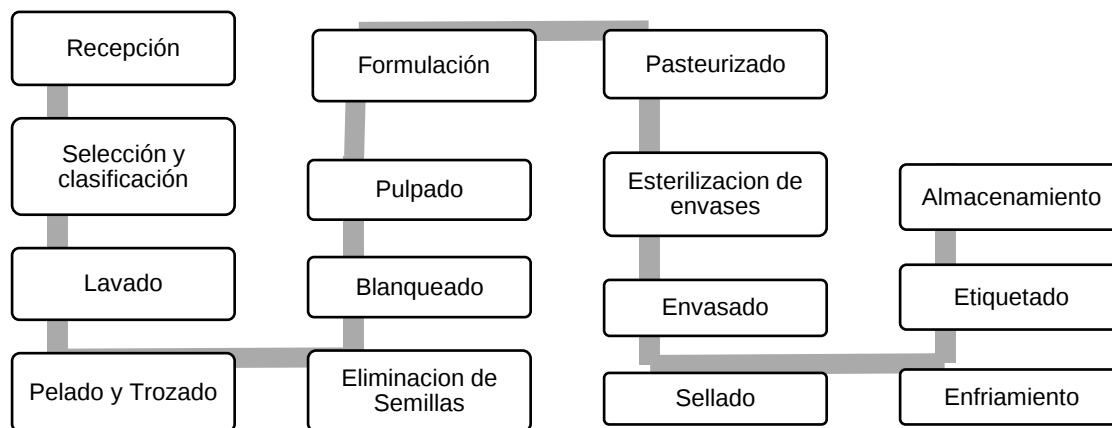
Cuadro N° 4 Valor nutricional de la papaya

Descripción	Cantidad de medida
Carbohidratos	10.82 g
Grasas	0.26 g
Proteínas	0.47 g
Retinol (vit. A)	47 µg (5%)
Tiamina (vit. B1)	0.023 mg (2%)
Riboflavina (vit. B2)	0.027 mg (2%)
Niacina (vit. B3)	0.357 mg (2%)
Ácido pantoténico (vit. B5)	0.191 mg (4%)
Vitamina B6	0.038 mg (3%)
Ácido fólico (vit. B9)	37 µg (9%)
Vitamina C	60.9 mg (102%)
Vitamina E	0.3 mg (2%)
Vitamina K	2.6 µg (2%)
Calcio	20 mg (2%)
Hierro	0.3 mg (2%)
Magnesio	41 mg (11%)
Manganeso	0.04 mg (2%)
Fósforo	14 mg (2%)
Potasio	211 mg (4%)
Sodio	3 mg (0%)
Zinc	0.08 mg (1%)

Fuente: USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos)

3.2. El proceso productivo

Figura N° 12: Flujo del proceso en la elaboración de néctar de papaya



Fuente: Elaboración propia

El Grafico N°12 describe el siguiente proceso

- RECEPCIÓN:** Se recepciona la fruta de los proveedores de acuerdo al pedido, verificando que la fruta no esté magullada o en proceso de descomposición.
- SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN:** Descartar los frutos deformes, con lesiones o picaduras de insectos; luego se procede a separar por estado de madurez.
- LAVADO:** A fin de eliminar pubescencia y partículas extrañas como tierra y otros.
- PELADO Y TROZADO:** Se realizara de manera manual con un cuchillo de acero inoxidable. Consiste en retirar la cascara de la fruta para luego cortarlo en trozos de tamaño regular que faciliten la cocción o blanqueado

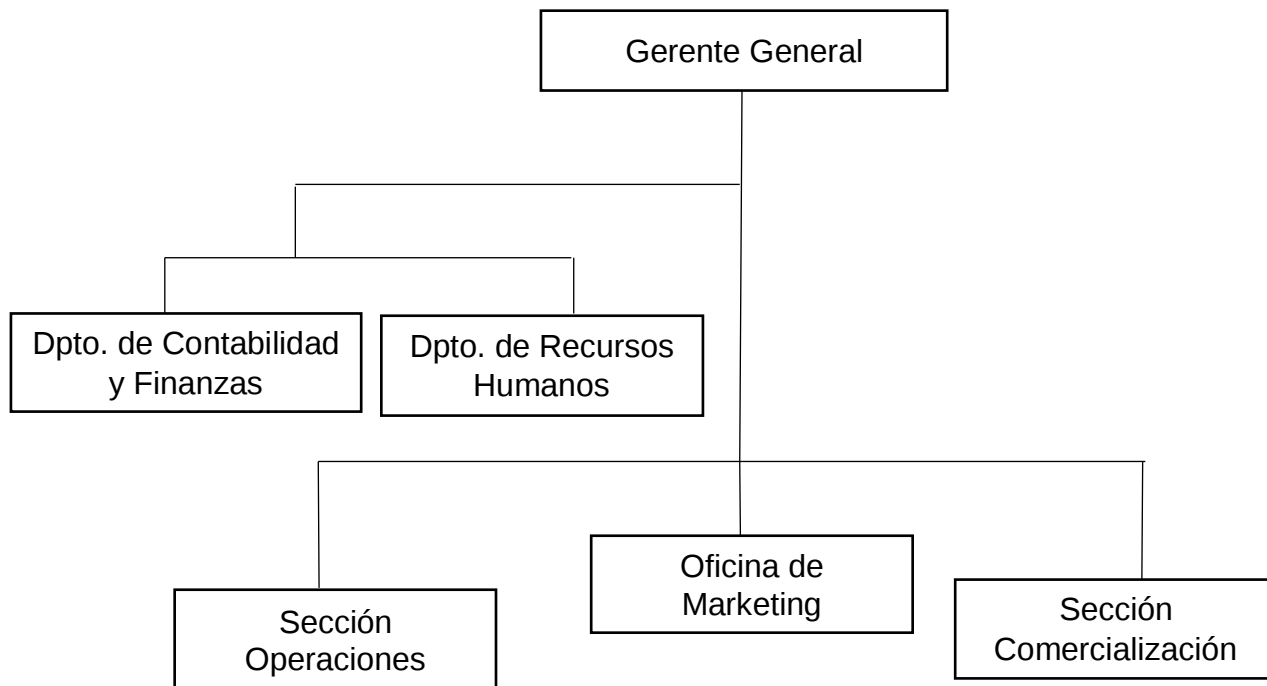
- e) **ELIMINACIÓN DE SEMILLAS:** Consiste en separar las semillas de la pulpa se realizara con un utensilio de acero inoxidable (cuchara).
- f) **BLANQUEADO:** Se somete al fruto a una pre-cocción en un recipiente con agua caliente a una temperatura mayor de 90° por 5m aproximadamente.
- g) **PULPEADO:** Mediante una Pulpeadora que utiliza una malla de 5mm para refinar la pulpa, se realiza un segundo pulpeado utilizando una malla de 1mm.
- h) **FORMULACIÓN:** Se diluye la pulpa en agua a una proporción de 0.538 (65% de fruta para 35% de agua), dependiendo del sabor, color y presentación del producto; a un PH de 3.5 bajando su acides a 0.03 – 0.04% y aun °brix de 15.
- i) **PASTEURIZADO:** Tratamiento térmico que se le da al néctar a una temperatura de 100° C por 5 minutos
- j) **ESTERILIZACIÓN DE ENVASES:** Se someterán a altas temperaturas los envases y las tapas por separado durante 5m para eliminar cualquier bacteria de ambiente que pueda contener el mismo.
- k) **ENVASADO:** Se realiza en botellas esterilizadas y en caliente para evitar la contaminación.
- l) **SELLADO:** Se utilizan chapas debidamente esterilizadas
- m) **ENFRIAMIENTO:** Las botellas ya envasadas se someten a un tratamiento con agua fría

- n) ETIQUETADO: Tienen en cuenta en contenido del producto como: nivel de azúcar, nivel de acides, preservantes, etc, así como las fechas de producción y vencimiento.
- o) ALMACENAMIENTO: Se almacenará el producto a una temperatura ambiente.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

Figura N° 13 Estructura organizacional de DELISAN al 2017



Fuente: Elaboración propia

4.2 Manual de organizaciones y funciones (MOF)

a) Puesto: Gerencia General

Tarea: Es el responsable de dirigir las actividades internas y coordinar con todos los jefes de cada departamento y desarrollar mecanismos que maximicen el logro de los objetivos.

Funciones:

1. Planear las actividades que se realicen en la empresa.

2. Organizar el trabajo o desarrollo efectivo de los procesos de dirección y control, sobre planes establecidos, para lograr los objetivos planeados
3. Dirigir las actividades que se va desarrollar en la empresa, durante el año del ejercicio.
4. Controlar el desarrollo de las actividades, así como el presupuesto asignado.
5. Revisar la lista de asuntos a resolver para poder establecer prioridades y resolverlos.
6. Revisa proyectos de trabajo que el presente a sus colaboradores inmediatos.
7. Estar al día en la tramitación de expedientes.

b) Puesto: Departamento de Contabilidad y Finanzas.

Tarea: Es el responsable de planificar las actividades del departamento de contabilidad y finanzas, dirigiendo las diferentes actividades, a fin de ejecutar los planes y programas previstos, de acuerdo a las normas generales y del proceso contable de la empresa.

Funciones:

1. Planear las actividades financieras mensuales, así como las actividades a desarrollarse.
2. Organizar las cuentas y los estados financieros de la empresa. Así como el pago de las remuneraciones del personal, tendrá relación directa con el departamento de RR.HH. y reportará al gerente general.
3. Dirigir las actividades a desarrollarse, de acuerdo a los planes y programas.
4. Realizar los Estados Financieros. Realizar los informes de la ejecución presupuestaria mensualmente identificando las fuentes de financiamiento del presupuesto, su aplicación y el análisis.
5. Realizar la liquidación presupuestaria de la organización.
6. Controlar las actividades económicas y financieras de la organización.

c) Puesto: Departamento de Recursos humanos

Tarea: Es el responsable de planear, desarrollar las políticas, procedimientos y programas de reclutamiento, selección, contratación, administración de sueldos, capacitaciones y desarrollo del personal para lograr los objetivos de la empresa.

Funciones:

1. Planear, organizar, dirigir y controlar el reclutamiento, selección del personal, atraer a las personas indicadas para hacer crecer la empresa.
2. Realizar la inducción para que los empleados se incorporen a la empresa, como también realizar los contratos para cada uno de los trabajadores.
3. Realizar las planillas, descripción de los puestos, definición del perfil profesional, tramitación de despidos.

d) Puesto: Sección Operaciones

Tarea: Tiene la responsabilidad de diseñar, dirigir, gestionar, controlar y mejorar los procesos de producción del producto o servicio que la empresa ofrecerá a los clientes.

Funciones:

1. Planear, organizar, dirigir la Búsqueda de la calidad total en los productos a fin de complacer a los clientes en sus demandas y expectativas.
2. Realizar de manera periódica el control del stock de las materias primas para la producción y elaboración del producto.
3. Realizar los reportes de stock y verificación de estándares de calidad del producto.

e) Puesto: Oficina de Marketing

Tarea: Es el responsable de planear, organizar, dirigir, y controlar las estrategias de venta. Se encargara también de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente, obteniendo ganancias al mismo tiempo.

Funciones:

1. Realizar los diseños publicitarios que requiera el producto para el posicionamiento en el mercado
2. Planificar, elaborar las políticas de precios y descuentos para la empresa.
3. Evaluar y controlar todas las actividades de marketing.

f) Puesto: Sección Comercialización

Tarea: La sección comercial en la empresa ocupará un lugar destacado dentro de la organización. Es por este motivo por el que debe quedar bien definida y estructurada en cuanto a sus funciones.

Funciones:

1. Planear, organizar las estrategias de venta y distribución para el producto.
2. Dirigir y controlar los canales de distribución más eficiente para una mayor satisfacción al cliente.
3. Utilizar herramientas como el merchandising, para mejores ventas, y realizar seguimiento de post ventas.

4.3 Condiciones laborales

Contaremos con trabajadores a tiempo completo, y en algún caso a tiempo parcial (en épocas de envíos a canales de distribución). Estarán inscritos en el seguro ESSALUD

Los sueldos serán establecidos de acuerdo a la capacidad profesional de cada individuo, el monto mínimo a pagar será un sueldo mínimo de acuerdo a ley, para los jefes el administrador general se establecerá un sueldo de S/.1,000 y S/ 1,200 respectivamente. Con el incremento de las ventas se irán aumentando proporcionalmente los sueldos de cada trabajador.

4.4 Régimen tributario

Marco legal de constitución de la empresa DELISAN. La empresa que se pretende formar es una Sociedad Anónima Cerrada según ley N° 26887 vigente, estará conformada por 2 socios, acogiéndonos a la ley de la Amazonia N° 27037.

El acogernos a la ley de la amazonia implicaría la reducción de impuestos y de devolución de los costos de materiales que se adquieren para la preparación de producto final.

Cabe señalar que este régimen comprende el cumplimiento de dos impuestos, el impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas. La declaración jurada mensual y el pago de los impuestos se realizarán utilizando el Programa de Declaración Telemática (PDT).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Inversión

La inversión está relacionada a la logística y el establecimiento del negocio. Contamos con local propio lo que permitirá minimizar los gastos al inicio de las operaciones.

Cuadro N° 5: Inversión inicial.

Descripción del Bien		Cantidad por material (A)	Costos compra unitario por materia S/. (B)	Precio Total	
Inmueble	Local	1			
Infraestructura	Mesas	2	180	360	2900
	Anaqueles	3	180	540	
	Otros	2	1000	2000	
Maquinaria	Pulpeadora	2	450	900	8,310.00
	Refractómetro	2	300	600	
	Conservadora	1	6,000.00	6000	
	Balanza pequeña	2	180	360	
	Balanza grande	1	450	450	
Materiales	Tinas de plástico	6	50	300	1356
	Ollas industriales	3	190	570	
	Coladores	6	35	210	
	Embudos	6	34	204	
	Jarras	6	12	72	
Equipos	Cocina a gas	2	2400	4800	5,620.00
	Balón de gas	2	180	360	
	Termómetrobimetálico	1	230	230	
	Potenciómetro	1	230	230	
Total Inversión Material y Enseres Inicial					18,186.00

Fuente: Elaboración propia

5.2 Ingresos

Para establecer los ingresos en el periodo de tres años, se debe establecer la demanda que tendremos en el mercado local, por lo que se consideró la tendencia del mercado, la demanda estimada logrando establecer la demanda del proyecto para los tres años, lo cual explicamos en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 6: Demanda proyectada

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual (Litros)	32,449,800		
Tendencia del mercado	0.1%	0.2%	0.3%
Demanda estimada anual (Litros)	32,482,250	32,547,214	32,644,856
Participación de mercado	0.40%	0.42%	0.45%
Demanda del proyecto (litros/ año)	129,929.00	136,698.30	146,901.85
Contenido por botella de néctar (litro)	1	1	1
Demanda del proyecto (botellas/ año)	129,929.00	136,698.30	146,901.85
Unidad de venta: Caja (cantidad de botellas néctar)	6	6	6
Demanda del proyecto (Cajas de 6 botellas/ año)	21,655	22,783	24,484

Fuente: Elaboración propia

Se estima que la participación del mercado en el año uno será del 4%, considerado que los años dos y tres incrementaremos en el 0.2% y 0.3% respectivamente manteniendo la demanda hacia arriba

5.3 Costo de ventas

La proyección del costo de venta representa el costo de las mercaderías necesarias para la preparación de néctar de papaya. El margen de utilidad estimada es 45% sobre el costo unitario.

Cuadro N° 7: Proyección anual del costo de venta.

Descripción	Precio unitario	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (Cajas)	S/. 1	21,655	S/. 21,655	S/. 23,796	S/. 24,229
Papaya (kg)	S/. 0.8	51,919	S/. 41,535	S/. 45,689	S/. 46,519
Agua destilada (lts)	S/. 0.3	77,879	S/. 23,364	S/. 25,700	S/. 26,167
Azucar blanca fina (kg)	S/. 2.3	300	S/. 690	S/. 759	S/. 773
Carboximetilcelulosa (kg)	S/. 15	13	S/. 198	S/. 218	S/. 222
Ácido cítrico (kg)	S/. 15	11	S/. 162	S/. 178	S/. 181
Benzoato de sodio (kg)	S/. 12	6	S/. 72	S/. 79	S/. 81
frascos de vidrio de litro (unid)	S/. 0.4	36,000	S/. 14,400	S/. 15,840	S/. 16,128
embalaje (rollos)	S/. 14	9	S/. 126	S/. 139	S/. 141
COMPRA TOTAL MENSUAL			S/. 8,515	S/. 9,366	S/. 9,537
COMPRA TOTAL ANUAL			S/. 102,180	S/. 112,398	S/. 114,441

Fuente: Elaboración propia

5.4 Gastos administrativos

Para establecer los gastos administrativos, se detalla los gastos en los que el negocio incurrirá para el desarrollo de las actividades y el correcto funcionamiento que comprende remuneración de personal, Essalud, gratificación, fiestas patrias y navidad, compensación por tiempo de servicios, servicios básicos, depreciación de activos, gastos operativos, así como los gastos de venta los cuales se detallan en los siguientes cuadros.

Cuadro N° 8: Remuneración del personal.

Descripción	N° de trabajadores	Sueldo mensual	Total mensual	Total anual
Administrador	1	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 18,000
Jefes de Dpto/Sección	5	S/. 1,000	S/. 5,000	S/. 60,000
Técnicos	6	S/. 850	S/. 5,100	S/. 61,200
Total sueldo			S/. 11,600	S/. 139,200

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 9: Essalud

Descripción	N° de trabajadores	Sueldo mensual	Contribución mensual	Total anual
Administrador	1	S/. 1,500	S/. 135	S/. 1,620
Jefes de Dpto/Sección	5	S/. 1,000	S/. 540	S/. 6,480
Técnicos	6	S/. 850	S/. 459	S/. 5,508
Total contribuciones sociales ESSALUD			S/. 1,134	S/. 13,608

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 10: Gratificación fiestas patrias y navidad

Descripción	N° de trabajadores	Sueldo mensual	Total mensual	Total anual
Administrador	1	S/. 1,500	S/. 136	S/. 1,634
Jefes de Dpto/Sección	5	S/. 1,000	S/. 545	S/. 5,448
Técnicos	6	S/. 850	S/. 463	S/. 5,557
Régimen MYPE: ½ Gratificación julio y dic.			S/. 1,053	S/. 12,639

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 11: Compensación por tiempo de servicio

Descripción	N° de trabajadores	CTS	Total mensual	Total anual
Administrador	1	S/. 750	S/. 62	S/. 750
Jefes de Dpto/Sección	5	S/. 500	S/. 222	S/. 2,724
Técnicos	6	S/. 425	S/. 232	S/. 2,778
Total Compensación por Tiempo de Servicios			S/. 566	S/. 6,252
Régimen MYPE:1/2 sueldo al año completo				

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 12: Servicios básicos

Descripción	Total mensual	Total anual
Electricidad	S/. 500	S/. 6,000
Agua	S/. 100	S/. 1,200
Teléfono/ internet	S/. 100	S/. 1,200
Impuesto predial	S/. 250	S/. 3,000
Arbitrios	S/. 160	S/. 1,920
Total servicios básicos	S/. 1,110	S/. 13,320

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 13: Depreciación de activos.

Activo	Cantidad	Valor de compra	Porcentaje anual	Depreciación anual
Mesas	2	180	10%	18
Anaqueles	3	180	10%	18
Pulpeadora	2	450	10%	45
Refractómetro	2	300	10%	30
Conservadora	1	6,000	10%	600
Balanza pequeña	2	180	10%	18
Balanza grande	1	450	10%	45
Tinas de plástico	6	50	10%	5
Ollas industriales	3	190	10%	19
Coladores	6	35	10%	4
Embudos	6	34	10%	3
Jarras	6	12	10%	1
Cocina a gas	2	2,400	10%	240
Balón de gas	2	180	10%	18
Termómetro bimetálico	1	230	10%	23
Potenciómetro	1	230	10%	23
Total depreciación de activos				S/. 1,110

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 14: Gastos pre operativos de constitución.

Descripción	Monto
Búsqueda y reserva del nombre	S/. 10
Minuta	S/. 383
Escritura Publica	S/. 220
DIREPRO	S/. 31
Pagos SUNARP	S/. 11
Licencia de funcionamiento	S/. 150
otros (pasajes, comisión)	S/. 100
Total costo de pre operativos	S/. 905

Fuente: Elaboración propia

5.5 Gastos de venta

Cuadro N° 15: Publicidad y marketing.

Descripción	Total mensual	Total anual
Publicidad tv y radio	S/. 150	S/. 1,800
Capacitación a personal	S/. 100.	S/. 1,200
Promoción y obsequios	S/. 500	S/. 6,000
Otros	S/. 50	S/. 600
Total publicidad	S/. 800	S/. 9,600

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 16: Gastos de funcionamiento de negocio.

Descripción	Total mensual	Total anual
Materiales y útiles de escritorio	S/. 120	S/. 1,440
Materiales de limpieza y aseo	S/. 200	S/. 2,400
Mantenimiento y reparación	S/. 250	S/. 3,000
Gas GLP	S/. 200	S/. 2,400
Uniformes de personal	S/. 100	S/. 1,200
Otros	S/. 100	S/. 1,200
Total gastos de funcionamiento	S/. 970	S/. 11,640

Fuente: Elaboración propia

5.6 Estado de resultados económicos

Contiene la información que va permitir saber cuáles han sido los ingresos, los gastos que ha generado la empresa en los tres años proyectados, así como también cual es la utilidad proyectada en los tres años lo cual permitirá de acuerdo al análisis tomar las decisiones más acertadas para el plan de negocio.

Cuadro N° 17: Estado de resultados económicos proyectados.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/. 346,477	S/. 364,529	S/. 391,738
Costo ventas	S/. (102,180)	S/. (112,398)	S/. (114,441)
Utilidad Bruta	S/. 244,297	S/. 252,131	S/. 277,297
Gastos administrativos	S/. (138,820)	S/. (153,900)	S/. (153,900)
Depreciación	S/. (22,500)	S/. (22,500)	S/. (22,500)
Gastos comerciales	S/. (9,600)	S/. (9,600)	S/. (9,600)
Utilidad operativo	S/. 73,377	S/. 81,211	S/. 106,377
Gastos financieros	S/. (6,100)	S/. (3,700)	S/. (1,300)
Utilidad antes de impuestos	S/. 67,277	S/. 77,511	S/. 105,077
Impuestos	S/. (9,755)	S/. (11,239)	S/. (15,236)
Utilidad neto	S/. 57,522	S/. 66,272	S/. 89,841

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 18: Régimen tributario.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad antes de impuesto	S/. 67,277	S/. 77,511	S/. 105,077
Impuesto a la renta	5%	5%	5%
Total impuesto a la renta	S/. 3,364	S/. 3,876	S/. 5,254

Fuente: Elaboración propia

5.7 Financiamiento

El financiamiento del plan del negocio estará conformada por el aporte de los socios y el financiamiento externo; los cuales permitirán cubrir la inversión inicial y los gastos pre operativos.

La financiación de las socias será abonada al constituirse la empresa bajo los alcances de la ley general de sociedades N° 26887, en lo relacionado al aporte societario y la distribución de utilidades.

Cuadro N° 19: Financiamiento de la inversión de socios

Descripción	N° de acciones	Valor nominal	Aporte	%
Socia 1	70	S/. 100	S/. 7,000	50%
Socia 2	70	S/. 100	S/. 7,000	50%
Total	140		S/. 14,000	100%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 20: Financiamiento externo

Monto a financiar	S/. 30,000
Periodo	36 meses
Tasa anual	26.82%
Tasa mensual	2%

Fuente: Elaboración propia

El financiamiento externo lo realizaremos con una entidad bancaria el detalle de las cuotas y la amortización se detalla en el anexo.

5.8 Flujo de caja.

De acuerdo de la inversión, financiamiento y el ejercicio en los años de proyectados se observa rendimiento económico.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		S/. 346,477	S/. 364,529	S/. 391,738
Inversión inicial				
Activo fijo	S/. (24,500.0)			
Capital de trabajo	S/. (10,394.3)	S/. (14,978.1)	S/. (1,568.4)	S/. (1,133.7)
Compras		S/. (102,179.9)	S/. (112,397.9)	S/.(114,441.5)
Gastos administrativos		S/. (138,820.0)	S/. (138,820.0)	S/. (138,820)
Gastos comerciales		S/. (9,600.0)	S/. (9,600.0)	S/. (9,600.0)
Pago impuestos		S/ (10,639.7)	S/. (11,775.6)	S/.(15,424.6)
Flujo Caja Económico	S/. (34,894.3)	S/. 70,259.6	S/. 90,366.9	S/. 112,318.4
Préstamo recibido	S/. 30,000.0			
Amortización		S/. (10,000.0)	S/. (10,000.0)	S/. (10,000.0)
Gastos financieros		S/. (6,100.0)	S/. (3,700.0)	S/. (1,300.0)
Escudo fiscal		S/.884.5	S/. 536.5	S/. 188.5

Flujo Caja Financiero	S/. (4,894.3)	S/. 55,044.1	S/. 77,203.4	S/. 101,206.9
-----------------------	---------------	--------------	--------------	---------------

Cuadro N° 21: Flujo de caja en soles

Fuente: Elaboración propia

5.9 Balance general

De acuerdo a la inversión realizada, en el cuadro siguiente observamos el balance general.

Cuadro N° 22: Balance General

Balance	Año 0	Año 1
Caja Bancos	S/. 10,394	S/. 25,385
Cuentas por cobrar		S/. 14,437
Inventarios		S/. 8,515
Activo no corriente	S/. 24,500	S/. 20,000
TOTAL	S/. 34,894	S/. 108,932
Pasivo corriente		S/. 8,515
Pasivo No Corriente	S/. 30,000	S/. 20,000
TOTAL PASIVO	S/. 30,000	S/. 28,515
Patrimonio		
Capital	S/. 4,894	S/. 4,894
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/. 57,522
TOTAL PATRIMONIO	S/. 4,894	S/. 62,417
TOTAL	S/. 34,894	S/. 90,932

Fuente: Elaboración propia

5.10 VAN y TIR económico

Cuadro N° 23: VAN y TIR económico

VAN Económico	S/. 335,603
Tasa de descuento	7%
TIR Económica	223%
Índice B/C	10.62

Fuente: Elaboración propia

5.11 VAN y TIR financiero

Cuadro N° 24: VAN y TIR financiero

VAN Financiero	S/. 168,289
Tasa de descuento	22.05%
TIR Financiero	1167%
Indice B/C	35.38

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- A. El mercado proyectado para el néctar de papaya, es amplio debido a que sería la primera marca loretana que incursiona en el rubro, el precio es accesible, lo que generaría llegar a los consumidores.
- B. Técnicamente hemos observado que la pasteurización se debe realizar en constante vigilancia; asimismo el embazado se debe realizar con una temperatura mínima de 85°C.
- C. Es de suma importancia regular el pH, a fin de evitar el exceso de ácido, la correcta cantidad de insumos como el PH los °Brix y el CMC, dará como resultado un néctar de nuestro agrado.
- D. La dinámica organizacional, será de vital importancia para el buen funcionamiento de la empresa, la constante comunicación, el acceso a nuevas ideas y aportes de los trabajadores puede ser favorable o perjudicial para la misma.
- E. De acuerdo al estudio realizado en el mercado actual, podemos decir que es rentable poner en marcha un negocio como el que se propone, ya que se ha observado que la tendencia del mercado y la obtención de la materia prima son favorables para la elaboración del producto.

BIBLIOGRAFÍA

Aaker D. y Joachimsther E. 2006. Liderazgo de marca. Editorial Planeta Colombiana S.A Bogota, Colombia

Amaya, Jorge; Pérez, Oscar; Valencia, Caleb. 2007. Agronomía, Universidad Nacional del centro del Perú. Disponible en <https://es.slideshare.net/blackhawkch/105186163-tesis-papaya-aqp2009>.

Chavez Granda, Ginette y Quicaña Aragón, Jearlett. 2008. Negocios, Instituto del Sur Arequipa.

Instituto Nacional de Estadística e Informática Disponible en <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Maximixe, consultora de mercado actual, columna para MBS CONSULTING, disponible en <http://www.mbsperu.com/mercado-al-dia/mercado-de-jugos-y-nectares>.

Mercola Do, Joseph. 2016. blog "Tome el control de su vida" 18/04/, disponible en <http://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2016/04/18/11-beneficios-de-la-papaya.aspx>.

National Center for Biotechnology Information, artículo publicado el 25-07-2013

Organización mundial de salud (OMS) <http://www.fao.org/spanish/newsroom/focus/2016/fruitveg1.htm> .

Romero Velarde, Mariella. 2007. docente de la facultad de Odontología de la Universidad Mayor de San Marcos; disponible en <https://docslide.com.br/documents/105186163-tesis-papaya-aqp-2009-5634f84d1f1fa.html>.

School of Public Health, Curtin University of Technology, GPO Box U 1987, Perth, WA 6845, Australia. L.Jian@exchange.curtin.edu.au disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23983897>

SILVIA SRL 2007 productora de mermeladas, jaleas y pasas derivadas de papaya.

Urquiza Baldarrago, Karen Nathaly y Pardo Delgado, José Alonso 2015 proyecto de negocio implementación de una planta de elaboración de bebida de papaya con linaza. Universidad de Lima.

Vargas Sánchez, Juan. 2016. Disponible en http://www.koandina.com/uploads/Adjuntos/reportes%20RSE/reporte_Sustentabilidad_CCAndina-2015.pdf

USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) disponible en <https://www.usda.gov/media/news-archives/informacion-y-servicios-del-united-states-department-agriculture-usda-por-sus>.