



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**“Plan de negocios para la producción y comercialización de infusiones
a base de hoja de bambú en Lima Metropolitana”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Pierre Felipe Carreño Cárdenas (0000-0001-8694-7067)

Rosseli Adelaida Correa Suarez (0000-0003-3606-3313)

Karla Alexandra Dieguez Raa (0000-0001-9173-8075)

Carla Giselle Nostades Mongrut (0000-0001-7814-5371)

Ingrid Fiorella Valqui Domínguez (0000-0002-1829-0240)

Lima – Perú
2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 03/11/2021

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

MBA José Renán Yallico Madge

En el curso de:

Business Plan

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIONES A BASE DE HOJA DE BAMBÚ EN LIMA METROPOLITANA

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100030308	Carreño Cárdenas, Pierre Felipe
100058329	Correa Suarez, Rosseli Adelaida
100043562	Dieguez Raa, Karla Alexandra
100035020	Nostades Mongrut, Carla Giselle
4200911123	Valqui Domínguez, Ingrid Fiorella

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **Administración de Empresas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100030308	Carreño Cárdenas, Pierre Felipe	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
100058329	Correa Suarez, Rosseli Adelaida	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)
100043562	Dieguez Raa, Karla Alexandra	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
100035020	Nostades Mongrut, Carla Giselle	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
4200911123	Valqui Domínguez, Ingrid Fiorella	Aprobado (17)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



MBA Jose Renan Yallico Madge
Jurado revisor / profesor del curso
Lic./Mg./Dr. Apellidos y nombres

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	14
1.1 Idea de negocio	14
CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	17
2.1 Análisis del macroentorno	17
2.1.1 Análisis PESTEL	17
2.2 Análisis del microentorno	29
2.2.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	29
CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.....	36
3.1 Visión.....	36
3.2 Misión.....	36
3.3 Valores y ética	36
3.4 Objetivos estratégicos.....	37
3.4.1 Objetivos estratégicos específicos	37
3.5 Estrategia del negocio	38
3.5.1 Estrategia Corporativa	38
3.5.2 Estrategias Competitivas.....	39
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO.....	40
4.1 Etapa introductoria	40
4.1.1 Idea de negocio	40
4.2 Necesidad de información	43
4.3 Definición del problema.....	43
4.4 Necesidad.....	43
4.5 Objetivos de la investigación.....	43
4.5.1 Objetivo general.....	43
4.5.2 Objetivo s específicos.....	43
4.6 Diseño de la investigación y fuentes de datos	44
4.7 Diseño de la muestra	45
4.8 Tamaño de la muestra	46
4.8.1 Población total	46
4.8.2 Público objetivo.....	46
4.8.3 Estimación de mercado disponible (TAM)	47
4.8.4 Aplicación de fórmula de muestra	48
4.9 Recolección de datos	48
4.9.1 Investigación cuantitativa	48
4.9.2 Investigación cualitativa.....	51
4.9.2.1. Entrevist a de profundidad	51
4.9.2.2. Modelo de entrevista a profundidad.....	51
4.9.2.3. Nuestras entrevistas	52
4.10 Procesar los datos	52
4.10.1. Análisis de los resultados	52
CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING	61

5.1 Introducción	61
5.2 Mercado objetivo	61
5.3 Problemas y oportunidades	63
5.3.1 Problemas	63
5.3.2 Oportunidades	63
5.4 Objetivo del plan de Marketing	63
5.5 Estrategia de Marketing	64
5.6 Tácticas de Marketing	67
5.7 Plan de ventas	69
CAPÍTULO VI: PLAN DE OPERACIONES	70
6.1 Objetivos de operaciones	70
6.2 Estrategias	70
6.3 Abastecimiento	71
6.3.1 Compras insumos y materiales	71
6.3.1.1. Necesidades de compra	72
6.3.1.2. Búsqueda de proveedores	72
6.3.1.3. Evaluación y selección de proveedores	74
6.3.1.4. Proveedor seleccionado	77
6.3.1.5. Materialización de la compra	79
6.3.2 Gestión de inventarios	81
6.3.2.1. Control de stocks	82
6.4 Producción	83
6.4.1 Ficha técnica del producto	83
6.4.2 Selección del proceso	85
6.4.3 Requerimientos para producir	88
6.4.3.1. Requerimientos de maquinaria y equipos	89
6.4.3.2. Requerimiento de materiales	92
6.4.3.3. Requerimiento de materiales indirectos para la fabricación	98
6.4.3.4. Requerimientos de otros insumos (servicios básicos)	100
6.4.3.5. Requerimiento de personal para producción	100
6.4.3.6. Requerimientos de espacios físicos	101
6.4.3.7. Capacidad instalada	102
6.5 Ubicación del local	103
6.5.1 Macro localización	103
6.5.2 Micro localización	104
6.5.3 Distribución interna o layout	105
6.6 Organización del área de producción (RRHH)	106
6.7 Mantenimiento	107
6.7.1 Cronograma de actividades de implementación	108
6.8 Distribución física	109
6.8.1 Proceso de distribución física	109
6.8.1.1. Procesamiento del pedido	110
6.8.1.2. Transporte	111
6.8.2 Elección de un circuito de distribución	112
6.8.3 Servicios ofrecidos por los distribuidores físicos	112
CAPÍTULO VII: DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS	114
7.1 Objetivos	114

7.2 Estrategias	114
7.3 Diseño del organigrama de la empresa	115
7.4 Análisis de las necesidades y diseño del puesto de trabajo.....	116
7.5 Selección y reclutamiento del personal	117
7.5.1 Reclutamiento	117
7.5.2 Preselección	118
7.5.3 Selección	118
7.5.4 Entrevista	118
7.5.5 Contratación.....	119
7.6 Incorporación y acogida	120
7.6.1 Propuesta de acogida.....	120
7.7 Planes de carrera.....	120
7.8 Plan de formación	120
7.8.1 Capacitación	121
7.9 Evaluación de desempeño	122
7.10 Plan de retribución.....	123
7.11 Evaluación del clima laboral.....	126
7.12 Cronograma de actividades	126
7.13 Costo del diagnóstico del Plan de RRHH	128
7.14 Beneficios esperados	129
7.15 Servicios tercerizados.....	130
CAPÍTULO VIII: ASPECTO LEGAL, TRIBUTARIO, LABORAL.....	131
8.1 Aspecto Legal	131
8.1.1 Forma Societaria	131
8.1.2 Inversión inicial	134
8.1.3 Actividades	135
8.1.3.1.Reserva del nombre	135
8.1.3.2.Elaboración de la MINUTA	137
8.1.3.3.Aporte de capital de los socios de la empresa.....	138
8.1.3.4.Elaboración de la escritura pública	139
8.1.3.5.Inscripción de la empresa en SUNARP	139
8.1.3.6.Inscripción del RUC para la empresa con personería Jurídica	139
8.1.3.7.Adquisición y legalización de libros contables.....	140
8.1.3.8.Inscripción en seguro social, y regímenes pensionarios (AFP, ONP)	141
8.1.4 Marca de la empresa.....	141
8.1.4.1.Antes de registrar tu marca	141
8.1.4.2.Proceso de registro de Marca	141
8.1.4.3.Después de presentada la solicitud	144
8.1.5 Licencia de funcionamiento	144
8.1.6 Registro Sanitario del producto	145
8.1.7 Contrato Comodato	146
8.2 Aspecto Tributario.....	147
8.2.1 Régimen MYPE	148
8.3 Aspecto Laboral.....	151
CAPÍTULO IX: TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.....	152
9.1 Definición	152
9.2 Fases.....	152

9.3 Sistema ERP como base del departamento TI	154
9.4 ERP	154
9.5 Comparación de proveedores	155
9.6 Implementación	156
9.7 Requerimiento	158
9.8 Adquisición	159
9.8.1 Selección de proveedor ERP ODDO	159
9.9 Proceso operativo	160
9.10 Costo de inversión.....	162
CAPÍTULO X: PLAN FINANCIERO.....	164
10.1 Historia financiera de la empresa	164
10.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	164
10.2.1.Producto.....	164
10.2.2.Costos variables y fijos	165
10.2.3. Políticas financieras.....	167
10.3 Plan de ventas de la empresa	167
10.4 Análisis de costos	168
10.5 Punto de equilibrio de la empresa	168
10.6 Adquisición de materiales.....	169
10.7 Inversión inicial	169
10.8 Capital de trabajo.....	169
10.9 Fuente de financiamiento	170
10.10 Análisis de rentabilidad.....	170
CONCLUSIONES	191
RECOMENDACIONES.....	192
BIBLIOGRAFÍA.....	193

Índice de tablas

Tabla 1 Causa-efecto Político	18
Tabla 2 Proyección de crecimiento económico	20
Tabla 3 Causa-efecto Económico	21
Tabla 4 Niveles de empleo	23
Tabla 5 Causa-efecto Social.....	23
Tabla 6 Causa-efecto Tecnológico.....	25
Tabla 7 Causa-efecto Ecológico.....	27
Tabla 8 Causa-efecto Legal.....	28
Tabla 9 Causa-efecto Clientes	30
Tabla 10 Causa-efecto Competidores entrantes, Productos sustitutos	31
Tabla 11 Causa-efecto Rivalidad entre competidores	32
Tabla 12 Cadena de Valor – Porter	33
Tabla 13 Matriz de Ansoff	38
Tabla 14 Necesidad de información.....	43
Tabla 15 Diseño de la investigación y fuentes de datos	45
Tabla 16 Estimación mercado	47
Tabla 17 Aplicación de fórmula de muestra	48
Tabla 18 Compras de insumos y materiales.....	71
Tabla 19 Necesidades de compra	72
Tabla 20 Evaluación y selección proveedores – hoja de bambú.....	75
Tabla 21 Evaluación y selección proveedores – bolsas filtrantes	76
Tabla 22 Ficha técnica infusión de Bambú	83
Tabla 23 Ficha técnica infusión de Bambú con manzana y canela	84
Tabla 24 Ficha técnica infusión de Bambú con naranja	84
Tabla 25 Requerimiento de maquinaria y equipos	89
Tabla 26 Equipos para producción	90
Tabla 27 Muebles y enseres.....	91
Tabla 28 Equipos de oficina	91
Tabla 29 Costo materia prima	92
Tabla 30 Costos estimados de materia indirecta	98
Tabla 31 Personal para producción.....	100
Tabla 32 Días y horas a trabajar	101
Tabla 33 Requerimiento espacio físico	101
Tabla 34 Capacidad instalada.....	102
Tabla 35 Evaluación local de producción	104
Tabla 36 Frecuencia mantenimiento equipos.....	107
Tabla 37 Cronograma de implementación.....	108
Tabla 38 Costo servicio transporte – tercerizado	113
Tabla 39 Funciones de puesto.....	116
Tabla 40 Plan de retribución	123
Tabla 41 Cronograma de actividades.....	127
Tabla 42 Diagnostico de plan de RRHH	128
Tabla 43 Remuneración de personal	128
Tabla 44 Beneficios sociales.....	129

Tabla 45 Servicios tercerizados	130
Tabla 46 Beneficios sociales MYPE.....	151
Tabla 47 Comparativo ERP	156
Tabla 48 Costo de inversión	161

Índice de figuras

Figura 1 Reloj estratégico de Bowman	40
Figura 2 Logo empresa	41
Figura 3 Público objetivo NSE	46
Figura 4 Estimación TAM.....	47
Figura 5 Encuesta Té de bambú – Google Forms.....	49
Figura 6 Estructura socioeconómica	62
Figura 7 Merchandising.....	68
Figura 8 Plan de ventas	69
Figura 9 Estimación de la cantidad anual vendida (Año 1 y año 5).....	69
Figura 10 Cotización proveedores Bambú	73
Figura 11 Cotización proveedores Bolsas filtrantes	74
Figura 12 Proveedor bambú.....	77
Figura 13 Proveedor bolsas filtrantes	77
Figura 14 Proveedor de cáscara deshidratada de naranja y canela y canela entera.....	78
Figura 15 Proveedor de cajas.....	78
Figura 16 Flujo proceso de compra	80
Figura 17 Registro de control de inventario.....	81
Figura 18 Control de stock	82
Figura 19 Proceso de empaque.....	88
Figura 20 Hoja de bambú	93
Figura 21 Bolsa filtrante	94
Figura 22 Papel envoltura filtrante	94
Figura 23 Canela entera	95
Figura 24 Cáscara de manzana deshidratada.....	96
Figura 25 Cáscara de naranja deshidratada	96
Figura 26 Caja 20 unidades infusión de bambú	97
Figura 27 Caja embalaje	97
Figura 28 Mapa Villa El Salvador	103
Figura 29 Layout – Producción	105
Figura 30 Organigrama.....	106
Figura 31 Organigrama en 5 años	107
Figura 32 Proceso de pedido.....	110
Figura 33 Empresa de transporte RTB LOGISTIC SAC.....	111
Figura 34 Distribución	112
Figura 35 Gestión con supermercados.....	112
Figura 36 Portal Bumeran	118
Figura 37 Flujograma De La Toma De Decisión De La Personería Jurídica	132
Figura 38 Pasos y precios para constitución y formalización de empresa.....	135
Figura 39 Solicitud reserva de nombre de persona jurídica	136
Figura 40 Registro de marca en INDECOPI.....	142

Figura 41 Solicitud de registro de marca	143
Figura 42 Costo de Licencia de funcionamiento	145
Figura 43 Características régimen tributario	147
Figura 44 Flujo para toma de decisiones respecto a régimen tributario	148
Figura 45 Régimen MYPE Tributario	149
Figura 46 Cronograma implementación ERP	158
Figura 47 ERP ODDO	159
Figura 48 Aplicaciones ERP ODDO	160
Figura 49 Laptop Lenovo	162
Figura 50 Celular Samsung	162
Figura 51 Logo ODDO	162

Índice de Anexos

Anexo 1 – Entrevistas	170
Anexo 2 – Plan de ventas	175
Anexo 3 – Presupuesto de egresos	176
Anexo 4 – Punto de equilibrio	177
Anexo 5 – Adquisición de materiales	178
Anexo 6 – Inversión inicial	179
Anexo 7 – Capital de trabajo	181
Anexo 8 - Fuente de financiamiento	182
Anexo 9 – Pago de deuda	184
Anexo 10 – Depreciación y amortización de inversión fija	185
Anexo 11 – Módulo de IGV	186
Anexo 12 – Flujo de Caja	187
Anexo 13 – EGP Proyectado	189
Anexo 14 – Análisis de sensibilidad	190

Resumen ejecutivo

Durante los últimos años, el uso del bambú se ha aplicado en más productos de uso diario gracias a su versatilidad, fuerza y, sobre todo, su sostenibilidad, ya que crece más rápido que cualquier otra madera en el mundo.

Además, su hoja aporta muchos beneficios a la salud como incrementar las defensas a las personas con enfermedades bacterianas y microbianas, disminuir el cansancio y sed, controlar antojos, estimular la digestión y mejorar la calidad de vida de las personas.

Es por ello que se decidió crear “Infusión de Té Saludable SAC”, un emprendimiento que produce 3 infusiones a base de esta hoja: bambú, bambú con naranja y bambú con manzana y canela.

De acuerdo a una encuesta realizada por DATUM, 6 de 10 personas se consideran saludables el 74% están dispuestos a mejorar su alimentación.

Esto nos brinda una gran oportunidad para dirigir nuestro producto a estas personas, cuyas edades se encuentran entre 24 y 45 años, que vivan en distritos de Lima– NSE A y B (San Isidro, San Borja, Miraflores, Jesús María, Santiago de Surco, Lince) y buscan un estilo de vida saludable. Buscamos tener un crecimiento sostenido del 15% anual.

La venta del producto se realizará a través de los más conocidos supermercados, bodegas, minimarkets y tiendas por conveniencia y contará con una página web para dar información sobre nuestros productos y atención al cliente.

Abstract

During the last few years, the use of bamboo has been applied in more everyday products thanks to its versatility, strength and, above all, its sustainability, since it grows faster than any other wood in the world.

In addition, its leaf provides many health benefits such as increasing people's defenses with bacterial and microbial diseases, reducing fatigue and thirst, controlling cravings, stimulating digestion, and improving people's quality of life.

That is why we decided to create " Infusión de Té Saludable SAC ", an enterprise that produces 3 infusions based on this leaf: bamboo, bamboo with orange and bamboo with apple and cinnamon.

According to a survey conducted by DATUM, 6 out of 10 people consider themselves healthy and 74% of them are willing to improve their diet.

This gives us a great opportunity to direct our product to people between the ages of 24 and 45, who reside in districts of Modern Lima - NSE A and B (San Isidro, San Borja, Miraflores, Jesús María, Santiago de Surco, Lince) and seek a healthy lifestyle. We seek to have a sustained growth of 15% per year.

The sale of the product will be made through supermarkets, warehouses, minimarkets, and convenience stores and will have a web page to provide information about our products and customer service.

Introducción

En los últimos años, las personas han buscado formas utilizar nuevos productos naturales y, a la vez, cuidar al ambiente para reducir la deforestación y emisiones de carbono y utilizar recursos renovables.

El bambú aparece como solución para el desarrollo de diversos productos como bicicletas, menaje, cepillos, decoración, entre otros.

Esta planta crece en casi todos los continentes, excepto en Europa y la Antártida, sin embargo, las zonas más importantes son Asia y América del Sur en las zonas tropicales y subtropicales.

La presente investigación tiene como propósito evaluar la viabilidad de un proyecto para la elaboración y comercialización de infusiones a base de hoja de bambú analizando el macro y microentorno, mercado potencial, operaciones, recursos humanos, temas legales, tecnológicos y financieros.

El objetivo del plan de negocios es brindar una nueva alternativa de infusiones a las personas que buscan mejorar su calidad su vida y un producto novedoso.

I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Idea de negocio

INFUSION DE TE SALUDABLE SAC, bajo la marca BAMBÚ TEA, es una empresa encargada en la elaboración y comercialización de infusiones de hojas de bambú en 3 presentaciones: bambú, Bambú/manzana canela, Bambú/Naranja.

Estos productos son de primera calidad y tienen múltiples beneficios para la salud tales como incrementar las defensas a las personas con enfermedades bacterianas y virales, disminuir el cansancio y sed, controlar antojos, estimular la digestión y contribuir a aumentar la calidad de vida de los consumidores.

El producto está dirigido al segmento de personas que buscan un estilo de vida sana y que desean mantener una dieta y alimentación balanceada que residan en distritos de Lima Moderna – NSE A y B: San Isidro, San Borja, Miraflores, Jesús María, Santiago de Surco, Lince.

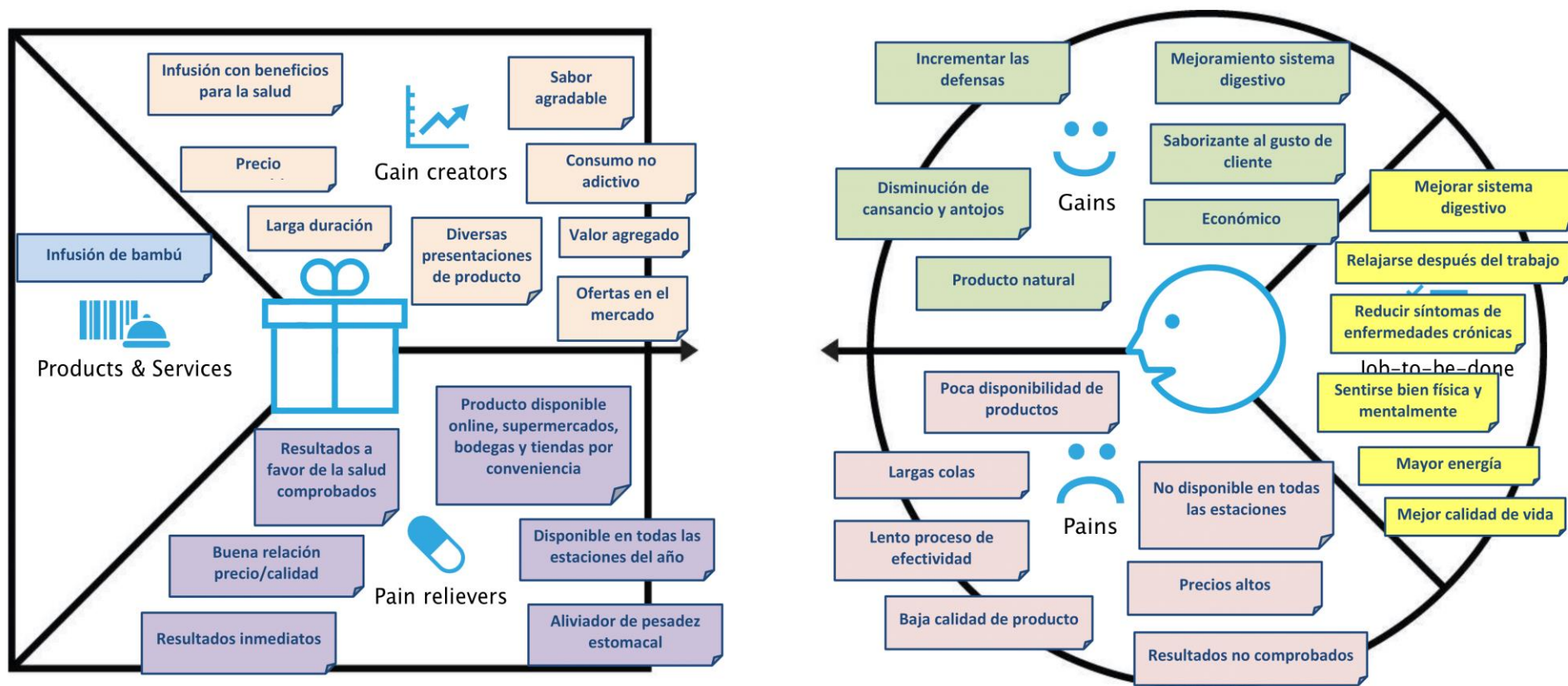
La relación que se tendrá con los consumidores será a través de la página web de la empresa y redes sociales. En estas plataformas se realizarán promociones y descuentos y, como empresa, podremos tener un feedback inmediato sobre nuestro producto para realizar los cambios necesarios.

Modelo Canvas

<p>Key Partners (8)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de bambú • Diseñador Web • Bancos • Proveedores de bolsas filtrantes biodegradables • Proveedores de cajas • Empresas distribuidoras 	<p>Key Activities (7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de infusiones de bambú • Investigación, actualización y desarrollo • Comercialización <p>Key Resources (6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insumos (hojas de bambú y edulcorante) • Maquinaria y equipo • Personal administrativo, operativo y de ventas 	<p>Value Propositions (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nueva propuesta de infusión con múltiples beneficios para la salud: incrementar las defensas a las personas con enfermedades bacterianas y microbianas, disminución de cansancio y sed, control de antojos y estimulación de la digestión • Contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas • Producto novedoso • Accesibilidad • Precio competitivo 	<p>Customer Relationships (4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La relación será a través de la página web y redes sociales • Se realizarán promociones y descuentos a las personas que ingresen a nuestra página • Tendremos un feedback inmediato sobre nuestro producto para poder realizar los cambios necesarios <p>Channels (3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supermercados • Bodegas • Minimarkets • Tiendas por conveniencia • Página web 	<p>Customer Segments (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres de NSE A y B (San Isidro, San Borja, Miraflores, Jesús María, Santiago de Surco, Lince) • Entre 24 a 45 años • Dirigido a individuos que buscan un estilo de vida sana y buena alimentación para mantener una dieta balanceada
<p>Cost Structure (9)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impuestos • Compra de materia prima • Publicidad • Pago de haberes • Servicios básicos 		<p>Revenue Streams (5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta a través de los más conocidos supermercados, bodegas, minimarkets y tiendas por conveniencia 		

Fuente: Idea propias sobre el trabajo, empresa Bambú TEA

Propuesta de Valor



Fuente: Idea propias sobre el trabajo, empresa Bambú TEA

II. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Análisis del macroentorno

2.1.1. Análisis PESTEL

a) Entorno político

Debido al cambio de gobierno, en elecciones democráticas, y en consecuencia al giro en la visión de país que conlleva la asunción al poder de la izquierda política en el Perú, el tipo de cambio del dólar ha ido en escalada galopante (15 de abril de 2021). Esto debido a la indefinición de la política económica, o a la poca claridad que muestra el gobierno del presidente Pedro Castillo. En consecuencia, las familias se han mostrado desconfiadas, por lo que gastaban menos y trasladaban sus ahorros en moneda nacional a dólares americanos, siendo este último una de las causas del aumento del dólar.

La depreciación de la moneda nacional puede tener un impacto alto en la adquisición de las hojas de bambú, ya que, el costo de producción se elevaría sustancialmente. Esto podría traducirse en una menor producción y en un elevado precio de venta, por lo que las ventas netas podrían ser menores de lo esperado.

El Perú actualmente no ofrece la estabilidad política que todo país debe ofrecer a potenciales inversionistas, que les garantice las condiciones mínimas y básicas de que obtendrá retornos y que el estado no incautará activos y bienes, y esto se refleja en la proyección de poca inversión privada, menor cantidad de puestos de trabajo y, por ende, una disminución en la capacidad adquisitiva de nuestro público objetivo.

Tabla 1 Causa-efecto Político

Causa / Factor externo / efecto		Impacto			Tipo de impacto			
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo		
POLÍTICO	Debido al aumento de la pérdida de empleo formal, podría ser que las familias prioricen la compra de alimentos básicos, por lo que podría haber menor venta o impacto de entrada del nuevo producto	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido a la falta de definición de política económica, podría ser que las familias gasten menos en alimentos que no consideren básicos	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido a anunciadas políticas de apoyo a MYPES y REMYPES mediante acceso a créditos con baja tasas de interés, es probable que se pueda acceder a un apalancamiento con intereses bajos, por lo que no habría dificultad para desarrollar las estrategias del producto	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						

b) Entorno económico

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), la inflación acumulada en Lima Metropolitana al mes de agosto del 2021 es de 4.20%, esto ha motivado el aumento en los precios de los bienes, viéndose reflejado el mismo en la priorización de la canasta básica familiar, aquellos productos de consumo básico que aseguren lo indispensable. Probablemente la inflación haya mermado el interés en adquirir productos suplementarios no indispensables, impactando duramente en las ventas de nuestro producto.

Luego del reporte del BCRP sobre la inflación a nivel Perú del mes de septiembre del 2021, se redujo la proyección de inversión esperada para el año 2022 a 0%. Esto sumado a la depreciación de la moneda nacional ha golpeado a las importaciones, encareciendo los costos de producción de proveedores, haciendo más cara la adquisición de insumos y materiales necesarios para producir nuestros productos, por lo que se podría ver reflejado en la necesidad de elegir entre disminuir la calidad de nuestro producto, para disminuir costos, o el encarecimiento del mismo.

La continuación de la política de vacunación ha sido indispensable para aperturar sectores económicos que se encontraban estrechamente limitados o cerrados en su totalidad. El aumento en los indicadores de personas vacunadas ha permitido flexibilizar las restricciones impuestas y con esto el aumento de oportunidades laborales, traduciéndose en un aumento en el ingreso económico familiar y en la capacidad adquisitiva.

Tabla 2 Proyección de crecimiento económico

Al resultado más alto del primer semestre (mayor ejecución de gasto público e inversión privada) se le suman las mejores perspectivas del consumo privado para la segunda mitad de 2021. No obstante, se revisa a la baja la proyección del crecimiento de 2022 de 4,5 a 3,4 por ciento debido al debilitamiento de las expectativas empresariales.

DEMANDA INTERNA Y PBI
 (Variaciones porcentuales reales)

	2020	2021*		2022*		Crecimiento promedio 2020-2022		
		1er Sem. 21 respecto a		RI Jun.21	RI Set.21		RI Jun.21	RI Set.21
		1S.20	1S.19					
Demanda interna	-9,4	21,5	3,2	10,3	12,5	4,0	3,0	1,7
Consumo privado	-8,7	14,0	0,1	8,5	9,2	4,8	4,0	1,2
Consumo público	7,2	19,5	17,9	7,0	9,0	1,0	1,5	5,8
Inversión privada	-16,5	80,2	14,8	15,5	24,5	2,5	0,0	1,3
Inversión pública	-15,5	94,1	17,2	19,0	20,0	4,5	4,5	1,9
Var. de inventarios (contribución)	-0,5	-4,5	-2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,3
Exportaciones	-20,8	18,5	-13,0	13,5	11,9	6,4	6,4	-2,0
Importaciones	-15,6	20,8	-1,2	11,8	14,5	4,4	4,9	0,4
Producto Bruto Interno	-11,0	20,9	-0,1	10,7	11,9	4,5	3,4	1,0

RI: Reporte de Inflación

*Últimas dos columnas corresponden a la proyección anual del RI previo y el actual.

Fuente: BCRP.

Fuente: BLOOMBERG

Tabla 3 Causa-efecto Económico

Causa / Factor externo / efecto		Impacto			Tipo de impacto			
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo		
ECONÓMICO	Debido a que el aumento de la inflación acumulada en Lima Metropolitana subió a 3,18%, podría ser que las familias tengan menor capacidad adquisitiva, por lo que priorizarían alimentos indispensables	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido al alza del dólar, es probable que los productos y servicios eleven su precio, por lo que el flujo de inversión del producto se vea afectado y la calidad disminuya	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido a que la política de vacunación produce apertura de sectores económicos, podría ser que la recuperación económica se acelere, por lo que aumentaría las ventas	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						

c) Entorno social

Durante el primer trimestre del 2021, en Lima metropolitana el empleo se contrajo, así, la población joven ocupada se redujo en 24.9% (214,300 personas), de 25 a 44 años en 11.1% (269,900 personas) y la población de 45 y más años se redujo en 14.7% (222,900 personas). El rango de edad entre 25 a 44 años es nuestro público objetivo por lo que podría ser que la capacidad adquisitiva, la compra de productos que se encuentren fuera de la canasta básica haya disminuido. Esto supondría un impacto alto al momento de la decisión de compra.

La pandemia ha traído consigo la necesidad de adquirir productos que aumenten los cuidados preventivos, que refuercen el sistema inmunológico, incrementen las defensas a fin de evitar enfermarse frente al colapso del sistema de salud nacional y prevenir el contagio de la Covid19.

La oportunidad que nuestro producto incida en esos temores, y forme parte de un necesario hábito de cuidado de salud familiar, es alto; por lo que, es propicio para posicionar nuestro producto.

Tabla 4 Niveles de empleo

Niveles de empleo	Ene-Feb-Mar 2020	Ene-Feb-Mar 2021	Variación	
			Absoluta (Miles)	Porcentual (%)
Total Población económicamente activa	5 230,3	4 859,6	- 370,7	- 7,1
I. Ocupados	4 824,0	4 117,1	- 706,9	- 14,7
. Adecuadamente empleados	2 936,0	1 993,8	- 942,2	- 32,1
. Subempleados	1 888,1	2 123,3	235,2	12,5
-Subempleo por insuficiencia de horas (visible)	704,8	659,1	- 45,7	- 6,5
-Subempleo por ingresos (invisible)	1 183,3	1 464,2	280,9	23,7
II. Desocupados	406,2	742,5	336,3	82,8

Fuente INEI

Tabla 5 Causa-efecto Social

	Causa / Factor externo / efecto	Probabilidad		Impacto			Tipo de impacto	
				Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo
SOCIAL	Debido a que la pandemia aumentó la necesidad de cuidados preventivos, es probable que sea aceptado nuestro producto por las propiedades preventivas, por lo que lograríamos posicionamiento en el mercado	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					
	Debido a que las familias gastan menos porque se muestran desconfiadas ante el manejo económico del nuevo gobierno, es probable que nuestro producto no sea incluido en la canasta básica familiar, por lo que las ventas no serían buenas	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					
	Debido a que la pérdida de empleo del 3,3% de la PEA entre 24 y 45 años durante el primer trimestre del 2021, podría ser que nuestro público objetivo no tenga empleo o haya decidido gastar menos, por lo que se significaría menores ventas	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					

d) Entorno tecnológico

La pandemia provocada por la Covid19 ha propiciado el despegue de los medios tecnológicos para realizar operaciones bancarias, tramites documentarios y compras online para evitar el contacto físico y porque se volvió el único medio para acceder a ellos. Así mismo, el aumento del tráfico web y en redes sociales en busca de productos y servicios, es y seguirá siendo una oportunidad ideal para prescindir de medios tradicionales de publicidad y digitalizar nuestros medios de ventas y nuestra área de marketing. La disminución de costos que representa es significativa y estos recursos ahorrados podrían ser, eventualmente, utilizados en reforzar la calidad del producto y/o en alguna área que requiera de mayor presupuesto.

El encarecimiento de los equipos tecnológicos es una dificultad de acceso del internet, ello debido al aumento de los costos de importación debido al aumento del dólar, explicado en puntos anteriores. Podría significar que nuestro producto se limite a quienes pueden acceder a estos medios, reduciendo nuestro público objetivo.

Tabla 6 Causa-efecto Tecnológico

Causa / Factor externo / efecto		Impacto			Tipo de impacto				
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo			
TECNOLÓGICO	Debido a la disminución de costos por uso de tecnologías para canales ventas, es probable que obtengamos una mayor utilidad, por lo que la reinversión en nuevos planes consolidaría nuestro producto	Probabilidad	Alta						
		Media							
		Baja							
	Debido a que la pandemia obligó a la digitalización de los canales comerciales, podría ser que nuestro producto tenga mayor alcance a nuestro público, por lo que las conversiones podrían ser mayores	Probabilidad	Alta						
		Media							
		Baja							
	Debido al encarecimiento de los equipos tecnológicos debido a la subida del dólar, es probable que menos personas puedan acceder a comprar online, por lo que las ventas serian mayor en los puntos de ventas de aliados estratégicos	Probabilidad	Alta						
		Media							
		Baja							

e) Entorno ecológico

Las campañas de sensibilización sobre la problemática medioambiental, el acceso a datos sobre ello y políticas mundiales para paliar los efectos negativos se ha visto reflejado en el aumento de la demanda por productos eco sostenibles y amigables con el medio ambiente. Este grupo de personas acompaña a las marcas que se comprometen con estas causas; por lo que, resaltar la importancia de Bambú Tea resulta un punto importante a trabajar.

Aún son pocas las políticas sobre economía circular en el Perú y aún menores los incentivos a empresas que abracen estas causas, pero resulta interesante el aumento significativo de la consciencia de la problemática existente y la vista sobre la preservación de las especies afectadas por nuestra huella de carbono.

Actualmente hay un enorme retroceso en los avances que se habían logrado sobre la Ley 30884 que regula el consumo de bienes de plástico que genera riesgo para el ambiente y la salud pública, siendo aún insuficiente la oferta de alternativas económicas a este tipo de productos de un solo uso, y siendo de alta importancia la necesidad, en restaurantes, por citar un ejemplo, de emplear menajes que signifique algún tipo de contacto con el cliente.

Tabla 7 Causa-efecto Ecológico

Causa / Factor externo / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
ECOLÓGICO	Debido al incremento de la demanda de adquirir bienes o servicios de empresas ambientalmente responsables (EAR), podría ser que aumente el interés por comprar productos de este tipo de empresas, por lo que el posicionamiento de marca y ventas aumentaría	Probabilidad	Alta				
		Media					
		Baja					
	Debido a las campañas de sensibilización ambiental, es probable que haya mayor interés por productos eco amigables, por lo que el interés por nuestro producto aumentaría	Probabilidad	Alta				
		Media					
		Baja					
	Debido a políticas sobre economía circular y procesos ambientalmente sostenibles, podría ser que se incentive adquirir productos sostenibles ambientalmente, por lo que habría un aumento de interés por nuestro producto	Probabilidad	Alta				
		Media					
		Baja					

f) Entorno legal

Perú cuenta con la Ley 30021 Ley de Alimentación Saludable, que obliga a colocar figuras de octógonos en la publicidad y comercialización de productos con la finalidad de advertir sobre si su contenido excede los parámetros establecidos de grasas trans, saturadas, azúcar o sodio. Esta ley representa una oportunidad de posicionar nuestra infusión entre alimentos saludables que pueden contribuir a la preservación de la salud en contraste a aquellos alimentos con octógonos que tienen un efecto contrario.

Tabla 8 Causa-efecto Legal

Causa / Factor externo / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
LEGAL	Debido a la Ley N° 30021 de alimentación saludable, es probable que nuestro producto destaque por ser natural, por lo que se apreciaría frente a otras marcas o sustitutos	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido a la rigidez en la legislación laboral peruana, es posible que los costos se eleven, por lo que encarecería el precio del producto	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				

2.2. Análisis del microentorno

2.2.1. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

a) Competencia potencial

Existe actualmente una alta competencia, ya que en el mercado se comercializan una gran variedad de infusiones, pero aún no se ha dado cuenta sobre algún producto con Bambú y añadidos. Enfocarnos en los beneficios que ofrece será importante.

b) Amenaza de nuevos competidores

La barrera para nuevos competidores es alta debido a la regulación sobre registro sanitario es alto y acceder a ello requiere cumplir con una serie de requisitos que significan una inversión alta.

c) Productos sustitutos

El principal sustituto son otras infusiones que ofrecen beneficios para la salud similares, a un menor o similar precio de venta. Pueden ser las mismas hierbas adquiridas a precios más bajos. Al recalcar sobre lo natural, económico y saludable podríamos orientar a los potenciales clientes hacia nosotros.

d) Poder de negociación del cliente

El poder de negociación es bajo, ya el precio de venta es fijo hacia el público, pero evaluado con diversos indicadores, donde sí podría reflejarse la probable preferencia por algún producto sustituto de menor precio.

e) Poder de negociación de los proveedores

Existe un alto poder de negociación por parte de los proveedores, ya que el tipo de bambú a importar cuenta con pocos proveedores dificultando la negociación de precios.

Tabla 9 Causa-efecto Clientes

Causa / Factor extremo / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
CLIENTES	Debido al precio de venta competitivo de nuestro producto, podría ser que nuestra competitividad sea alta, por lo que podría ser que se cumpla nuestra proyección de participación de mercado	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido a la reducción del poder adquisitivo de nuestro público objetivo, podría ser que los indicadores de venta disminuyan, por lo que debemos analizar los costos actuales	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido al realce de la importancia de las TICs debido a la pandemia por la COVID-19, podría ser que los medios digitales faciliten las conversiones en ventas y posicionar la marca, por lo que habría una disminución de costos en el área comercial	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
PROVEEDORES	Debido a la poca cantidad de proveedores en hojas de Bambú para bebidas, podría ser que se incremente el costo de compra, por lo que se tendría que evaluar plantaciones propias y otra alternativa sostenible	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido al alza del dólar, podría ser que se incremente los costos de importación, por lo que encarecería los costos y la rentabilidad disminuiría	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				

Tabla 10 Causa-efecto Competidores entrantes, Productos sustitutos

Causa / Factor extremo / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
		Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
COMPETIDORES ENTRANTES	Debido al aumento de la inflación, es probable que nuestros competidores aplacen o desistan de ingresar al mercado, por lo que nuestra estrategia debe estar enfocada en obtener esa demanda insatisfecha	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido al alza del dólar, podría ser que algunos competidores desistan o aplacen su ingreso al mercado, por lo que aumentaría nuestra oportunidad de participación en el mercado	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido a que los competidores son empresas sólidas, podría ser que los precios de venta de sus productos sean más competitivos, por lo que debemos plantear estrategias pertinentes	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Debido a la similitud en la satisfacción y beneficios entre los productos sustitutos, podría ser que productos más antiguos mejoren sus precios, por lo que tendríamos que reforzar nuestra estrategia de marketing	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido al posicionamiento de los productos sustitutos, podría ser que tengan mayor cobertura en el mercado, por lo que podría obligarnos a disminuir el precio de venta y aumentar la inversión en estrategias para posicionamiento	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				

Tabla 11 Causa-efecto Rivalidad entre competidores

Causa / Factor extremo / efecto			Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	Debido a la innovación permanente de los competidores, podría ser que nuestro producto no tenga el impacto deseado, por lo que tendríamos que reforzar nuestras estrategias	Probabilidad					
		Alta					
		Media					
	Debido a que los competidores son empresas de gran tamaño, es probable que la inversión en la partida del presupuesto de marketing y publicidad sea alta, por lo que tendríamos que hallar estrategias innovadoras	Probabilidad					
		Alta					
		Media					
	Debido a la antigüedad en el mercado del producto de los competidores, podría ser que nuestro público objetivo no desee cambiar por otro, por lo que debemos plantear estrategias preventivas frente a esa situación	Probabilidad					
		Alta					
		Media					
	Baja						

2.2.2. Cadena de valor según Porter

“Bambú Tea” se diferenciará al brindar un producto con materia prima e insumos de primera calidad que favorezcan a la salud de sus consumidores.

Sabemos que entre los beneficios de la hoja de bambú se encuentran mejorar las defensas, disminuye el cansancio, ayuda a controlar antojos, quita la salud y estimula la digestión.

Tabla 12 Cadena de Valor - Porter

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA: Áreas: Administración, Finanzas, Comercial, Operaciones. Inversión inicial de fuentes propios y apalancamiento bancario.				
RECURSOS HUMANOS: Contratación de personal Evaluación de prácticas de producción				
DESARROLLO TECNOLÓGICO: Medios digitales para branding y promoción de los productos Atención de consultas y reclamos por Redes sociales				
COMPRAS: Evaluación de precios y proveedores, evaluación de costo de flete a almacén.				
ENTRADA	OPERACIONES	SALIDA	MARKETING	SERVICIOS
<ul style="list-style-type: none"> - Emisión de orden de compra - Recepción de insumos y materiales - Almacenamiento - Revisión, discernimiento y separación en la calidad del insumo principal 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesamiento de la hoja Guadua de Bambú. - Añadir frutas deshidratadas. - Empaquetar el insumo en bolsitas filtrantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empaquetado en cajas de 20, 50 y 100 unidades cada una. - Contratación de empresa de transportes para traslado a puntos de ventas de aliados estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción del producto en Redes Sociales. - Branding - Merchandising - Acuerdos con los puntos de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Línea de atención de reclamos y consultas. - Reportes de satisfacción.

2.2.3. Análisis FODA

OPORTUNIDAD	AMENAZA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Política de vacunación produce apertura de sectores económicos 2. La pandemia aumentó la necesidad de cuidados preventivos 3. Uso de tecnologías para canales ventas 4. Digitalización de los canales comerciales 5. Ley N° 30021 de alimentación saludable 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de la pérdida de empleo formal 2. Aumento de la inflación acumulada en Lima Metropolitana subió a 3,18% 3. Alza del dólar
<ol style="list-style-type: none"> 1. Precio de venta competitivo 2. Productor local de tipo de producto 3. Producto natural con beneficios para la salud 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa nueva con primer producto en el mercado 2. Financiamiento limitado frente a competencia 3. Producto imitable con facilidad
FORTALEZA	DEBILIDADES

2.2.4. FODA Cruzado

	FORTALEZAS (F)	DEBIIDADES (D)
OPORTUNIDADES (O)	<p>(FO1) Considerar como posibles aliados estratégicos a empresas de otros sectores para publicidad y/o puntos de venta</p> <p>(FO2) Enfocar la estrategia de apoyar producto peruano en redes sociales mediante las TIC</p> <p>(FO3) Resaltar los beneficios del producto frente a otros con octogonos</p>	<p>(OD1) Uso de redes sociales para posicionar la marca</p> <p>(OD2) Uso de TIC para minimizar costos en ventas.</p> <p>(OD3) Enfocar las propiedades y características del producto, para lograr posicionamiento</p>
AMENAZAS (A)	<p>(AF1) Orientar la publicidad a resaltar los beneficios para la salud</p> <p>(AF2) Evaluar disminuir precio de venta</p> <p>(AF3) Realizar alianzas estrategicas con supermercados para realizar ofertas junto a productos de la canasta básica familiar</p>	<p>(AD1) Iniciar con estrategia competitiva, para progresivamente reforzar la comparativa</p> <p>(AD2) Realizar alianzas estratégicas con productores proveedores nacionales</p> <p>(AD3) Apalancamiento en moneda nacional y contrato con compradores en dólares.</p>

III. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

3.1. Visión

“Ser referente en el rubro de infusiones saludables elaboradas con las mejores prácticas ambientales sostenibles”

3.2. Misión

“Ofrecer productos de calidad que contribuyan a la calidad de vida de las personas”

3.3. Valores y ética

Los valores corporativos son parte de la filosofía y mística de nuestra institución, por lo que la difusión y promoción son pilares importantes en lograr la identificación con cada uno de ellos en aras de lograr nuestros objetivos institucionales y contribuir con un cambio en la mirada social empresarial.

- Innovación: Repensar, reorganizar y descubrir nuevas formas de hacer y siempre algo nuevo que ofrecer.
- Transparencia: Las prácticas basadas en la verdad y honestidad como valor pilar en la institución.
- Compromiso: Cumplir lo que prometemos y prometer lo que podemos cumplir.
- Conciencia ambiental: Nos inspira sentar un precedente como empresa eco sostenible y eco amigable.
- Puntualidad: Cumplir con los tiempos en oficina y planta, así como con los clientes.
- Emprendimiento: Entusiasmo y pasión nos movilizan a alcanzar objetivos.

Estos valores son políticas firmes que más allá de ser impuestas, son promovidas como parte de un cambio cultural-social dentro de lo que nuestra institución espera lograr.

3.4. Objetivos estratégicos

- Posicionar a “Bambú Tea” como una de las empresas más significativas en la elaboración y comercialización de infusiones de bambú.
- Mantener un control de calidad eficiente durante la producción de Bambú Tea.
- Posicionar la marca entre nuestro público objetivo.

3.4.1. Metas

- Participar del 15% del mercado de infusiones en el plazo de 12 meses
- Implementar estrategias de reducción de costos al 20% mediante un adecuado control de inventarios en la empresa al último periodo en el año 2022.
- Lograr 1000 visitas mensuales y 10 nuevos clientes por mes, durante el año 2022.

3.5. Estrategia del negocio

3.5.1. Estrategia Corporativa

- La matriz de posición competitiva McKinsey-General Electric
- Matriz de crecimiento – participación (Boston Consulting Group)
- Matriz de dirección de crecimiento de Ansoff

Tabla 13 Matriz de Ansoff

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	Bambu tea, en el rubro de alimentos orgánicos y saludables, buscando una cuota de mercado de infusiones ingresa con 3 presentaciones: Bambú, bambú/manzana canela y Bambú/naranja, en Lima moderna para un público de 24 a 46 años de sector AB	DESARROLLO DE PRODUCTOS
	NUEVOS	Venta B2B por peso de nuestros 3 sabores, enfocados en cafeterías, restaurantes y comercios de venta de alimentos preparados. Dirigida a la región de Arequipa. Pensado a partir del sexto año.	Se planea lanzar, pasado el quinto año, cervezas fabricadas a base de hojas de Bambú, en la región de Arequipa.

3.5.2. Estrategias Competitivas

AMBITO COMPETITIVO	En toda la industria <i>(mercado amplio)</i>		
	Solo en un segmento <i>(nicho de mercado)</i>		<p>Enfoque en diferenciación</p> <p>Personas entre 30 - 46 años, con problemas en el tracto intestinal que nuestro producto, con beneficios en la digestión, pueda ayudarlos en su proceso de mejora.</p>

- El modelo ampliado de Treacy - Wiersema
- Selección de estrategias: rutas estratégicas (Reloj Estratégico de Bowman)

Figura 1 Reloj estratégico de Bowman



NO - HÍBRIDO: Debido a que es un producto nuevo debemos construir una percepción de alto valor enfocando sus beneficios, sobre la salud estomacal e intestinal, mediante las diferentes estrategias de marketing, ofertándolo a un precio de venta competitivo promedio en el mercado.

IV. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Etapa introductoria

4.1.1. Idea de negocio

Figura 2 Logo empresa



Nuestra empresa se dedica a la elaboración y comercialización de una infusión hecha de hojas de bambú, la cual proporciona una gran variedad de beneficios, los cuales detallamos algunos a continuación:

- Ayuda a combatir las úlceras gástricas crónicas.
- Posee efectos desintoxicantes, antibacterianos y antimicrobianos.
- Protege y reconstruye las células fortaleciendo el tejido conectivo, ideal para las personas que sufren de cáncer.
- Fortifica los huesos.
- Acelera la cicatrización de heridas.
- Favorece la regeneración del colágeno en la piel, manteniéndola sana, humectada, brillante y disminuyendo la presencia de arrugas.
- Refuerza las uñas y el cabello.
- Favorece la reducción de grasa corporal, produciendo la pérdida de peso, etc.

Algunos de estos beneficios podrán encontrarlos en las infusiones más comunes del mercado, que son: el té, la manzanilla, el té verde, el anís, entre otras. Sin embargo, no existe una sola infusión que contenga todas las bondades de nuestro producto.

Podríamos considerar que de todas estas infusiones la que más se asemeja a nuestro producto es el té verde y, actualmente es la única infusión de más alcance al público.

Bambú Tea irá dirigido a aquellas personas que buscan un estilo de vida sana y desean mantener una dieta y alimentación balanceada, que residan Lima Moderna y se encuentren dentro de los niveles socioeconómicos A y B.

Para la comercialización del producto utilizaremos el canal indirecto corto, el cual tendrá como intermediarios a los supermercados, minimarkets, tiendas por conveniencia y bodegas.

Contaremos con una página web a través de la cual nuestros clientes podrán obtener información del producto y recibir un servicio de post venta.

Para la identificación de las necesidades, gustos y preferencias de nuestro público objetivo realizaremos un estudio de mercado.

4.2. Necesidad de información

Tabla 14 Necesidad de información

Listado de información	¿Dónde se puede obtener?	¿Qué usos se le dará?
Público objetivo	Lima Moderna (CPI, 2021)	Estimación de la demanda
Conocimiento de nuestro público objetivo sobre nuestro producto	Estudio de mercado/ encuestas	Plan de marketing
¿Con qué frecuencia realiza la compra?	Estudio de mercado/ encuestas	Estimación de la demanda
¿Qué presentación del té comprarían más?	Estudio de mercado/ encuestas	Plan de marketing
Precio promedio que estarían dispuestos a pagar	Estudio de mercado/ encuestas	Plan de marketing
Propiedades valoradas por el cliente	Estudio de mercado/ encuestas	Plan de marketing

4.3. Definición del problema

Inexistencia de empresas en Lima Moderna que se dediquen a la elaboración y comercialización de una infusión filtrante hecha de hojas de bambú.

4.4. Necesidad

Las personas de nuestro público objetivo buscan nuevas opciones de infusiones que resulten beneficiosas para su salud y no encuentran en el mercado una con las mismas características que presenta BAMBÚ TEA.

4.5. Objetivos de la investigación

4.5.1. Objetivo general

Fijar las necesidades, gustos y preferencias de nuestro público objetivo al comprar una infusión y determinar la demanda actual de la infusión hecha a base de hojas de bambú.

4.5.2. Objetivos específicos

- Conocer los atributos que valora nuestro público objetivo al comprar una infusión
- Conocer la frecuencia de compra.
- Determinar un precio promedio.
- Obtener información para desarrollar la estimación de ventas.
- Elaborar un plan de marketing para satisfacer las necesidades de los clientes.

4.6. Diseño de la investigación y fuentes de datos

El tipo de diseño utilizado es el exploratorio y se utilizaron las siguientes herramientas: información de internet, encuestas y entrevistas de profundidad.

Tabla 15 Diseño de la investigación y fuentes de datos

Elemento	Desarrollo
Fuentes	<p><u>Secundarias:</u> Búsqueda de la información en internet.</p> <p><u>Primarias:</u> Realizó encuestas y entrevistas de profundidad.</p>
Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas de profundidad
Diseño de la muestra	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Encuestas:</u> Se desarrollarán 100 encuestas a mujeres y hombres que residen en Lima Moderna. • <u>Entrevistas de profundidad:</u> Entrevistaremos a 5 personas que vivan en Lima Moderna y se preocupen por mantener un estilo de vida sana.

4.7. Diseño de la muestra

En esta fase del proyecto se definirá el tamaño de la muestra y el procedimiento de selección.

Tabla

Técnica	Herramienta	Tamaño mínimo de la muestra
Cuantitativa	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Definir el tamaño mínimo de la muestra. • 100 encuestas.
Cualitativa	Entrevistas de profundidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco personas. • Representen a nuestro Buyer persona.

4.8. Tamaño de la muestra

4.8.1. Población total

La población de Lima Moderna, que está conformada por un total de 1'493,500 habitantes.

4.8.2. Público objetivo

La población que viva en Lima y pertenezca a los niveles socioeconómicos A y B, conformada por 1'032,009 habitantes.

Figura 3 Público objetivo NSE

**LIMA METROPOLITANA 2021:
ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA
DE LA POBLACIÓN POR ZONAS
GEOGRÁFICAS**
Cuadro N°11

Zonas	Distritos	Población		Estructura NSE (% horizontal)			
		Miles	%	AB	C	D	E
Lima Norte	Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,694.1	24.8	21.3	44.9	27.9	5.9
Lima Centro	Breña, La Victoria, Lima, Rimac, San Luis	862.7	7.9	27.5	47.4	19.5	5.6
Lima Moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,493.5	13.7	69.1	24.1	5.7	1.1
Lima Este	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,000.5	18.3	16.2	47.3	23.1	6.8
Lima Sur	Chorrillos, Lurin, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,882.4	17.3	16.3	53.0	23.8	6.9
Callao	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mí Perú, Ventanilla.	1,130.1	10.4	20.0	49.2	24.3	6.5
Balneario	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa.	155.2	1.4	10.7	55.4	29.5	4.4
Total Lima Metropolitana		10,884.5	100.0	26.0	45.0	23.4	5.6

4.8.3. Estimación de Mercado Disponible (TAM):

Figura 4 Estimación TAM

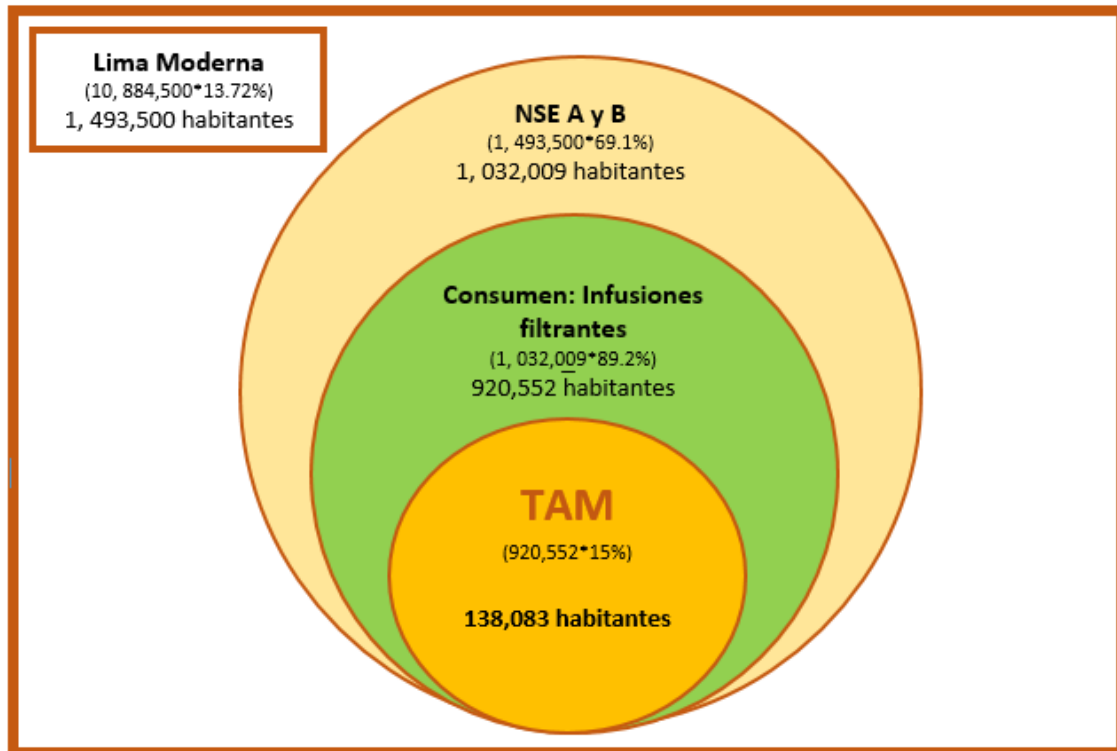


Tabla 16 Estimación mercado

Infusión BAMBÚ TEA	
Lima Metropolitana	10,884,500
Lima Moderna	1,493,500
NSE A y B	1,032,009
Consumen infusiones filtrantes	920,552
TAM	138,083

4.8.4. Aplicación de fórmula de muestra

Tabla 17 Aplicación de fórmula de muestra

Parámetro	Insertar Valor
N	920,552
Z	1.96
p	50%
q	50%
e	10%

$n = 884,098.14 / 8,840.97$
n = 100

Elaboración propia

4.9. Recolección de datos

4.9.1. Investigación cuantitativa

Para la investigación cuantitativa elaboraremos una encuesta de 12 preguntas, la cual nos permitirá medir objetivamente el resultado y determinar la efectividad del producto.

Figura5 Encuesta Té de bambú – Google Forms



ENCUESTA - TÉ DE BAMBÚ

Muy buen día estimado encuestado(a):

Somos alumnos de la Universidad Científica del Sur - Facultad de Ciencias Empresariales y, a través de este estudio de mercado buscamos obtener información que nos permita validar si el proyecto que tenemos asignado es viable. Nuestra propuesta es la siguiente: Elaboración y comercialización de un té hecho a base de hojas de bambú, marca "Bambú Tea".

De antemano nuestro team les agradece su tiempo y apoyo para el desarrollo de esta encuesta.

Acti
Ve a

Té hecho a base de hojas de bambú "Bambú Tea"



Acti
Ve a

1.- ¿Cuál es su nombre? *

 -

2.- ¿En qué rango de edad se encuentra? *

- Menos de 18 años a 23 años
- 24 años a 35 años
- 36 años a 45 años
- 46 años en adelante

3.- ¿Reside actualmente en algún distrito de Lima Moderna? *

Distritos de Lima Moderna: Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo.

- Sí
- No

4.- ¿Consumes infusiones de té? *

- Sí consumo
- No consumo

5.- ¿Qué prioriza al comprar un té? (Puede marcar más de una opción) *

- Calidad
- Precio
- Sabor
- Aroma
- Otros:

6.- De los diversos té que existen en el mercado ¿Qué sabor y/o aroma prefiere Ud.? (Puede marcar más de una opción) *

- Té puro
- Té, canela y clavo
- Té y un fruto añadido (naranja/ limón/ durazno/ manzana/ etc.)
- Té y menta
- Otros:

7.- ¿Qué presentación de té prefiere Ud.? *

- Caja de 20 unidades
- Caja de 25 unidades
- Caja de 30 unidades
- Caja de 50 unidades

- Caja de 100 unidades
- Otros:

8.- ¿Con qué frecuencia compra té? *

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Otros:

9.- ¿Conoce Ud. los beneficios que otorgan los té hechos a base de hojas de bambú? *

- Sí, conozco los beneficios
- Desconozco los beneficios

10.- ¿Considera que el té hecho a base de hojas de bambú le otorga más beneficios que los tradicionales? *

A continuación, le presentamos un listado con sus beneficios: Combate las úlceras gástricas crónicas, posee efectos desintoxicantes, antibacterianos y antimicrobianos. Protege también las células, fortalece el tejido conectivo, ayuda a mantener la piel sana, humectada, y brillante. Es ideal para disminuir las arrugas, fortalece los huesos, acelera la cicatrización de heridas internas y externas. Ayuda a reducir la grasa corporal, refuerza las uñas y el cabello; por último, ayuda a regenerar el colágeno en la piel.

- Sí lo considero
- No lo considero

11.- ¿Estaría dispuesto a pagar un monto mayor por un té que le ofrezca mejores beneficios que una infusión tradicional? *

- Tal vez
- No
- Sí

12.- Teniendo en cuenta que el té hecho a base de hojas de bambú presenta muchos beneficios para el organismo ¿Lo compraría? *

- Sí lo compraría
- No lo compraría

4.9.2. Investigación cualitativa

4.9.2.1. Entrevista de profundidad

En esta parte de la investigación desarrollamos entrevistas a profundidad, fueron realizadas vía zoom y Teams.

Se entrevistó a 5 personas que residen en Lima Moderna, que se encuentran en el rango de edades estimado en nuestro buyer persona y que consumen infusiones casi a diario.

Nuestro objetivo fue obtener resultados más detallados y así poder realizar el análisis de datos de los resultados.

4.9.2.2. Modelo de Entrevista a Profundidad

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Nombre:

Edad:

Distrito:

- 1.- *¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?*
- 2.- *¿Qué valora más al comprar una infusión?*
- 3.- *¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, brínden sus comentarios.*
- 4.- *Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?*
- 5.- *¿Compraría un té con un sabor adicional/ añadido? Si tu respuesta es Sí, ¿qué sabor prefieres?*
- 6.- *Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más té de los que compras usualmente?*
- 7.- *Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?*
- 8.- *Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?*
- 9.- *¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?*
- 10.- *Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.*

4.9.2.3. Nuestras entrevistas

Ficha Técnica	
Población	Amistades y familiares
Técnica	Entrevistas de profundidad
Tamaño de muestra	5 personas

Anexo 1

4.10. Procesar los datos

4.10.1. Análisis de los resultados

En este punto vamos a analizar los resultados de las encuestas realizadas a 100 personas.

Pregunta No. 1:

1.- ¿Cuál es su nombre?

100 respuestas

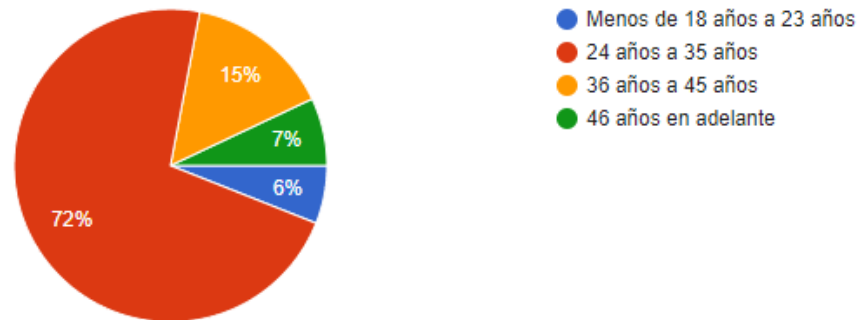
Astrid
Andrés
Renato Sánchez
Paty
Manuel
Kristell
Ana Cevallos
Olenka
Ivonne

Con esta pregunta logramos identificar el No de encuestados y sus nombres. Fueron 100 personas encuestadas las cuales equivalen al 100%.

Pregunta No. 2:

2.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

100 respuestas

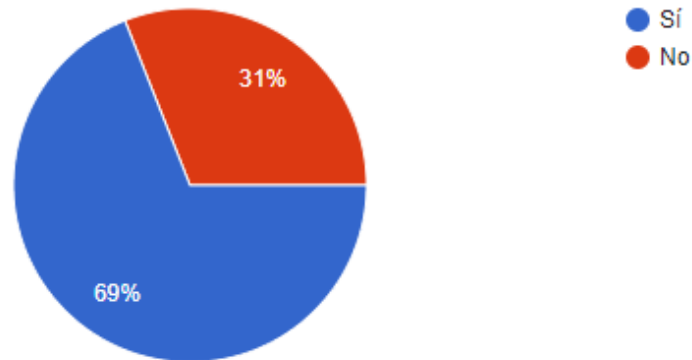


Del total de encuestados, el 87% pertenece a nuestro público objetivo, considerando el 72% de encuestados tiene edades de 24 años a 35 años y el 15% de personas encuestadas con rango de edades de 36 años a 45 años, lo cual nos resulta bastante favorable para nuestro estudio de mercado.

Pregunta No. 3:

3.- ¿Reside actualmente en algún distrito de Lima Moderna?

100 respuestas

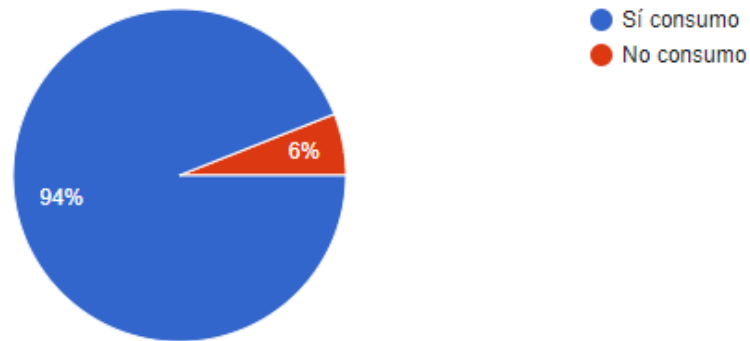


Del 100% de encuestados, el 69% de nuestros encuestados residen en diferentes distritos de Lima, lo cual permitirá tener un resultado más preciso y enfocado en las preferencias y necesidades de los consumidores de nuestro público objetivo.

Pregunta No. 4:

4.- ¿Consume infusiones de té?

100 respuestas

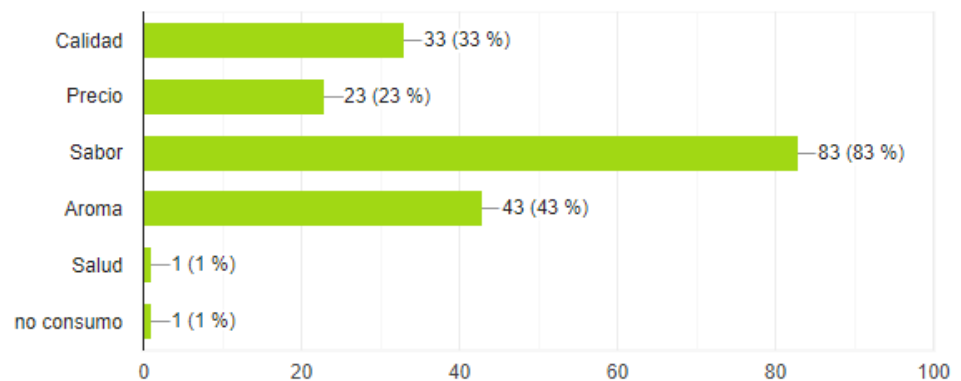


Del total de encuestados, el 94% indicó que sí consume infusiones de té, lo cual es bastante bueno para recibir una información más precisa sobre las preferencias de los clientes.

Pregunta No. 5:

5.- ¿Qué prioriza al comprar un té? (Puede marcar más de una opción)

100 respuestas

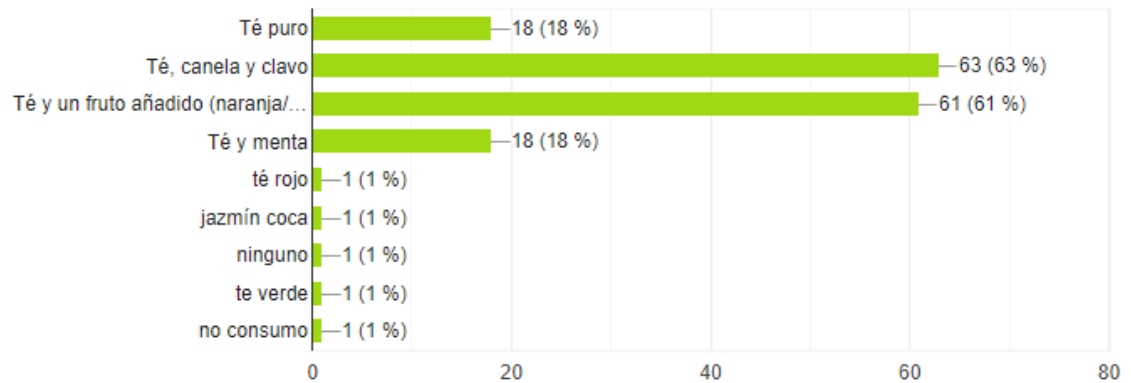


Del 100% de encuestados, en esta pregunta pudimos evidenciar que los consumidores anteponen el sabor de la infusión con un 83% y, seguido de eso, el aroma con un 43%.

Pregunta No. 6:

6.- De los diversos té s que existen en el mercado ¿Qué sabor y/o aroma prefiere Ud.? (Puede marcar más de una opción)

100 respuestas

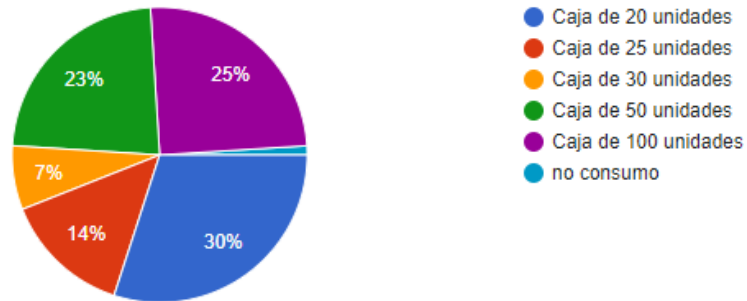


De los diversos té s que existen en el mercado, el 63% prefiere el té de canela y clavo y el 61% el té más un fruto añadido, con esto se logra evidenciar que nuestros encuestados prefieren el sabor y aroma de lo tradicional; así como lo frutal.

Pregunta No. 7:

7.- ¿Qué presentación de té prefiere Ud.?

100 respuestas

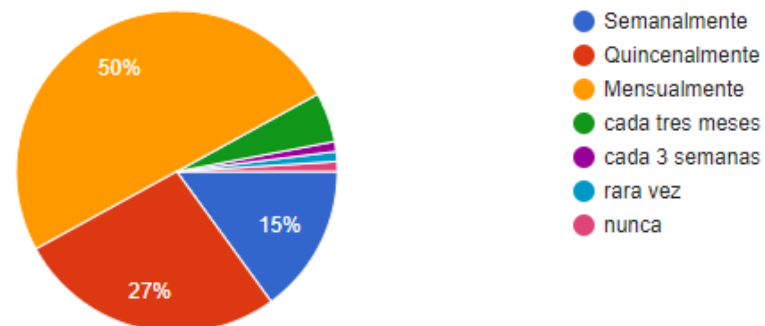


Según la población encuestada, las presentaciones de su preferencia son la caja de 20 unidades con un 30%, la caja de 100 unidades con un 25% y la caja de 50 unidades con un 23%. Este dato nos resulta relevante para la determinación de las presentaciones de Bambú Tea.

Pregunta No. 8:

8.- ¿Con qué frecuencia compra té?

100 respuestas

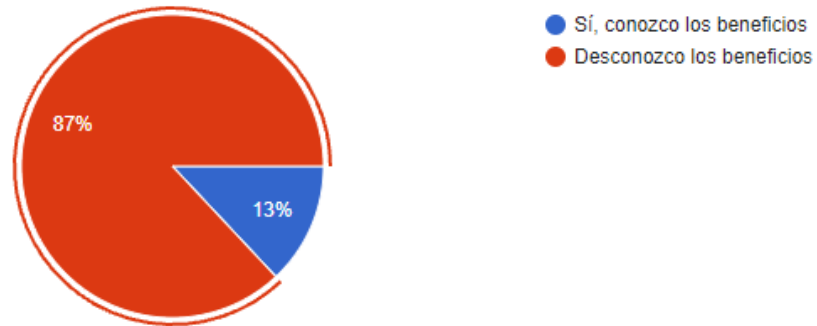


Del total de la población encuestada, el 50% compra té mensualmente, el 27% quincenalmente y el 15% semanalmente. Con esto determinados que el consumo de infusiones es alto, lo cual resulta favorable para nosotros.

Pregunta No. 9:

9.- ¿Conoce Ud. los beneficios que otorgan los té hechos a base de hojas de bambú?

100 respuestas

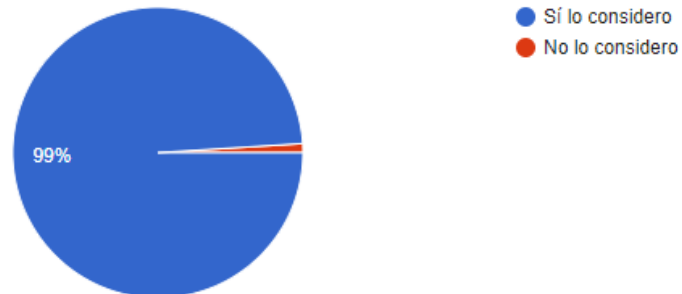


Del 100% de encuestados, sólo el 13% conoce los beneficios que otorga nuestro producto; por lo tanto, será muy difícil que lo compren sólo con tenerlo al alcance, en un supermercado, minimarkets, bodega o tienda por conveniencia; es por eso que debemos hacer ahínco a la promoción del producto para darlo a conocer y resaltar sus beneficios.

Pregunta No. 10:

10.- ¿Considera que el té hecho a base de hojas de bambú le otorga más beneficios que los tradicionales?

100 respuestas

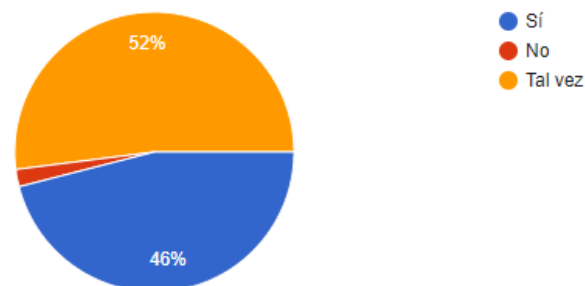


En base al total de encuestados, el 99% considera que el té hecho a bases de hojas de bambú le otorga más beneficios que los tradicionales; esto es un punto a favor súper importante, ya que una vez que lo conozcan hay una alta probabilidad de que lo compren.

Pregunta No. 11:

11.- ¿Estaría dispuesto a pagar un monto mayor por un té que le ofrezca mejores beneficios que una infusión tradicional?

100 respuestas



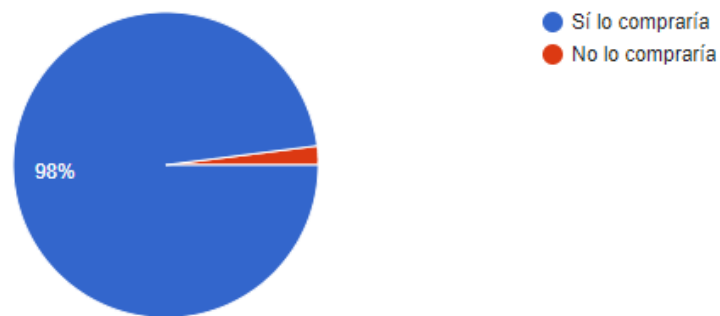
Según la población encuestada, el 46% estaría dispuesto a pagar un monto mayor por un té como el nuestro y un 52% tal vez estaría dispuesto, esto es muy favorable para nosotros ya

que de costar más que un té tradicional lo comprarían por las características y beneficios del mismo.

Pregunta No. 12:

12.- Teniendo en cuenta que el té hecho a base de hojas de bambú presenta muchos beneficios para el organismo ¿Lo compraría?

100 respuestas



Del total de encuestados, el 98% compraría nuestro producto porque presentan muchos beneficios para el organismo. Otro punto a favor para nosotros.

V. PLAN DE MARKETING

5.1. Introducción

A través de este trabajo pretendemos desarrollar un plan de marketing que permita posicionarnos en la mente del consumidor de Lima Moderna, de las edades de 24 años a 45 años, ofreciendo un bien novedoso y de calidad para satisfacer las necesidades de nuestro público objetivo.

Daremos a conocer las etapas que aplicaremos para incrementar las ventas, generar mayor ingreso y rentabilidad de nuestra empresa.

5.2. Mercado objetivo

A través de la información proporcionada por CPI, ubicamos a nuestro público objetivo.

Mercado Objetivo: Mujeres y hombres de Lima Moderna de los niveles socioeconómicos A y

B.

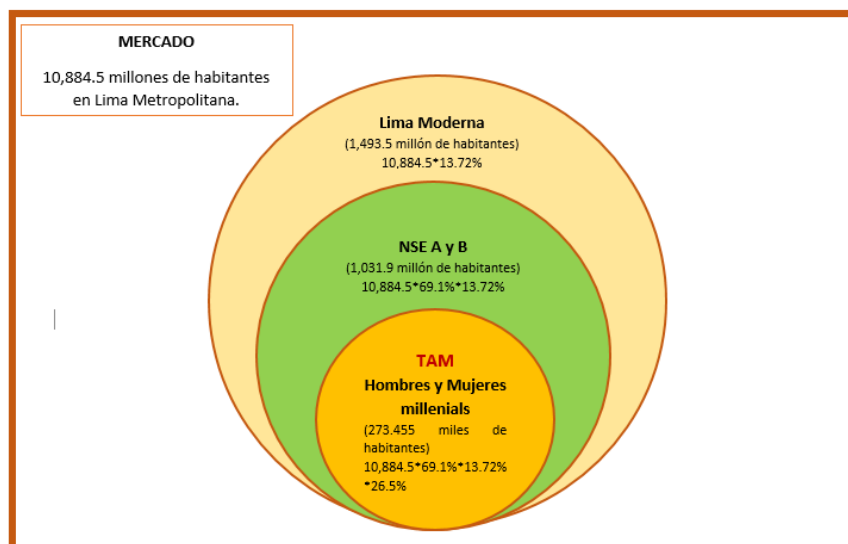
Figura 6 Estructura socioeconómica

**LIMA METROPOLITANA 2021:
ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA
DE LA POBLACIÓN POR ZONAS
GEOGRÁFICAS**
Cuadro N°11

Zonas	Distritos	Población		Estructura NSE (% horizontal)			
		Miles	%	AB	C	D	E
Lima Norte	Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,694.1	24.8	21.3	44.9	27.9	5.9
Lima Centro	Breña, La Victoria, Lima, Rímac, San Luis	862.7	7.9	27.5	47.4	19.5	5.6
Lima Moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,493.5	13.7	69.1	24.1	5.7	1.1
Lima Este	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,666.5	24.5	16.2	47.9	29.1	6.8
Lima Sur	Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,882.4	17.3	16.3	53.0	23.8	6.9
Callao	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1,130.1	10.4	20.0	49.2	24.3	6.5
Balneario	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	155.2	1.4	10.7	55.4	29.5	4.4
Total Lima Metropolitana		10,884.5	100.0	26.0	45.0	23.4	5.6

Ilustración IAPEIM - Estructura socioeconómica 2020 Elaboración: Departamento de estadística - Fuente: CPI, 2021

Cálculo del público Objetivo. Elaboración propia.



5.3. Problemas y oportunidades

5.3.1. Problemas

- Las personas no conocen los beneficios del Bambú.
- Desconocimiento de la existencia del té hecho a base de hojas de bambú.
- Desconocimiento de nuestra empresa y marca.
- No estar alineados con el equipo de ventas.
- Que no exista una capacitación constante a nuestros colaboradores.
- Que se presenten errores en el análisis de datos.
- Falta de tiempo para culminar actividades.

5.3.2. Oportunidades:

- Los millenials buscan siempre tener una vida saludable.
- Los millenials buscan siempre verse y sentirse bien.
- Mercado cambiante.
- Existencia de las redes sociales para la promoción de nuestro producto.
- Ofrecer más de un sabor y aroma del producto.

5.4. Objetivo del plan de marketing

Como objetivo de marketing buscamos que nuestro producto “BAMBÚ TEA” sea una marca reconocida en el mercado de las infusiones filtrantes dentro de nuestro público objetivo; evolucionando el Ventas de la empresa proyectada a 5 años con un crecimiento anual del 15%.

5.5. Estrategia de marketing

Nuestra estrategia de marketing se realizará de acuerdo al objetivo planteado. Para que “BAMBÚ TEA” sea una marca reconocida en el mercado de infusiones filtrantes nos enfocaremos en la publicidad del bien a través de Facebook, Instagram, Twitter; así como en la promoción de marca en nuestros puntos de venta. Con respecto a la evolución del Ventas, alcanzar las ventas propuestas del año 1 al año 5 con un crecimiento del 15%.

- Público Objetivo: Mujeres y hombres entre 24 a 45 años que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A y B que residan en Lima.
- Posicionamiento
 - a) **Branding**, identidad de nuestra marca (Personalidad e imagen):

Partiendo de nuestro objetivo de marketing, nuestra marca pretende ser la de mayor reconocimiento en el mercado; es por esto que gracias a la gran variedad de beneficios y las características propias del producto, buscamos que nuestro público objetivo la asocie como una marca única en el mercado, innovadora, que transmita bienestar, salud y felicidad.

- Línea de Productos: Como lanzamiento, actualmente estamos ofreciendo 3 sabores y aromas de té hecho a base de hojas de bambú que son los siguientes: Té de bambú (tradicional), té de bambú con naranja y el té de bambú con manzana y canela.

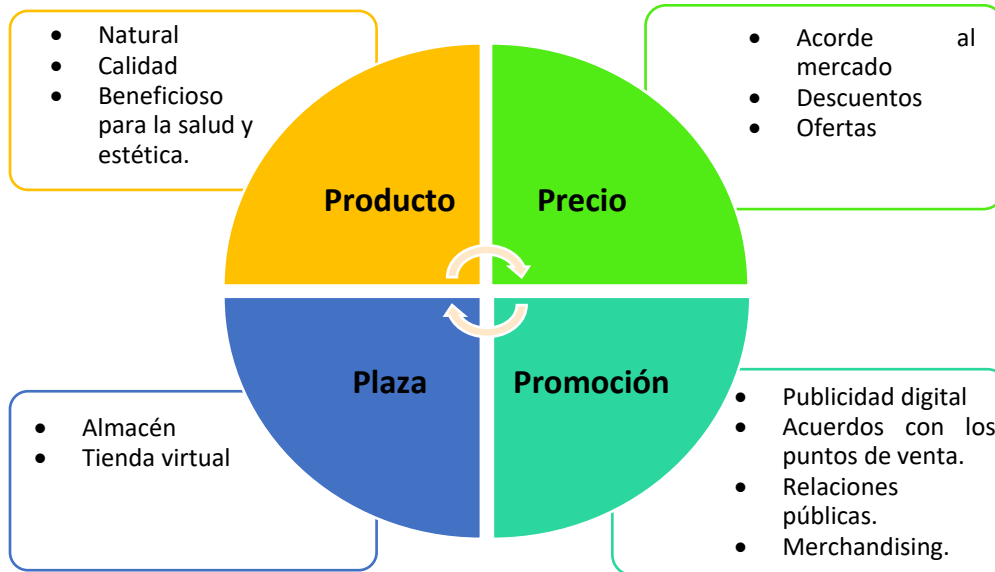
Con el fin de mantener satisfechos a nuestros clientes optamos por lanzar más de una opción al mercado y estaremos siempre atentos a los cambios que se suscitan en el mismo para ampliar y mejorar nuestros productos.

- a) Precio:** El precio está dentro del promedio, a comparación de las infusiones filtrantes con características similares. La caja de 20 sobres tendrá los siguientes precios:
- Té de bambú (tradicional): 9.00 soles
- Té de bambú con naranja: 10.00 soles
- Té de bambú con manzana y canela: 12.00 soles
- b) Entrega:** Nuestros clientes realizarán sus compras directamente en los puntos de venta.
- c) Fuerza de ventas:** Se realizarán acuerdo con los puntos de venta para la promoción de la marca.
- d) Servicios:** Ofreceremos un servicio post venta a través de nuestra página web, esto con el fin de recepcionar las dudas, consultas y reclamos de nuestros clientes para así, mejorar nuestro producto y servicio día a día.
- e) Publicidad:** Se realizará a través de Facebook, Instagram, Twitter (redes sociales) y en nuestra página web.
- f) Promoción de ventas:** Ofreceremos promociones y descuentos con el fin de hacer atractiva la compra y fidelizar a nuestros clientes.

- **Diferenciación:** Si bien es cierto, todas las infusiones que existen en el mercado son naturales y proporcionan beneficios para la salud; sin embargo, el té hecho a base de hojas de bambú contiene una gran variedad de propiedades particulares que no sólo aportan a la salud, sino también a la estética y nos ayudan a sentirnos y vernos bien. Sus características se acomodan a lo que busca nuestro público objetivo. Adquirir una infusión como ésta no es tan fácil, ya que las marcas comerciales no ofrecen una sola infusión que junte todos estos beneficios y, las empresas que lo venden no se encuentran a la vuelta de la esquina, como en supermercados o tiendas, por ejemplo. Es por eso que la infusión hecha a base de hojas de bambú “Bambú Tea” tiene como valor diferencial, primero: las características en sí del producto y, segundo: que será único en el mercado de las infusiones comerciales.

5.6. Tácticas de marketing

Tabla 14 Marketing Mix



- **Producto:** “BAMBÚ TEA”, es una infusión hecha a partir de hojas de bambú, 100% natural que otorga una variedad de ventajas para la salud y estética, lanzaremos al mercado 3 sabores y aromas, que son: el té de bambú tradicional, el té de bambú con naranja y el té de bambú con manzana y canela.

Nuestro propósito es que la infusión hecha a base de hojas de bambú se diferencie de las infusiones tradicionales que existen actualmente en el mercado, ya que ninguna otra infusión proporciona todos los beneficios que otorga Bambú Tea. Esto llamará mucho la atención de nuestro público objetivo ya que suelen preocuparse mucho por verse y sentirse bien.

- **Precio:** El precio está acorde al de las infusiones filtrantes con características similares que se encuentran actualmente en el mercado y nuestro público objetivo está dispuesto a

pagar el precio establecido debido a los beneficios que otorga nuestro té. También lanzaremos descuentos, ofertas y promociones, los cual les resulta bastante tentativo.

- **Plaza:** La empresa contará con un almacén desde donde se distribuirá nuestro bien a los más conocidos supermercados, minimarkets, tiendas por conveniencia y bodegas.
- **Promoción:** Ofreceremos promociones y descuentos especiales que serán lanzados en redes sociales y nuestra página web. Se realizarán acuerdos con los puntos de venta para la contratación de anfitrionas y la realización de actividades que promuevan la venta. Atracción de clientes a la marca a través de merchandising.

Figura 7 Merchandising



5.7. Plan de ventas

Puesto en marcha el negocio, implementaremos nuestro plan de marketing tomando en cuenta el cuadro de evolución de ventas de la empresa que se trazó en 5 años. Esto con el fin

de evidenciar si se está dando lo planteado dentro de las estrategias antes expuestas o; de lo contrario se deberá aplicar un nuevo plan de marketing.

Figura 8 Plan de ventas

		Evolución del volumen de ventas de la empresa					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TAM		552,332	579,949	608,946	639,393	671,363	704,931
			SOM				SAM
			9.52%				13.67%
			55,233				96,360
Volúmenes de venta anual de la empresa			55,233	63,518	73,046	84,002	96,603

Crecimiento anual de las ventas del mercado	5%
Crecimiento anual de las ventas de la empresa	15%

Figura 9 Estimación de la cantidad anual vendida (Año 1 y año 5)

ESTIMACION DE LA CANTIDAD ANUAL VENDIDA (Año 1 y año 5)						
Ventas diarias		Tiempo efectivo/ año		Ventas anuales		
151	cajas día	365	días año	55,233	cajas año	Año 1
264	cajas día	365	días año	96360	cajas año	Año 5

VI. PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones detallará cuáles son las metas, estrategias, proceso de las actividades desde la selección de proveedores hasta tener el producto final, la localización, tamaño de la planta y distribución, para poder explicar con mayor detalle, elaboraremos flujogramas que serán analizados según corresponda.

6.1. Objetivos de operaciones

- Contar con 3 proveedores que nos garanticen calidad, eficiencia y seguridad en sus productos para el primer trimestre del año 2022.
- Reducir los costes al 20% mediante una adecuada gestión de inventarios en productos terminados en el año 2022.
- Optimizar los tiempos de entrega de nuestros productos en un 20% para el primer trimestre del año 2022.
- Cumplir los requisitos establecidos de calidad y seguridad de nuestros productos.
- Realizar procedimientos para llevar controles de calidad en la producción del producto desde el ingreso de la materia prima hasta el proceso donde se produce el producto final.

6.2. Estrategias

- Realizar la matriz de “evaluación de proveedores” para definir los que más se adecuen a las políticas de la empresa.
- Aplicaremos la metodología del “Modelo de Wilson - EOQ” en el área logística, la cual consiste en realizar que no generar situaciones de sobre stock, también nos ayudara para

llevar un control de los productos a solicitar y no generar un sobre stock.

- Se realizará mediante la implementación de una herramienta dentro de nuestra página web, en donde el cliente pueda realizar el seguimiento a su pedido.
- Garantizar que el producto final salga en óptimas condiciones.

6.3. Abastecimiento

Nuestros insumos proceden de la sierra central, del departamento de Junín. Por ello, la coordinación directa y estratégica con el proveedor, permitiendo el abastecimiento permanente de insumos para la producción.

6.3.1. Compras insumos y materiales

Para el área de compras se contará con un documento de los procedimientos que apoye con las actividades y con las personas responsables de su gestión.

Tabla 18 Compras de insumos y materiales

Actividad	Detalle	Encargado	Registro
Identificación de necesidad	Coordinación con el área de operaciones y comercial para determinar la cantidad a comprar.	Asistente	Reporte de materia prima e insumos
Identificación de proveedores	Proveedores y contactos para consultar disponibilidad de productos a ser adquiridos	Asistente	Relación de prospectos
Evaluación de cotizaciones	Preparación de expediente de compra de materia prima e insumos	Asistente	Expediente de compras
Evaluación de propuestas	Revisión y análisis de las propuestas de compra y cotización de precios	Gerente	Aprobación
Emisión de orden de compra	Ingreso y registro de la orden de compra	Asistente	Orden de compra

Elaboración propia

6.3.1.1. Necesidades de compra

La adquisición se desarrollará bajo la determinación de un inventario. El stock, la prevención y seguridad del producto serán también parte del

proceso, lo cual permitirá llegar en las condiciones adecuadas que no puedan afectar la línea de la producción. Por último, la orden de compra será registrada bajo un sistema exclusivo de la empresa.

Tabla 19 Necesidades de compra

Descripción	UND	Cantidad
Hojas de bambú	KG	100
Papel filtro	UND	3000
Papel envoltura	UND	3000
Canela	KG	10
Manzana	KG	15
Naranja	KG	15
Caja chica	UND	200
Caja grande	UND	100

Elaboración propia

6.3.1.2. Búsqueda de proveedores

Se evaluará 3 potenciales proveedores de materia prima hojas de bambú y bolsitas de filtrantes, según las cotizaciones recibidas de cada proveedor.

Figura 10 Cotización proveedores Bambú

COTIZACION PROVEEDORES																			
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y DE BAMBU EN LA ZONA DE BARRIOS. Ruc: 20529841141 Dirección: Vicente Cárdenas Huamán Piura Celular: 976115882 / 073-830114 E-mail: appaagropbarrios@gmail.com		 Ruc: 20486378841 CENTRAL ASHANINKA DEL RIO TAMBO Dirección: Francisco tirado, 227, Urb. Jorge Chávez - Junín Celular: 969690058 E-mail: iambeto2@hotmail.com																	
Señor: BAMBU TEA SAC Fecha: 20 septiembre, 2021 COTIZACION 00012- 2021		COTIZACION 0100- 2021																	
Por intermedio de la presente, nos es grato dirijirnos a ustedes, con la finalidad de hacerles llegar la presente cotización con precios unitarios expresados en Soles (S/.)																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>KG</th> <th>Costo Unitario con IGTV</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas de bambu frescas</td> <td>200</td> <td>40.00</td> <td>8.000.00</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> No incluye envío. 	DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL	Hojas de bambu frescas	200	40.00	8.000.00	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>KG</th> <th>Costo Unitario con IGTV</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas de bambú frescas</td> <td>200</td> <td>37.00</td> <td>7,400.00</td> </tr> </tbody> </table> No incluye envío.			DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL	Hojas de bambú frescas	200	37.00	7,400.00
DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL																
Hojas de bambu frescas	200	40.00	8.000.00																
DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL																
Hojas de bambú frescas	200	37.00	7,400.00																

COTIZACION PROVEEDORES											
 FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE EIRL. Ruc: 20601315930 Dirección: Fundo la finca km. 3.5 Sector Rafael Gastelua S/N Satipo, Junín Celular: 964768799 / 945643405 E-mail: gerencia@forestbambu.com forestbambu@yahoo.es											
COTIZACION 0210450- 2021											
Señor: BAMBU TEA SAC ROSSELI CORREA		Fecha: 27 Septiembre, 2021 Email: gerencia@forestbambu.com Facebook: Forestbambú Perú									
Por intermedio de la presente, nos es grato dirijirnos a ustedes, con la finalidad de hacerles llegar la presente cotización con precios unitarios expresados en Soles (S/.)											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>KG</th> <th>Costo Unitario con IGTV</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas de bambu frescas</td> <td>200</td> <td>35.5</td> <td>7100.00</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> No incluye envío. <p>Características : hojas frescas cosechadas un día antes de ser trasladadas.</p> <p>Lugar de entrega : la entrega se realizará previa coordinación con el área usuaria.</p> <p>Depósito : 475 35532675048 (Banco de Crédito) 00247513553267504823 (CCI Banco de Crédito)</p>	DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL	Hojas de bambu frescas	200	35.5	7100.00			
DESCRIPCIÓN	KG	Costo Unitario con IGTV	TOTAL								
Hojas de bambu frescas	200	35.5	7100.00								

Figura 11 Cotización proveedores Bolsas filtrantes

COTIZACION PROVEEDORES		
BOLSITAS FILTRANTES BIOGRADABLES SAC	PERUFLEX S.A.C.	FILTRANTES PERUANOS E.I.R.L.
 <p>Bolsita filtrante circular de papel filtro</p> <p>Medidas: 6,4 x 6 cm y 7,4 x 7 cm. Composición: Papel filtro biodegradable, hilo de algodón biodegradable. Food grade. Color: Blanco, natural Modo de uso: Llene la bolsita, jale los hilos y listo. Necesita selladora: No, es opcional.</p> <p>☞ Filtra todo: hierbas, flores, trozos de frutas, semillas, cáscara y otros; enteros, picados y molidos. ☞ Si filtra polvos y molidos finos.</p> <p>Precios: S/ 15.00 --> 50 unidades S/ 21.00 --> 100 unidades S/ 100.00 --> 500 unidades (S/ 20,00 el ciento) S/ 190.00 --> 1 Millar (S/ 19,00 el ciento) S/ 900.00 --> 5 Millares (S/ 18,00 el ciento)</p>	 <p>Bolsita filtrante de fibra de maíz</p> <p>Medidas: 6x7 cm, 6.4x8 cm Precios: S/18.00 - 50 unidades S/28.00 - 100 unidades S/135.00 - 500 unidades S/260.00 - 1 Millar S/ 1,250.00 - 5 Millares</p>	 <p>Bolsita filtrante</p> <p>Medidas: 6x8 cm, 8 x 10 cm. Precios: S/16.00 -- 50 unidades S/22.00 -- 100 unidades S/105.00 --500 unidades</p>

6.3.1.3. Evaluación y selección de proveedores

Evaluamos 3 potenciales proveedores en donde revisamos factores importantes antes de seleccionar.

- **HOJAS DE BAMBÚ**

Tabla 20 Evaluación y selección proveedores – hoja de bambú

Factores Claves	PONDERADO	FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE EIRL		APPAGROP BARRIOS		KAPIRO RIO TAMBO	
		Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado
Precio	0.20	5	1.4	4	1	4	0.8
Calidad	0.24	5	1.2	4	0.48	4	1.5
Localización	0.18	4	0.45	2	0.42	3	0.75
Tiempo de entrega	0.20	4	1.0	3	0.36	4	1
Condición de pago	0.18	4	0.98	3	1.4	4	0.6
TOTAL	1.00		5.03		3.66		4.65

Puntuación: 5 - Muy buena 4 - Buena 3 - Regular 2 - Malo 1 Muy malo

Elaboración propia

De acuerdo con análisis presentado, el proveedor de la materia prima es FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE, debido a que tuvo como resultado 5,03, el puntaje más alto tal como se aprecia en la matriz.

El precio promedio del productor es de S/ 35.50 por kilogramo de hojas de bambú.

- **BOLSAS FILTRANTES**

Tabla 21 Evaluación y selección proveedores – bolsas filtrantes

Factores Claves	PONDERADO	YERBERITA PERU SAC		BOLSITAS FILTRANTES SAC		FILTRANTES DEL PERU SAC	
		Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado
Precio	0.20	5	1	4	1.5	4	0.4
Calidad	0.24	5	1.2	4	0.3	4	1.8
Localización	0.18	4	0.6	2	0.42	3	0.75
Tiempo de entrega	0.20	4	1.0	3	0.36	4	0.46
Condición de pago	0.18	4	0.98	3	1.4	4	0.69
TOTAL	1.00		4.78		3.98		4.1

Puntuación: 5 - Muy buena 4 - Buena 3 - Regular 2 - Malo 1 - Muy malo

Elaboración propia

De acuerdo con análisis presentado, el proveedor de las bolsas filtrantes es BOLSITAS FILTRANTES BIOGRADABLES SAC, debido a dar como resultado un mayor puntaje de 4,78 tal como se aprecia en la tabla. El precio promedio del productor es de S/ 15.00 por 50 unidades de bolsas filtrantes.

6.3.1.4. Proveedor seleccionado

Para las hojas de bambú trabajaremos con un proveedor del Departamento de Junín y los demás proveedores, quienes se ubican en Lima, proporcionarán la materia prima que requerimos para la elaboración del producto.

Figura 12 Proveedor bambú

Empresa	FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE EIRL	
Ruc	20601315930	
Ubicación	FUNDO LA FINCA KM. 3.5 SEC. RAFAEL GASTELUA (ANTIGUA CARRETERA A LA GRANJA SATIPO) JUNIN - SATIPO - SATIPO	
Trayectoria	Empresa con 5 años de experiencia en el mercado, iniciando actividades 01/07/2016.	
Capacidad de abastecimiento	Optima	
Condición de venta	Venta en mediano Volumen	
Condición de pago	Contado	
Participación de mercado	Abastece varias empresas	
Contacto	964768799/945643405	
Correo	gerencia@forestbambu.com	

Figura 13 Proveedor bolsas filtrantes

Empresa	BOLSITAS FILTRANTES BIOGRADABLES SAC	
Ruc	10450121466	
Ubicación	Calle Santa Teresa de Villa Mz 25 Lt 03, Chorrillos, Lima	
Trayectoria	Empresa con 9 años de experiencia en el mercado, iniciando actividades 05/11/2012.	
Capacidad de abastecimiento	Optima	
Condición de venta	Venta en mediano Volumen	
Condición de pago	45 días	
Participación de mercado	Abastece varias empresas	
Contacto	954-896-094	
Correo	Central@bolsitasfiltrantes.pe	

Figura 14 Proveedor de cáscara deshidratada de naranja y canela y canela entera

Empresa	CAMPO GRANDE PERU E.I.R.L	   <p>Cáscara de Naranja Deshidratada Manzana Deshidratada</p> 
Ruc	20601213657	
Ubicación	CAL.TEOFILO CASTILLO NRO. 771 URB. APOLO LIMA - LIMA - LA VICTORIA	
Trayectoria	Empresa con 5 años de experiencia en el mercado, iniciando actividades 26/07/2018.	
Capacidad de	Optima	
Condición de	Venta en mediano Volumen	
Condición de	15 días	
Participación	Abastece varias empresas	
Contacto	992-594-947	
Correo	ventas@campograndeperu.com	

Figura 15 Proveedor de cajas

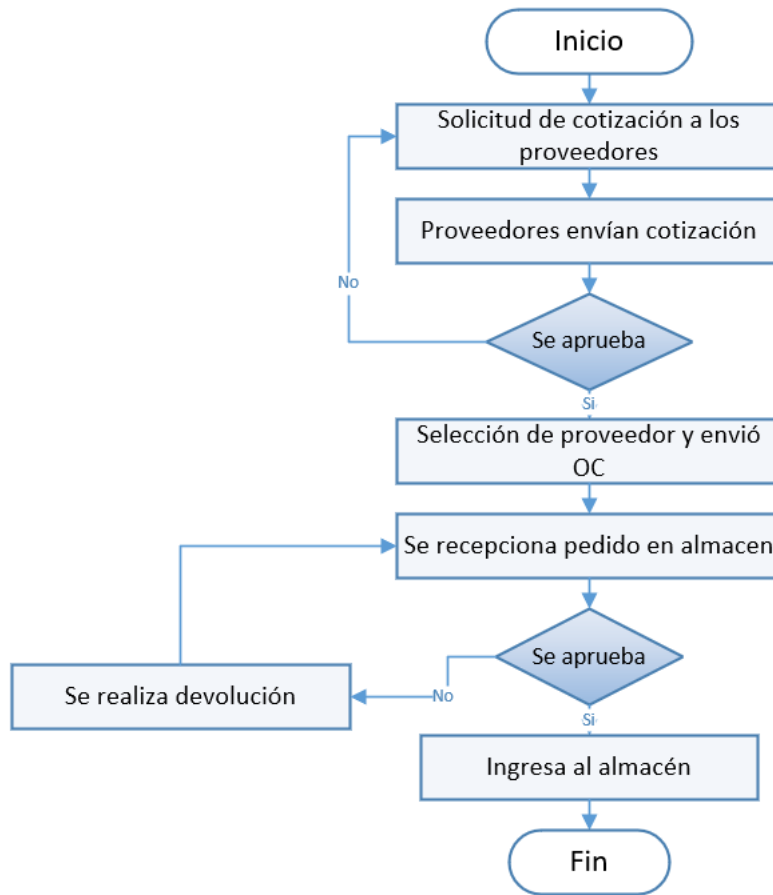
Empresa	PERUFLEX S.A.C	 
Ruc	20474505783	
Ubicación	AV. UNIVERSITARIA NRO. 636 URB. PANDO ET. CUATRO LIMA - LIMA - SAN MIGUEL	
Trayectoria	Empresa con 21 años de experiencia en el mercado, iniciando actividades 15/09/2000.	
Capacidad de	Optima	
Condición de	Venta en mediano Volumen	
Condición de	Contado	
Participación	Abastece varias empresas	
Contacto	7581028 – 998231825	
Correo	contacto@peruflex.pe	

6.3.1.5. Materialización de la compra

La necesidad de materias primas e insumos se dará en función del requerimiento de producción. Una vez seleccionados los proveedores nos contactaremos para realizar las coordinaciones correspondientes para la entrega de la materia prima en nuestra planta ubicada en Villa el Salvador. El proceso de entrega de materia prima, se realizará de acuerdo a las siguientes etapas:

- Contactar con el proveedor, para solicitar la cotización por la cantidad requerida.
- VB a la cotización por parte de gerencia.
- Se genera la Orden de compra.
- Se envía la orden al proveedor y se realiza las coordinaciones de entrega del requerimiento.
- Una vez el producto llegue a planta, se realiza la recepción y verificación, de no estar al 100% se procederá con la devolución.

Figura 16 Flujo proceso de compra



Elaboración propia

6.3.2. Gestión de inventarios

Para realizar la gestión de inventarios se registrará al stock mínimo de seguridad que debe de poseer el almacén para poder atender los requerimientos y circunstancias no previstas como el aumento de la producción, retraso de recepción de productos. Tendremos las siguientes consideraciones:

- Se llevará un control a través de un Kardex
- Verificar los productos finales realizando una evaluación que cumplan con el estándar de calidad y en orden de vencimiento de los productos.
- Control de inventarios en la que se registran todas las entradas y salidas del almacén todo producto dañado, se debe de descontarse del inventario.

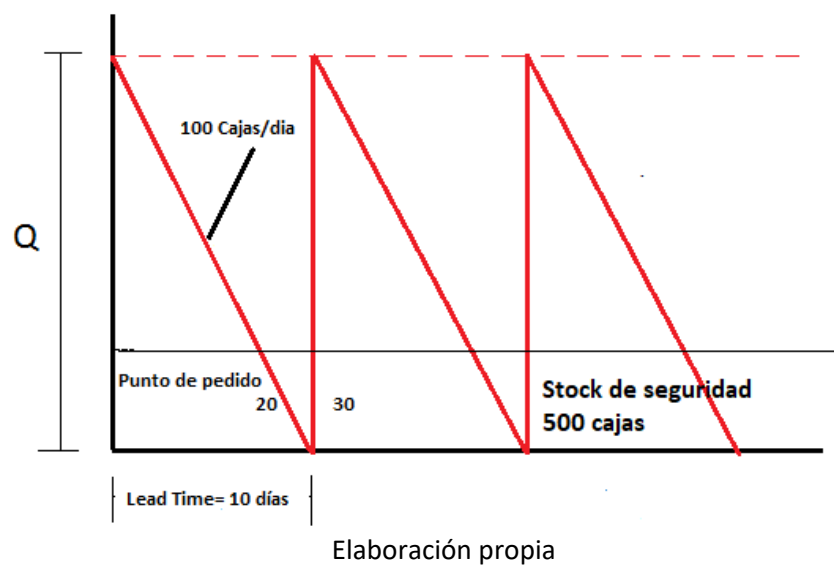
Figura 17 Registro de control de inventario

REGISTRO DE CONTROL DE INVENTARIO											
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE:						PERIODO:					
NIT:						NRC:					
NOMBRE, RAZON SOCIAL DEL PROVEEDOR:						NACIONALIDAD DEL PROVEEDOR:					
ARTICULO:				CODIGO:		DESCRIPCION:					
REFERENCIA RETACEO No.						FUENTE DE COMPRA LOCAL DE FECHA Y No.DE C.C.F:					
EXISTENCIAS MAXIMAS:						EXISTENCIAS MINIMAS:					
METODO:			ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
No.	FECHA	CONCEPTO	CANTIDAD	C. UNIT	COSTO TOTAL	CANTIDAD	C. UNIT.	COSTO TOTAL	CANTIDAD	C. UNIT.	COSTO TOTAL

6.3.2.1. Control de stocks

La empresa aplicara el modelo EOQ para llevar el control de stocks, se realizará un nuevo pedido cuando en el almacén llegue a 800 cajas 20 días después de iniciar el proceso de la producción. El plazo de entrega por parte del proveedor será de 10 días.

Figura 18 Control de stock



Tiempo de stock máximo = 30 días

Stocks Max: $Q = 100 \text{ cajas/día} \times 30 \text{ días} = 3000 \text{ cajas}$

Punto de pedido (P): Tasa de consumo * Tiempo de espera + stocks de seguridad

- Stocks de alerta (P) = $100 \times 10 + 500 = 1500 \text{ Cajas}$

Punto de pedido: Recepción de pedido – tiempo de espera

- Punto de pedido = $30 \text{ días} - 10 \text{ días} = 20 \text{ días}$

El número de cajas ya incluye los tres productos.

6.4. Producción

6.4.1. Ficha técnica del producto

El té de bambú proviene de las de las hojas de Guadua que se cultivan en Junín – Satipo, Perú. La infusión tendrá un color amarillo verdoso característico por las hojas que se van a procesar para el producto.

A continuación, se detallará las tres fichas técnicas de nuestros productos:

Tabla 22 Ficha técnica infusión de Bambú

Nombre	TE DE BAMBÚ	
Nombre Comercial	Bambu Tea	
Descripción del Producto	Bambu Tea es una infusión a base de hojas de bambu Guadua, que alivia trastornos respiratorios, rico en nutrientes, alto contenido en fibras y pocas calorías, favorece en estados de asma, rico en silicio, contiene propiedades anti inflamatorias y analgésicas debido al metanol	
Ingredientes	El producto contiene; 0.5gr de hojas de bambu. Envase de papel filtro sellado a presión	
Tratamiento de Conservación	El producto no tiene conservantes	
Empaque y Presentación	El producto se presenta envasado en papel filtro sellado, cada filtrante se encuentra individualmente envasado por una cubierta de papel. Los filtrantes se empaican en paquetes de cajas de 50 unidades cada uno.	
Instrucciones de Uso	Coloca una bolsita filtrante dentro de una taza. Vierte agua recién hervida. Deja reposar 2 a 3 minutos.	
Condiciones de Almacenamiento	Almacenar en un lugar fresco y seco. La temperatura de almacenamiento deberá estar entre 5°C y 35°C	
Vida Útil	El producto tiene una vida útil de 12 meses	
Contraindicaciones	No se recomienda su uso en caso de hipersensibilidad o alergia.	

Tabla 23 Ficha técnica infusión de Bambú con manzana y canela

TE DE HOJAS DE BAMBU CON SABOR A MANZANA	
Nombre	TE DE BAMBU CON MANZANA Y CANELA
Nombre Comercial	Bambu Tea
Descripción del Producto	Bambu Tea con hojas de bambu Guadua, que alivia trastornos respiratorios, rico en nutrientes, alto contenido en fibras y pocas calorías, favorece en estados de asma, rico en silicio, contiene propiedades anti inflamatorias y analgésicas debido al metanol
Ingredientes	Contiene; 0.5gr de hojas de bambu, 0.10gr de canela y 0.30gr de manzana. Envase de papel filtro sellado a presión
Conservación	Sin conservantes
Presentación	Caja de 25 unidades en bolsas de papel filtro.
Uso	Coloca una bolsita dentro de una taza. Vierte agua recién hervida. Deja reposar 2 a 3 minutos.
Almacenamiento	Conservar en un ambiente fresco y seco.
Duración	12 meses
Contraindicaciones	No se recomienda su uso en caso de hipersensibilidad o alergia.





Tabla 24 Ficha técnica infusión de Bambú con naranja

TE DE HOJAS DE BAMBU CON SABOR A NARANJA	
Nombre	TE DE BAMBU CON NARANJA
Nombre Comercial	Bambu Tea
Descripción del Producto	Bambu Tea con hojas de bambu Guadua, que alivia trastornos respiratorios, rico en nutrientes, alto contenido en fibras y pocas calorías, favorece en estados de asma, rico en silicio, contiene propiedades anti inflamatorias y analgésicas debido al metanol
Ingredientes	Contiene 0.5gr de hojas de bambu y 0.40gr de naranja. En vase de papel filtro sellado a presión
Conservación	No tiene conservantes
Presentación	Caja de 100 unidades en bolsas de papel filtro.
Uso	Coloca una bolsita dentro de una taza. Vierte agua recién hervida. Deja reposar 2 a 3 minutos.
Almacenamiento	Conservar en un ambiente fresco y seco.
Duración	12 meses
Contraindicaciones	No se recomienda su uso en caso de hipersensibilidad o alergia.



6.4.2. Selección del proceso

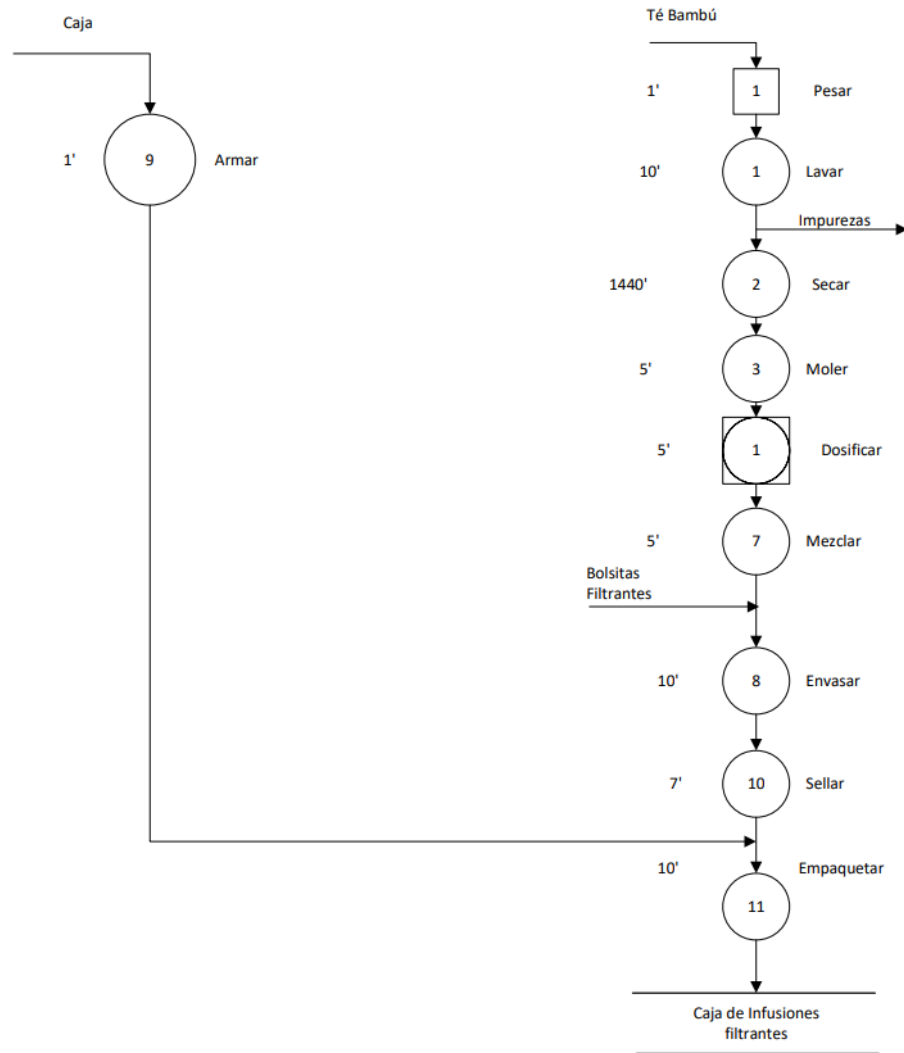
En el proceso de producción, se iniciará con la recepción de los materiales a usar hasta tener el producto final a continuación se describen los pasos a seguir:

- **Recepción:** Los proveedores realizarán las entregas de los insumos previas coordinaciones con el área de compras. Las hojas de bambú, naranja, manzana, va a depender muchos de la producción y los requerimientos. Lo cual se revisarán y pesado para ver que cumpla con el peso solicitado.
- **Pesado de Materia prima:** Una vez que ingrese la materia prima se pesara para iniciar la producción del filtrante.
- **Lavado y desinfectado:** Luego de la recepción de las hojas de bambú, este se somete a un proceso de lavado y desinfección para separar las impurezas. Este proceso toma 30 minutos.
- **Secado:** Se realizará al aire libre para deshidratar las hojas de bambú. Este proceso dura aproximadamente 1 día.
- **Molido:** Se tritura las hojas ya secas (deshidratadas). Esto toma 60 minutos.

- **Dosificado:** Se calcula la cantidad exacta que se va a requerir de hojas de bambú para proceder con el mezclado. Las cantidades serán de 0.5g de bambú, 0.25g naranja, 0.10g de canela y 0.25g manzana. Esto toma 30 minutos.
- **Mezclado:** Todos los insumos a usar en este paso serán mezclados (bambú, manzana, naranja y canela) hasta tener una uniformidad de los insumos. Tomará 30 minutos.
- **Envasado:** El bambú, cascara de naranja, manzana y canela una vez molidos y mezclados se colocan en la envasadora con las bolsitas filtrantes. La materia prima molida de los 4 productos ingresa a una máquina donde es colocado en bolsas filtrantes. El proceso completo dura aproximadamente 20 minutos.
- **Sellado:** Se lleva a cabo con una máquina de calor para el sellado de los filtrantes según corresponda. El proceso dura 30 minutos.
- **Empaquetado:** Pasa por la zona de empaquetado donde el personal selecciona 20, 50 y 100 sobres para colocarlos en las cajas diseñadas por un proveedor externo, donde las cajas es cerrada y sellada.
- **Control de calidad:** Al obtener el producto terminado este será sometido aleatoriamente a un proceso de supervisión en el que se evaluará que cumpla con las características y estándares de calidad, si aprueba este control puede ser libremente comercializada y distribuida a los puntos de venta.

- **Almacenado:** El producto una vez que paso por calidad se coloca en el almacén de productos terminados, para su pronta distribución siendo colocándose en estantes de metal.
- **Distribución:** La distribución se realizará con una empresa tercera a los diferentes establecimientos (tiendas, supermercados, bodegas, practi tiendas, etc.)

Figura 19 Proceso de empaque



6.4.3. Requerimientos para producir

El requerimiento para la producción se detallará según los equipos a considerar. Se tendrá en cuenta las características técnicas y los atributos físicos definidos por el productor.

6.4.3.1. Requerimientos de maquinaria y equipos




Para el proceso de producción se va a requerir de un equipamiento con diferentes tipos de maquinarias para cada proceso.




Tabla 25 Requerimiento de maquinaria y equipos

Máquinas	Cantidad	Valor de venta (S/.)	Sub-total (S/.)	IGV (S/.)	Total
Balanza Industrial	1	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Horno Industrial	1	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 630.00	S/ 4,130.00
Molienda	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 270.00	S/ 1,770.00
Máquina de Envasado	1	S/ 1,802.00	S/ 1,802.00	S/ 324.36	S/ 2,126.36
Lector de Código de barra	1	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 36.00	S/ 236.00
Mesa de acero Inoxidable	3	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 270.00	S/ 1,770.00
Inversión en maquinaria y equipos					S/ 10,386.36

Elaboración propia

Tabla 26 Equipos para producción

Balanza Industrial	Horno industrial	Molienda
<p>BP 9901 Fabricación según requerimiento del cliente Plataformas: *1.30x1.30m Precisión: Desde 1g a 100g Categoría: Balanza de Plataforma</p>	<p>Para el proceso de deshidratación se usa el Horno Industrial modelo AES marca GFS. Producción: 350 kg/ 45 min Dimensiones: 1.4 x 1.6 x 1.2 Motor: 220 v Válvula de seguridad 20 psi Material: acero inoxidable Control de humedad y temperatura.</p>	<p>Usada para el proceso de mezclado. Dimensiones: 2.48 x 1.52 x 2.6 71 Capacidad: Desde 5 hasta 10,000 KG Tiempo mezclado: 15 a 20 minutos Descarga: por medio de válvula de mariposa - Elementos mezcladores desmontables - Mezcla 100% homogénea Materiales: - Acero Inoxidable 304 - Acero Inoxidable 316 Producción: 10,000 kg/ 15 min</p>
		

Máquina de Envasado	Lector de Código de Barras	Mesa
<p>Usada para el proceso de envasado. Marca: Famipack. Tipo de conducción: Eléctrica Producción 100 sobres/min Dimensiones: 1.5 x 2 x 2.3</p>	<p>El lector LS2208 está diseñado específicamente para un uso diario. Su diseño de tarjeta de circuitos única patentado elimina la fuente de errores más habitual: la interconexión entre múltiples tarjetas de circuitos. El elemento de lectura de polímero líquido ofrece una protección completa contra impactos para garantizar un funcionamiento totalmente fiable.</p>	<p>Mesa fabricada completamente en acero inoxidable AISI304 antimagnético, tapa fabricada en calibre 18 con salpicadero en la parte posterior, con refuerzo tipo omega fabricado en calibre 20. Con patas fabricadas de tubería cuadrada AISI 304 de 38 mm de lado y niveladores de piso; piso estructurado con refuerzo tipo omega calibre 20 y fabricado en acero AISI 304 calibre 20</p>
		

El diseño de la instalación eléctrica debe ser elaborado por un ingeniero electricista debe ser efectuada por técnicos calificados. Es importante resaltar que se deben hacer uso de materiales de buena calidad por seguridad del personal.

Tabla 27 Muebles y enseres

Máquinas	Cantidad	Valor de venta (S/.)	Sub-total (S/.)	IGV (S/.)	Total
Casilleros	1	S/ 475.00	S/ 475.00	S/ 85.50	S/ 560.50
Banca de Vestidores	1	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 18.00	S/ 118.00
Basureros por tipo de residuo	5	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00
Sillas de oficina	6	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 324.00	S/ 2,124.00
Escritorios	6	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 270.00	S/ 1,770.00
Mesa de Comedor	2	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 43.20	S/ 283.20
Sillas de Comedor	6	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Mesa de Reuniones	1	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Estantes	2	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 54.00	S/ 354.00
Inversión Muebles y Enseres					S/ 6,094.70

Elaboración propia

Tabla 28 Equipos de oficina

Máquinas	Cantidad	Valor de venta (S/.)	Sub-total (S/.)	IGV (S/.)	Total
Impresora Multifuncional	1	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 90.00	S/ 590.00
Microondas	1	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00
Extintor	2	S/ 140.00	S/ 140.00	S/ 25.20	S/ 165.20
Pizarra	1	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 10.80	S/ 70.80
Aire acondicionado	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 180.00	S/ 1,180.00
Sistema de vigilancia	1	S/ 840.00	S/ 840.00	S/ 151.20	S/ 991.20
Inversión en equipos de oficina					S/ 3,174.20

Elaboración propia

6.4.3.2. Requerimiento de materiales

Para la producción de las infusiones emplearemos estos materiales:

- Requerimiento de materiales directos de producción.

Tabla 29 Costo materia prima

COSTO DE MATERIA PRIMA			
DESCRIPCIÓN	UND	CANTIDAD	PRECIO
Hojas de Bambú	KG	1	S/ 35.50
Canela	KG	1	S/ 50.00
Cáscara de Naranja	KG	1	S/ 75.20
Manzana Deshidratada	KG	1	S/ 77.80
Papel filtro	UN	1	S/ 0.20
Papel envoltura	UN	1	S/ 0.50
Etiquetado	UN	1	S/ 0.20
		TOTAL	S/ 239.40

Elaboración propia

- Hojas de bambú (Guadua)

Existen una variedad de hojas de bambú en el Perú, para este trabajo de investigación se usará las hojas de Guadua.

Figura 20 Hoja de bambú



- Papel filtro

Las bolsas de té, se contará con el mejor proveedor que tenga cuidado con el medio ambiente, se utilizará bolsitas de filtro biodegradables, con la finalidad de concientizar a nuestros clientes a ser más responsables. Las etiquetas serán de las medidas 6.4 x 6cm.

Figura 21 Bolsa filtrante



- Papel envoltura

Sobres personalizados para infusiones y te filtrantes en los colores según el producto.

Figura 22 Papel envoltura filtrante



- Canela

Es un insumo que se adicionara junto con la manzana deshidratada en la producción para conseguir un producto con un valor añadido y brindar más beneficios al cliente. Ayudar a controlar la diabetes y combatir el colesterol y los triglicéridos y disminuir la presión arterial.

Figura 23 Canela entera



- Cáscara de manzana

La cáscara deshidratada de este insumo aporta un sinfín de aportes a favor de la salud de las personas, uno de ellos es una fuente rica de fibra, esta fruta contiene compuestos como pectina que ayudan a proteger la salud cardiovascular reduciendo los niveles de colesterol malo y otros compuestos dañinos en la sangre

Figura 24 Cáscara de manzana deshidratada



- Cascara de naranja

Ante las coyuntura actual que se vive las personas opta por consumir productos que le ayuden a conseguir más defensas ante cualquier enfermedad dentro de ello contiene vitamina A y C, lo que favorece el estado y el funcionamiento del sistema inmunológico y ayuda a combatir posibles infecciones.

Figura 25 Cáscara de naranja deshidratada



- Caja chica

La presentación del producto será en tres presentaciones de 20, 50 y 100 unidades.

Figura 26 Caja 20 unidades infusión de bambú



- Caja grande

Se usarán cajas de distintos tamaños según la solicitud del área de producción.

Figura 27 Caja embalaje



6.4.3.3. Requerimiento de materiales indirectos para la fabricación
Tabla 30 Costos estimados de materia indirecta

COSTOS ESTIMADOS DE MATERIA INDIRECTA			
DESCRIPCIÓN	UND	CANTIDAD	PRECIO
Caja chica	UND	1	S/ 1.00
Caja Grande	UND	1	S/ 2.50
Cinta adhesiva	UND	1	S/ 4.00
Papel Higienico (rollo industrial)	ROLLOS	1	S/ 10.00
Mascarillas	Caja 50 Und	1	S/ 6.00
Guantes desechables	Caja 100 Und	1	S/ 10.00
Gorros de Producción	Caja 100 Und	1	S/ 10.00
Bolsas de basura	1 decena	1	S/ 1.00
Polo manga corta	UND	1	S/ 15.00
Pantalón	UND	1	S/ 20.00
Botas de industria alimenticia	UND	1	S/ 30.00
		TOTAL	S/ 109.50

Elaboración propia

Costos por producto

Costo variable unitario / Bambú			
Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	5.07	

Costo variable unitario / Bambú + manzana + canela			
Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Manzana deshidratada	S/	0.93	/ Caja 20und
Canela	S/	0.01	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	6.01	

Costo variable unitario / Bambú + naranja			
Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Cáscara de naranja	S/	1.13	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	6.20	

Producto	Precio referencial	Unidades
Infusión de bambú	S/. 8.00	10,000
Infusión de bambú con naranja	S/. 10.00	19,658
Infusión de bambú con manzana y canela	S/. 12.00	25,575

6.4.3.4. Requerimientos de otros insumos (servicios básicos)

El requerimiento de servicios básicos para llevarse a cabo la producción se detalla a continuación

Tabla

SERVICIOS BASICOS	
Descripción	Importe
Agua	S/ 200.00
Luz	S/ 500.00

Elaboración propia

6.4.3.5. Requerimiento de personal para producción

Contaremos con personal altamente calificado, los cuales están descritos en la siguiente tabla.

Tabla 31 Personal para producción

RECURSOS HUMANOS EN "BAMBÚ TEA"		
Puesto	Detalle	N°
Jefe de Operaciones	Asistente de Planta y Calidad	7
	Personal Operativo	
	TOTAL	7

Tabla 32 Días y horas a trabajar

AÑO	1	2	3	4	5
Producción por hora	500	500	500	500	500
Jornada por día	8	8	8	8	8
Producción	4000	4000	4000	4000	4000
30 Días trabajados al mes				26	Días
Meses por año				12	Meses

REMUNERACIONES						
AÑO		2021	2022	2023	2024	2025
JEFE DE OPERACIONES		24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ASISTENTE DE CALIDAD		12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
OPERARIOS		22,320	22,320	22,320	22,320	22,320
SUB TOTAL		65,900	65,900	65,900	65,900	65,900
ESSALUD	0.00%	5,931	5,931	5,931	5,931	5,931
CTS	0.33%	5,489	5,489	5,489	5,489	5,489
TOTAL		77,320	77,320	77,320	77,320	77,320

6.4.3.6. Requerimientos de espacios físicos

El requerimiento del espacio para llevar a cabo las actividades de producción es tener como área disponible 60 m de largo y 50 m de ancho, de esta manera se realizará una distribución adecuada entre las diferentes áreas de la empresa.

Tabla 33 Requerimiento espacio físico

Concepto	Und	Largo	Ancho	Costo Mensual	Costo Anual
Planta Industrial	m2	60	50	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00

Elaboración propia

6.4.3.7. Capacidad instalada

La capacidad instalada se habilitará al 100% para la producción de nuestro producto final en sus tres presentaciones y sabores.

Tabla 34 Capacidad instalada

MESES/AÑOS	1	2	3	4	5
Enero-Dic	1,248,000	1,248,000	1,248,000	1,248,000	1,248,000
TOTAL	1,248,000	1,248,000	1,248,000	1,248,000	1,248,000
CAPACIDAD INSTALADA	100%	100%	100%	100%	100%

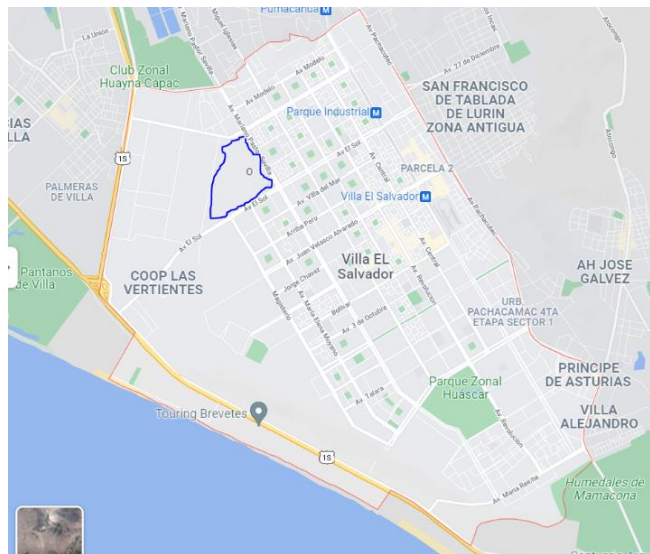
Elaboración propia

6.5. Ubicación del local

6.5.1. Macro localización

Se implementará nuestra planta de producción y comercialización en la ciudad de Lima Metropolitana, si bien nuestra materia prima tenemos que traer desde el departamento de Junín lo cual se coordinará con nuestro proveedor.

Figura 28 Mapa Villa El Salvador



6.5.2. Micro localización

Según el mapa distrital de Lima Metropolitana, se ha seleccionado a los distritos de interés. Siendo los distritos para evaluar: Villa el Salvador, Ate y San Juan de Miraflores.

De acuerdo con análisis presentado en la Matriz, el lugar donde deberíamos ubicar el negocio sería en el Distrito de Villa el Salvador en La Av. El Sol, debido a dar como resultado un mayor puntaje de 5.51 tal como se aprecia en la matriz de micro localización.

Tabla 35 Evaluación local de producción

Factores	PONDERADO	Villa el Salvador		Ate		San Juan de Miraflores	
		Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado	Puntuación	Ponderado
Facilidad de transporte	0.20	4	1	4	1	4	0.8
Zona industrial con licencias de funcionamiento	0.17	3	1.2	2	1	2	0.98
Disponibilidad de mano de obra	0.15	3	0.51	2	0.42	3	0.75
Cercanía a los clientes	0.18	4	1.0	3	0.36	4	0.4
Accesibilidad de servicios (agua, luz, internet)	0.15	3	0.6	3	0.42	2	0.3
Precio de Alquiler	0.15	5	1.2	4	1.4	4	1
TOTAL	1.00		5.51		4.6		4.23
	Puntuación:	5 - Muy buena	4 - Buena	3 - Regular	2 - Malo	1 - Muy malo	

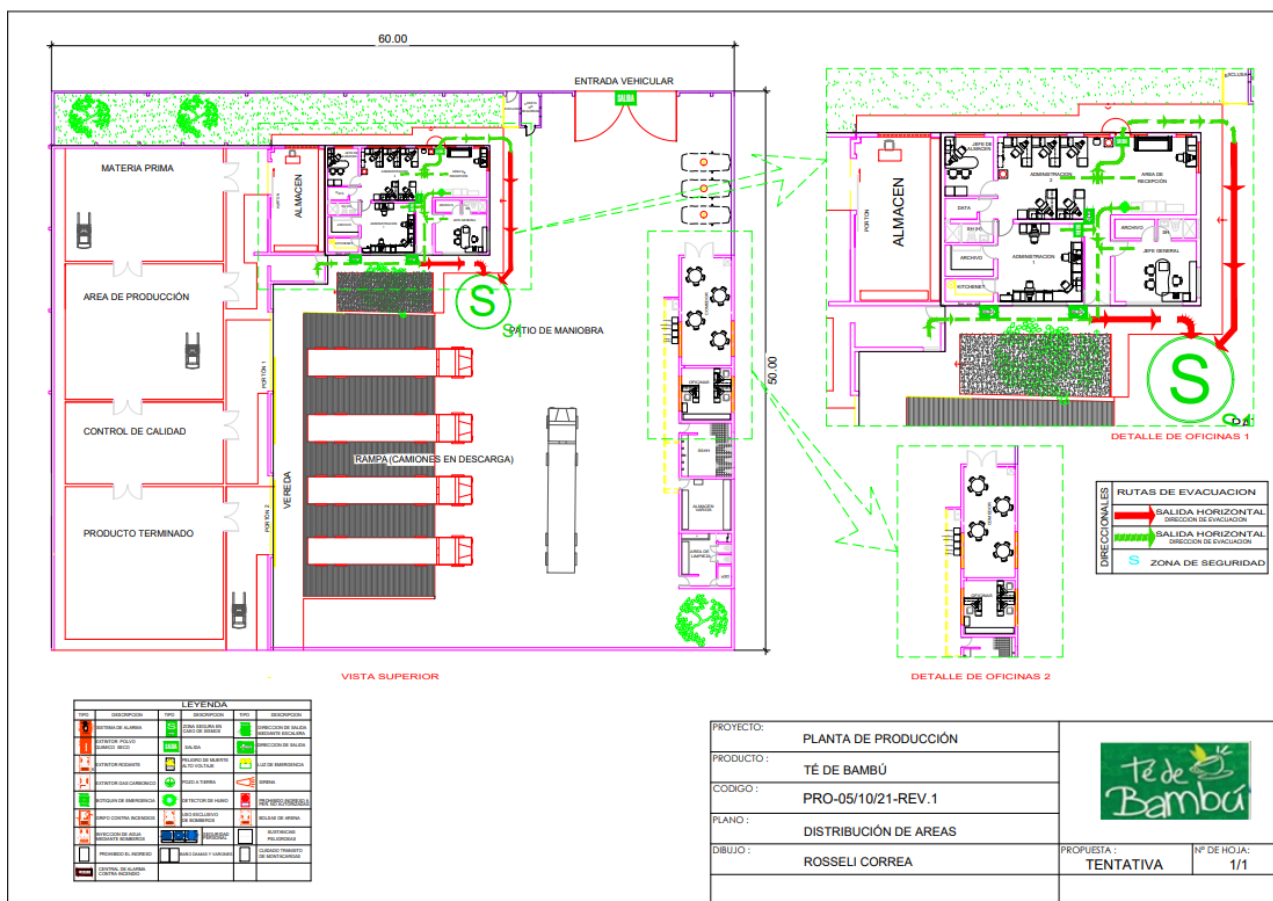
Elaboración propia

6.5.3. Distribución interna o layout

La distribución interna de las instalaciones (planta de producción y oficinas administrativas) se distribuirá a modo de no generar inconvenientes en la distribución de las diferentes áreas. Para lo cual se distribuirá desde nuestras áreas de producción y oficinas administrativas. La planta contará con una área de 60m².

Se detalla a continuación la distribución.

Figura 29 Layout - Producción

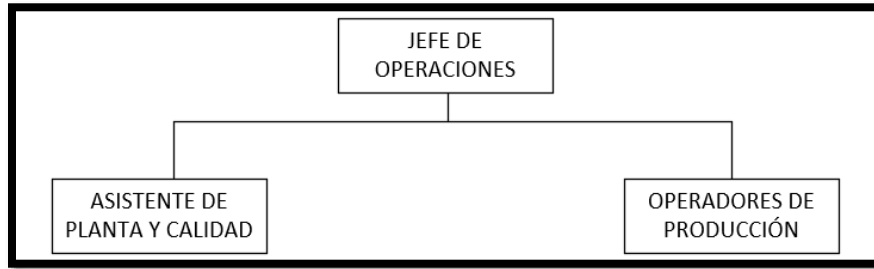


6.6. Organización del área de producción (RRHH)

- **Organigrama inicial**

Se contará con una jefatura de operaciones quien tendrá a su cargo un asistente de planta y calidad y 5 operadores de producción.

Figura 30 Organigrama

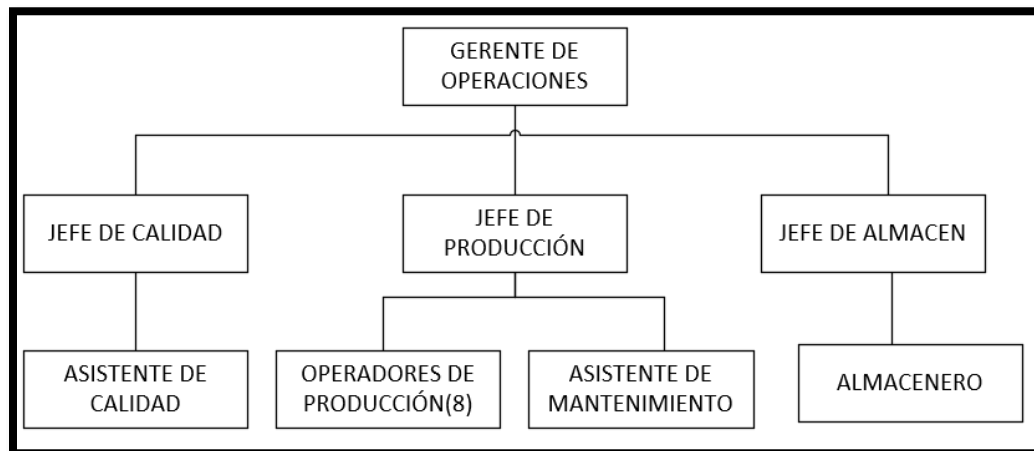


Elaboración propia

- **Organigrama 5 años**

La empresa requiere de una mayor capacidad de personal para llevar a cabo sus operaciones, se realizar una proyección para el año 5 de cómo se vería el organigrama de operaciones.

Figura 31 Organigrama en 5 años



6.7. Mantenimiento

Las maquinarias que se emplearan para la producción de las infusiones requieren de revisiones y mantenimientos preventivos con la finalidad de no tener la planta en horas de inoperatividad por alguna falla de algún equipo. A continuación, detallamos el programa de mantenimiento en función al tiempo del proyecto.

Tabla 36 Frecuencia mantenimiento equipos

Equipo	Actividad	Frecuencia
Balanza Industrial	Limpieza	Semanal
Molienda	Mantenimiento preventivo	Mensual
Maquina de envasado	Mantenimiento preventivo	Mensual
Laptop	Mantenimiento preventivo	Mensual
Lector de codigos	Limpieza	Semanal
Impresora	Mantenimiento preventivo	Mensual
Extintor	Cambio	Anual
Bandejas	Cambio	Semestral

Elaboración propia

6.7.1. Cronograma de actividades de implementación

Para el proceso de implementación se ha considerado que este tendrá una duración de 8 semanas, antes del inicio de las actividades.

Tabla 37 Cronograma de implementación

Año	2021	2021					2021	
	Agosto	Septiembre					Octubre	
Meses	1	2	3	4	5	6	7	8
Actividades / Semana	1	2	3	4	5	6	7	8
Evaluación y selección de proveedores	█	█	█					
Gestión de licencias		█	█					
Alquiler de la planta			█					
Adaptación y distribución de la planta			█	█	█			
Compra de maquinaria				█	█			
Montaje de Planta (equipos y maquinarias)				█	█	█		
Implementación de medios de seguridad					█	█		

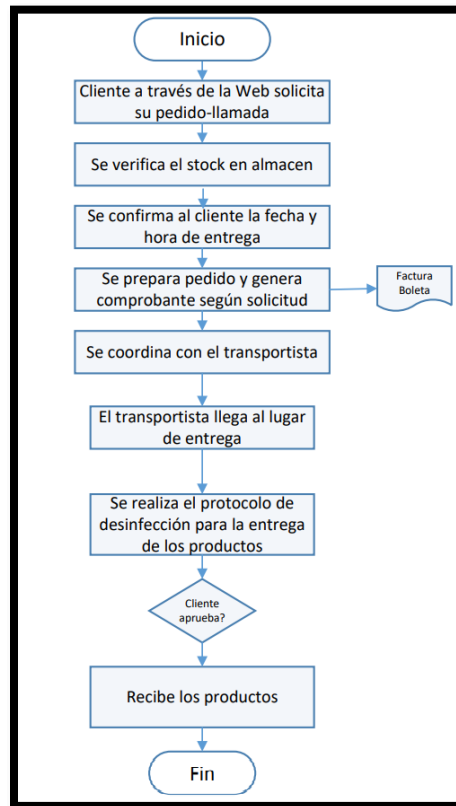
6.8. Distribución física

6.8.1. Proceso de distribución física

- **Productos terminados:** Los productos terminados son enviados al almacén para ser empaquetados en cajas de 20, 50 y 100 unidades bajo estrictas condiciones de seguridad.
- **Gestión de inventarios de productos terminados:** Para este proceso, se usará el modelo de Wilson y se contará con una plataforma que nos ayude a tener la información de pedidos en tiempo real para llevar un mejor control de la cantidad de productos.
- **Recepción de pedidos:** Se llevará un registro de los pedidos coordinar su distribución. Adicionalmente, se tendrá información semanal y mensual consolidada para tener una mejor planificación de actividades.
- **Medios de pago:** Se les dará las facilidades a los clientes de realizar el pago puede ser por la web, efectivo o transferencias bancarias.
- **Transporte:** La cantidad de pedidos y ubicación de las instalaciones de los clientes es entregada al proveedor de transporte, el cual recogerá los productos terminados y los entregará a los clientes finales.

6.8.1.1. Procesamiento del pedido

Figura 32 Proceso de pedido



Elaboración propia

6.8.1.2. Transporte

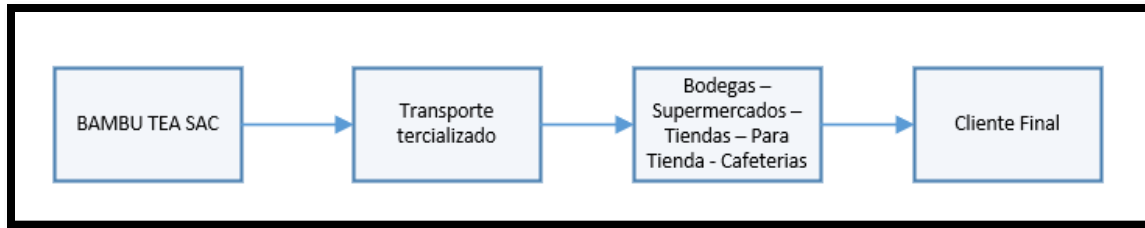
Uno de los aspectos más importantes para nuestros clientes es el tiempo de llegada de su producto, tener el transporte tercerizado nos brinda la seguridad que el producto llega a su tiempo, ya que estos son los especializados de cumplir con cabalidad las necesidades y exigencia, además nos da más tiempo de concentrarnos en las metas de la empresa, sin contar la reducción de gasto operativo asociado a la mano de obra, pólizas, seguros, entre otros. Se detalla a continuación el transporte.

El transporte con el que se trabajara es TRANSPORTE RTB LOGISTIC SAC quien distribuirá nuestros productos.

Figura 33 Empresa de transporte RTB LOGISTIC SAC



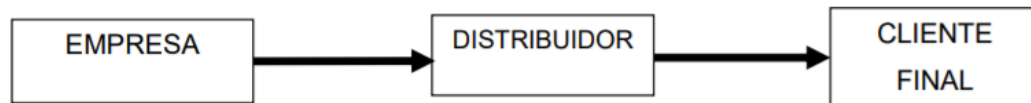
Figura 34 Distribución



6.8.2. Elección de un circuito de distribución

El circuito de distribución se realizará en Lima Metropolitana con la distribución de nuestros productos desde nuestra planta hasta los diferentes establecimientos porque a nuestro cliente intermediarios (Supermercados, Bodegas, tiendas, etc.). Se le puede acabar el stock y se les tiene que reponer de manera inmediata, por lo que la empresa debe tener un óptimo manejo del inventario y distribución de productos desde la planta hasta el cliente final.

Figura 35 Gestión con supermercados



6.8.3. Servicios ofrecidos por los distribuidores físicos

La distribución de los productos será realizada por un transportista externo que cuenten con una buena gestión en la entrega de los pedidos a los diferentes clientes.

Tabla 38 Costo servicio transporte - tercerizado

SERVICIOS TERCERIZADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TRANSPORTE	S/ 18,000.00	S/ 18,900.00	S/ 19,800.00	S/ 20,700.00	S/ 21,600.00
Total	S/ 18,000.00	S/ 18,900.00	S/ 19,800.00	S/ 20,700.00	S/ 21,600.00

- **Stocks:** Los proveedores deben contar con un sistema integrado de los productos terminados para llevar un mejor control y seguimiento.
- **Información de los pedidos:** El proveedor debe contar con la capacidad de realizar un servicio ágil y cumpla con las políticas de la empresa.
- **Plan de entregas:** El proveedor de la distribución debe enviar diariamente la ruta que seguirá para la entrega de productos, al igual que tiempos aproximados de entrega. Y integrarse a nuestra plataforma que nos ayudara con el seguimiento a tiempo real de las entregas de los pedidos.
- **Incidencias y entrega:** En caos hayan anomalías o errores en la distribución de los productos debe ser reportada por la empresa, al igual que un reporte con todas las entregas realizadas durante su jornada laboral con el fin de llevar un mejor control.

VII. DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

7.1. Objetivos

- Captar los mejores candidatos para los diferentes puestos de trabajo durante el primer trimestre del año 2022.
- Retener y motivar a los empleados para que se sientan identificados con la organización.
- Aumentar la productividad en la empresa a través de una adecuada gestión en año 2022.
- Brindar facilidades en el horario al personal que se encuentre estudiando.
- Cumplir con las normas y políticas de la empresa.

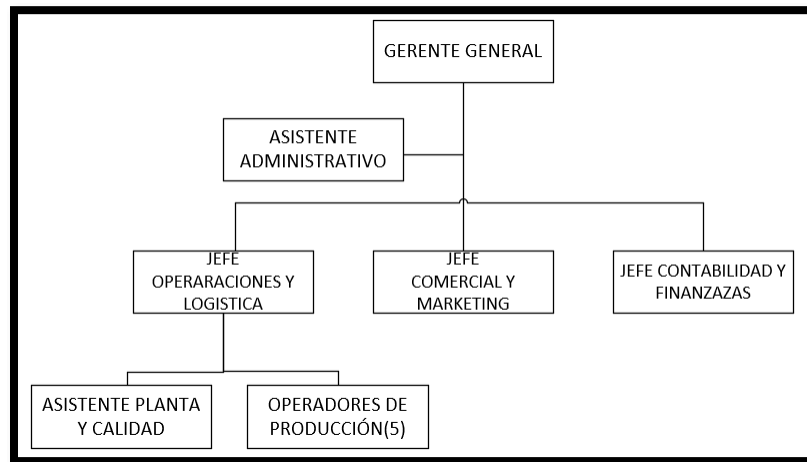
7.2. Estrategias

- Llevar a cabo diferentes tipos de evaluaciones con el fin de elegir al candidato que cumpla con el perfil del puesto.
- Incentivar y premiar el esfuerzo y la creatividad en el trabajo de los colaboradores de manera mensual.
- Brindar las facilidades con los equipos, materiales para que el personal tenga una eficiente producción.
- Las normas y políticas de la empresa se les hará recordar al personal en las charlas, periódico mural.

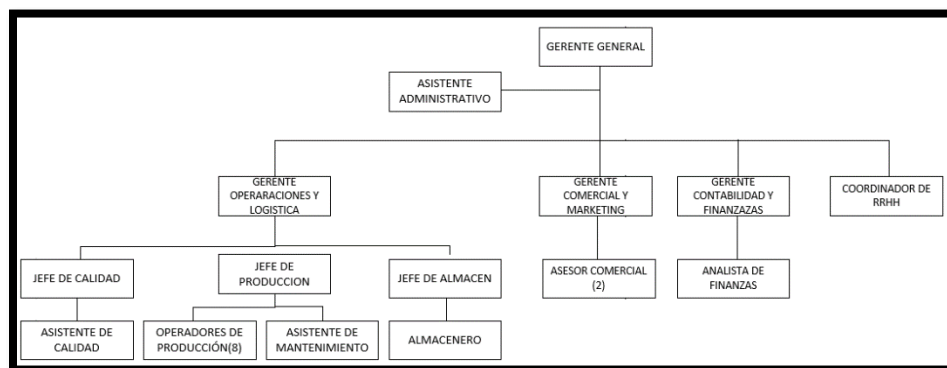
7.3. Diseño del organigrama de la empresa

El diseño de la estructura organizacional “Infusiones de te saludable SAC”, está constituido por diferentes áreas y jefaturas cada una con su función que le corresponda para lograr los objetivos de la organización. Por otro lado, desarrollar compromiso, liderazgo, comunicación entre los colaboración de las diferentes áreas, lo que permitirá mejorar nuestros procesos, adaptarnos a los cambios actuales que se vienen surgiendo por la situación coyuntural y política.

A continuación de detalla el organigrama.



Elaboración propia



7.4. Análisis de las necesidades y diseño del puesto de trabajo

En Infusión de te saludable se gestiona una adecuada provisión de RRHH. El diseño se está realizando en base al organigrama general de la empresa y a los requerimientos de cada área y/o puesto clave. A continuación, se describe el perfil de cada puesto, las responsabilidades a cumplir.

Tabla 39 Funciones de puesto

ID ENTIFICACION	DESCRIPCION DEL PUESTO	REQUISITO LABORAL	JORNADA LABORAL	MANO DE OBRA NECESARIA
GERENTE GENERAL Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de planes de estimación de costos. Relaciones públicas con prospectos. Cierre de negociaciones y seguimiento posterior. Repartición y calendarización de tareas entre el personal a su cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> Título de en administración Experiencia no menor de 5 años 	48 horas semanales	Una persona
ASISTENTE ADMINISTRATIVO Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Recepción de órdenes de compra, expedientes, fuerza de ventas y logística. Organizar y consolidar toda la información para asegurar el envío de reportes. Asistir a los diferentes áreas. Gestionar compras 	<ul style="list-style-type: none"> Graduado de carreras técnicas en Secretariado y/o Asistente Administrativo. Experiencia: Mejor o igual a 1 año, en empresas del rubro. Conocimiento de Microsoft Excel a nivel intermedio 	48 horas semanales	Una persona
JEFE OPERACIONES Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Planificar la estrategia para las actividades de suministro (transporte, almacenaje, distribución) Desarrollar y aplicar procedimientos operativos. Mejorar día a día de rutas y estrategias de transporte para optimizar tiempos de entrega. 	<ul style="list-style-type: none"> Administrador Ing. Industrial o afines. Experiencia de al menos 5 años Debería conocer SAP y diversas herramientas, tecnologías de almacenaje. 	48 horas semanales	Una persona
JEFE COMERCIAL Y MARKETING Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de planes de ventas en los procesos de organización. Evaluación de los quejas de los clientes para asegurar una buena atención al cliente. Desarrollar ofertas de servicios que necesiten un entregable único local y supervisar el desarrollo de soluciones a propiedades. Realizar la venta y servicio postventa. 	<ul style="list-style-type: none"> Profesional en Administración, Marketing, o carreras profesionales afines. Debería contar con especialización en Atención al Cliente, Ventas. Experiencia de 5 años 	48 horas semanales	Una persona
JEFE CONTABILIDAD Y FINANZAS Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Validación de la provisión de facturas por pagar. Revisión de registros de movimientos de caja y bancos. Revisión de conciliaciones bancarias. Archivar vouchers contables con copia SUNAT. Análisis de cuentas corrientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Graduado de la carrera de Contabilidad y finanzas. Experiencia de 5 años como jefe de contabilidad de preferencia en empresas del sector industrial. Dominio del Excel a nivel superior. 	48 horas semanales	Una persona
ASISTENTE DE PLANTA Y CALIDAD Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades de control de calidad en el ingreso de materia prima, proceso de fabricación, almacenaje y despacho a clientes Controlar el cumplimiento de los procedimientos. + Asistir a la jefatura en las funciones que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de línea 	<ul style="list-style-type: none"> Graduado de la carrera de Ingeniería de Alimentos o Industrias Alimentarias. Experiencia mínima de un año como asistente de calidad en empresa de alimentos. Conocimiento de BPM y 	48 horas semanales	Una persona
OPERADORES Planilla con todos los beneficios de ley MIPYMES Lun - Vie 08:00 - 17:00	<ul style="list-style-type: none"> Realizar otras funciones relacionadas y afines al cargo que sean asignados. Operar máquinas Realizar operaciones manuales como empaquetado, etiquetado, sellar, paletizar, empaquetar. 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de educación Secundaria completa Vivir en zonas aledañas a Villa el Salvador 2 años de experiencia como operario de producción 	48 horas semanales	Cinco personas

7.5. Selección y reclutamiento del personal

7.5.1. Reclutamiento

El reclutamiento de los posibles candidatos para cubrir las vacantes de la empresa, se publicarán avisos en CompuTrabajo, Aptitus y Bumeran. En los avisos se colocará la descripción de la empresa, el rubro en que nos encontramos (incentivando y promoviendo la visión de “Infusiones de te saludable SAC”). Adicionalmente, se detallará el perfil de la persona que estamos buscando, sus funciones, la cantidad de años que experiencia que debe tener.

Por último, en la publicación se indicará los beneficios que tendrá el trabajador al pertenecer a la compañía, el salario y el compromiso que la empresa tiene para/con los trabajadores.

Figura 36 Portal Bumeran

Aviso Básico	Aviso Standard	Aviso Premium
Encuentre su candidato gratis	Accede a todos los postulados	Cierra tu posición en tiempo récord
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 15 primeros CVs ✓ Aviso online 2 meses ✗ Aviso destacado ✗ Actualizaciones adicionales ✗ Aviso urgente ✗ Aviso confidencial ✗ Acceso a 10 CVs de BDD por aviso 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CV's postulados ilimitados ✓ Aviso online 2 meses ✗ Aviso destacada ✗ Actualizaciones adicionales ✗ Aviso urgente ✗ Aviso Confidencial ✗ Acceso a 10 CVs de BDD por aviso 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CV's postulados ilimitados ✓ Aviso online 2 meses ✓ Aviso destacado ✓ Actualización automática cada 7 días ✓ Aviso urgente ✓ Aviso confidencial ✓ Acceso a 10 CVs de BDD por aviso
3 aviso gratis al mes Recibe CVs sin ningún coste	desde S/ 86 por aviso comprando el Pack de 10 avisos	desde S/ 110 por aviso comprando el Pack de 10 avisos
Publicar	Comprar	Comprar

Aviso Simple	Aviso Destacado	Búsqueda en Base 25 CVs
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 días de publicación ✓ El más elegido ✓ Visibilidad en listado general ✓ Buena relación precio/cantidad de CV ✗ No publica Área Tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 60 días de publicación ✓ Incluye logo corporativo ✓ Gran visibilidad y destaque ✓ Mayor cantidad de candidatos ✗ No publica Área Tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 30 días de uso ✓ Navega: + 3 Millones de CVs ✓ Filtros especializados ✓ Descarga de CVs.
S/.273	S/.798	S/.286

7.5.2. Preselección

En esta etapa analizaremos los CV enviados en orden de llegada para posterior a ello hacer la preselección y eliminar los que no cumplen los requerimientos del puesto. Solo se analiza la documentación del candidato que cumpla con requerido.

7.5.3. Selección

En esta parte de selección nos contactaremos con las todas las personas que estén dentro del perfil solicitado para proceder con las entrevistas.

7.5.4. Entrevista

Luego de seleccionar los cv que se adecuen al perfil solicitado se procede a concertar las entrevistas que pueden ser presenciales y/o virtuales y tendrán una duración de 45 minutos a 1 hora.

- **Entrevista virtual y/o presencial:** Las personas que cumplan con el perfil que buscamos, se coordinará una entrevista, ya sea online o virtual.
- **Exámenes Psicológicos:** una vez que los candidatos pasen las evaluaciones, el reclutador realizará nuevamente un filtro para determinar el grupo final que pasarán diversas pruebas psicológicas y se llamará a sus empresas anteriores para buscar referencias.
- **Entrevista virtual y/o presencial final:** La entrevista final será con la jefatura. El reclutador enviará los resultados de los exámenes psicológicos y resultados de referencias laborales. Una vez aprobado, se le notificará vía telefónica y correo.

7.5.5. Contratación

Una vez que se pasa la entrevista y el postulante califiquen para el puesto se procederá a realizar la incorporación a la empresa para ello tendrán como máximo una semana para presentar la documentación que a continuación solicitaremos:

- Curriculum Vitae documentado
- DNI
- Declaración Jurada de domicilio
- Antecedentes policiales y penales (certijoven / certiadulto)
- Copia de título o constancia de estudios (según puestos)
- Certificados de trabajo
- Recibo de agua o luz

7.6. Incorporación y acogida

El reclutador encargado de la selección del personal deberá encargarse de realizar la bienvenida al nuevo personal que se está integrando a la organización.

7.6.1. Propuesta de acogida

- Dar la bienvenida por parte del gerente general de la empresa.
- Charla de seguridad y de los procedimientos.
- Brindarle información sobre la empresa por parte del área de RRHH.
- Se le detallara y explicara las condiciones de trabajo dentro del área que se va a desempeñar.
- Información sobre los productos y servicios.

- Presentación a los compañeros de trabajo
- Firma de contrato, seguro vida ley.-
- Realizar una visita por las instalaciones.
- Entrega de EPP de trabajo

7.7. Planes de carrera

Como empresa, se implementará un plan de línea de carrera para nuestros colaboradores dentro de la organización. Buscando los siguientes objetivos:

- Retener al personal que sea clave dentro de la organización.
- La empresa orientará al personal hacia puestos competitivos
- Brindar las facilidades al personal a una formación profesional o de continuar con sus estudios.

7.8. Plan de formación

En este proceso se desea que el nuevo personal conozca más a la empresa, se le brinda el Reglamento Interno de Trabajo (RIT) y se procede a explicar los puntos más importantes de la empresa:

- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos
- Políticas de la empresa

7.8.1. Capacitación

- Capacitación al nuevo personal: todo el personal nuevo que ingresa a la empresa, pasará primero por un periodo de capacitación donde se familiarizará con la empresa, con sus funciones y los objetivos a alcanzar. Este proceso durará aproximadamente 1 semana.
- Capacitación personal antiguo: los trabajadores que cuenten con más de 6 meses de permanencia en la empresa, también tendrán una capacitación para recordar la misión, visión y objetivos para que puedan realizar correctamente sus funciones y sean más productivos.

7.9. Evaluación de desempeño

Nos permite evaluar los méritos del personal en los diferentes puestos de la empresa. La evaluación de desempeño le realizara el jefe inmediato de cada área de manera quincena y mensual para medir su nivel de productividad. Esta evaluación por lo general se realiza a través de Google Forms y el jefe es el encargado de revisar los resultados y dar la retroalimentación a cada colaborador para comentarle cuáles son los puntos de mejora y además, felicitarlo en las funciones que realiza correctamente.

Esto ayudara a tener indicadores de desempeño de cada colaborador y analizar lo que se tenga que trabajar para mejorar su desempeño en sus funciones. Teniendo como objetivos lo siguiente:

- Motivar al personal de manera constante para que se sienta más cómodo dentro de la empresa.
- Dar incentivos por el buen desempeño.
- Dar feedback
- Realizar una entrevista de evaluación de desempeño de manera quincenal y mensual al personal

7.10. Plan de retribución

La retribución será variada de acuerdo con el cargo de cada personal, los sueldos son acorde con el mercado. Se respetará el artículo 1 del Decreto Legislativo 854 donde nos mencionan el horario laboral de 8 horas al día y 48 horas semanales y en caso se realice sobretiempo justificado la empresa pagará o compensará la remuneración o descanso correspondiente por concepto de horas adicionales o extras. Para lo que se detalla a continuación:

Tabla 40 Plan de retribución

REMUNERACION DEL GERENTE GENERAL			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	S/. 3,000.00	11 meses	S/. 34,500.00
Vacaciones (1)	S/. 1,500.00	15 Dias	S/. 1,500.00
Gratificación (2)	S/. 1,500.00	2 meses	S/. 3,000.00
CTS (3)	S/. 250.00	6 meses	S/. 1,500.00
Asignación familiar (4)	S/. -	meses	S/. -
Essalud (5)			S/. 3,105.00
		Total (5)	S/. 43,605
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones			
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre			
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune 8.33%			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2021 = S/. 930.00			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUN/ S/. 34,500.00 3,105.00			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
			Anual
		Sueldo con beneficios	S/. 43,605 100%
		Sueldo sin beneficios	S/. 34,500 79%
		Beneficios	S/. 9,105 21%

REMUNERACION ASISTENTE ADMINISTRATIVA			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	S/. 1,000.00	11 meses	S/. 11,000.00
Vacaciones (1)	S/. 500.00	15 Dias	S/. 500.00
Gratificación (2)	S/. 500.00	2 meses	S/. 1,000.00
CTS (3)	S/. 83.33	6 meses	S/. 500.00
Asignación familiar (4)			S/. -
Essalud (5)			S/. 990.00
		Total (5)	S/. 13,990.00
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones			
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre			
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune			
			8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2019 = S/.			
			930.00
(5) Se consideró el importe total anual por concepto de E S/.			
			11,000.00
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
			Anual
Sueldo anual con beneficios			S/. 13,990 100%
Sueldo anual sin beneficios			S/. 11,000 79%
Beneficios			S/. 2,990 21%

REMUNERACION DEL JEFE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	S/. 2,000.00	11 meses	S/. 23,000.00
Vacaciones (1)	S/. 1,000.00	15 Dias	S/. 1,000.00
Gratificación (2)	S/. 1,000.00	2 meses	S/. 2,000.00
CTS (3)	S/. 166.67	6 meses	S/. 1,000.00
Asignación familiar (4)	S/. -	meses	S/. -
Essalud (5)			S/. 2,070.00
		Total (5)	S/. 29,070
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones			
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre			
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune			
			8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2021 = S/.			
			930.00
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNA S/.			
			23,000.00
			2,070.00
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
			Anual
Sueldo con beneficios			S/. 29,070 100%
Sueldo sin beneficios			S/. 23,000 79%
Beneficios			S/. 6,070 21%

REMUNERACION DEL JEFE COMERCIAL Y MARKETING					
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual		Monto anual S/	
Sueldo	S/. 1,500.00	11 meses		S/. 16,500.00	
Vacaciones (1)	S/. 750.00	15 Días		S/. 750.00	
Gratificación (2)	S/. 750.00	2 meses		S/. 1,500.00	
CTS (3)	S/. 125.00	6 meses		S/. 750.00	
Asignación familiar (4)				S/.	-
Essalud (5)				S/.	1,485.00
Total (5)				S/.	20,985.00
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones					
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre					
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la					
					8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal 2019 = S/.					
					930.00
(5) Se consideró el importe total anual por concepto S/.					
				16,500.00	1,485.00
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)					
				Anual	
Sueldo anual con benef				S/.	20,985
Sueldo anual sin benef				S/.	16,500
Beneficios				S/.	4,485
					100%
					79%
					21%

REMUNERACION DEL JEFE FINANZAS Y CONTABILIDAD					
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual		Monto anual S/	
Sueldo	S/. 1,500.00	11 meses		S/. 17,250.00	
Vacaciones (1)	S/. 750.00	15 Días		S/. 750.00	
Gratificación (2)	S/. 750.00	2 meses		S/. 1,500.00	
CTS (3)	S/. 125.00	6 meses		S/. 750.00	
Asignación familiar (4)	S/.	meses		S/.	-
Essalud (5)				S/.	1,552.50
Total (5)				S/.	21,803
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones					
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre					
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune					
					8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2021 = S/.					
					930.00
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUN# S/.					
				17,250.00	1,552.50
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)					
				Anual	
Sueldo con beneficios				S/.	21,803
Sueldo sin beneficios				S/.	17,250
Beneficios				S/.	4,553
					100%
					79%
					21%

REMUNERACION DE ASISTENTE DE PLANTA Y CALIDAD				
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual		Monto anual S/
Sueldo	S/. 1,000.00	11 meses		S/. 11,000.00
Vacaciones (1)	S/. 500.00	15 Días		S/. 500.00
Gratificación (2)	S/. 500.00	2 meses		S/. 1,000.00
CTS (3)	S/. 83.33	6 meses		S/. 500.00
Asignación familiar (4)				S/. -
Essalud (5)				S/. 990.00
Total (5)				S/. 13,990.00
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones				
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre				
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune				
				8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2019 = S/.				
				930.00
(5) Se consideró el importe total anual por concepto de E S/.				
				11,000.00
				990.00
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)				
				Anual
				Sueldo anual con benefici S/. 13,990
				100%
				Sueldo anual sin benefici S/. 11,000
				79%
				Beneficios S/. 2,990
				21%

REMUNERACION DE OPERADORES				
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual		Monto anual S/
Sueldo	S/. 930.00	11 meses		S/. 10,695.00
Vacaciones (1)	S/. 465.00	15 Días		S/. 465.00
Gratificación (2)	S/. 465.00	2 meses		S/. 930.00
CTS (3)	S/. 77.50	6 meses		S/. 465.00
Asignación familiar (4)	S/. -	meses		S/. -
Essalud (5)				S/. 962.55
Total (5)				S/. 13,518
(1) Se considera un sueldo anual por concepto de vacaciones				
(2) Se consideran 2 sueldos anuales por concepto de gratificación: Julio y Diciembre				
(3) Se considera un sueldo anual por concepto de CTS, el cual es abonado en forma mensual (8.33% de la remune				
				8.33%
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2021 = S/.				
				930.00
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUN/ S/.				
				10,695.00
				962.55
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)				
				Anual
				Sueldo con beneficios S/. 13,518
				100%
				Sueldo sin beneficios S/. 10,695
				79%
				Beneficios S/. 2,823
				21%

	1	2	3	4	5
Cantidad de personas que trabajarían en el área de administración	2	2	2	2	2
Cantidad de personas que trabajarían en el área de operaciones	7	7	7	7	7
Cantidad de personas que trabajarían en el área de comercial	1	1	1	1	1
Cantidad de personas que trabajarían en el área de contabilidad y finanzas	1	1	2	3	4
Presupuesto total de remuneraciones	11	11	12	13	14

7.11. Evaluación del clima laboral

En Tea Bambú se desarrollará constantes capacitaciones, evaluaciones al personal para ver cómo se siente trabajando dentro de nuestra empresa.

En las encuestas se desarrollarán de manera mensual con un profesional para que pueda absorber las dudas de cada personal. Asimismo, se evaluarán los siguientes criterios:

- Cargo a desempeñar: los incentivos, motivaciones por parte de RRHH y la buena relación laboral con los compañeros de trabajo y superiores.
- Entorno laboral: la buena comunicación interna, las condiciones de trabajo, implementos de seguridad, EPP adecuados para el desarrollo del trabajo.
- Pilares de organización: Disciplina, compromiso, respeto, seguridad a la persona, excelente servicio, identificación con la empresa.

7.12. Cronograma de actividades

Las actividades de la empresa se llevan a cabo en un cronograma de 8 semanas para el área de RRHH.

Tabla 41 Cronograma de actividades

Año	2021	2021						2021
Meses	Agosto	Septiembre						Octubre
Actividades / Semana	1	2	3	4	5	6	7	8
Elaboración de perfil de puesto	■							
Análisis de los puestos de trabajo	■	■						
Selección de personal		■	■					
Acogida al nuevo personal			■	■				
Elaborar planes de capacitaciones				■				
Gestionar crecimiento profesional					■			
Realizar retroalimentación						■		
Gestionar un control de pagos						■		
Realizar encuestas de desempeño							■	
Costo del diagnóstico del plan de RRHH							■	■
Beneficios esperados								■

7.13. Costo del diagnóstico del Plan de RRHH

La empresa implementara un plan de RRHH para las diferentes áreas de la organización asociado su presupuesto específico.

Tabla 42 Diagnostico de plan de RRHH

Concepto	Cantidad	Precio/Hora	Total
Trabajo administrativo	48 horas	S/ 8.75	S/ 350.00
Trabajo Operativo	48 horas	S/ 3.88	S/ 186.00
Material de oficina	1000 hojas	S/ 0.30	S/ 25.00
Utiles de oficina	15 (lapiceros, plumones, regla, cuaderno)	S/ 3.00	S/ 45.00

Tabla 43 Remuneración de personal

REMUNERACIONES						
AÑO		1	2	3	4	5
Gerente General		36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
Asistente Administrativo		12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Jefe de operaciones - logística		24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
Jefe comercial y marketing		18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Jefe de finanzas y contabilidad		18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Asistente de planta y calidad		12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Operarios		22,320	22,320	22,320	22,320	22,320
SUB TOTAL		154,180	154,185	154,190	154,195	154,200
ESSALUD	9.00%	13,876	13,877	13,877	13,878	13,878
CTS	8.33%	12,843	12,844	12,844	12,844	12,845
TOTAL		180,899	180,905	180,911	180,917	180,923

7.14. Beneficios esperados

El personal desde que ingresa y firma contrato se le dará de alta en SUNAT para contar con los siguientes beneficios laborales y sociales según ley.

- Pago CTS: 2 veces al año (Mayo – noviembre).
- Gozo de Vacaciones: 15 días
- Pago de Gratificación: 2 veces al año (Julio – diciembre).
- El Seguro de Vida ley
- SCTR para Operarios

Tabla 44 Beneficios sociales

Remuneración	Los trabajadores tienen derecho a ser remunerados con la remuneración mínima vital S/ 930.00
Jornada Laboral	La jornada laboral es de 8 horas diarias y de 48 horas semanales
Descanso Semanal	Descanso semanal obligatorio, incluye feriados
Descanso Vacacional	El trabajador tiene derecho a 15 días de vacaciones por año
Sistema de Pensiones	Es opcional la afiliación a ONP o AFP
Compensación por tiempo de servicio CTS	Los trabajadores serán beneficiarios al CTS equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio.
Gratificaciones	Tienen derecho a dos medias de gratificaciones al año en Julio y Diciembre
Seguridad Social en Salud	Los trabajadores deben estar inscritos obligatoriamente a EsSalud

7.15. Servicios tercerizados

Los servicios para tercerizar en el área de recursos humanos se detallan de acuerdo con el crecimiento de la empresa.

Tabla 45 Tercerización de Servicios

Tercerización de servicios	Costo	Meses	Año 1
EMO	S/ 100.00	1	S/ 100.00
Transporte	S/ 1,500.00	12	S/ 18,000.00
Charlas ocupacionales	S/ 300.00	1	S/ 300.00
Seguridad	S/ 100.00	12	S/ 1,200.00
		Total	S/ 19,600.00

Elaboración propia

VIII. ASPECTO LEGAL, TRIBUTARIO, LABORAL

8.1. Aspecto Legal

8.1.1. Forma Societaria

La empresa “Infusión de té Saludable” está constituida como SAC. (Sociedad Anónima Cerrada).

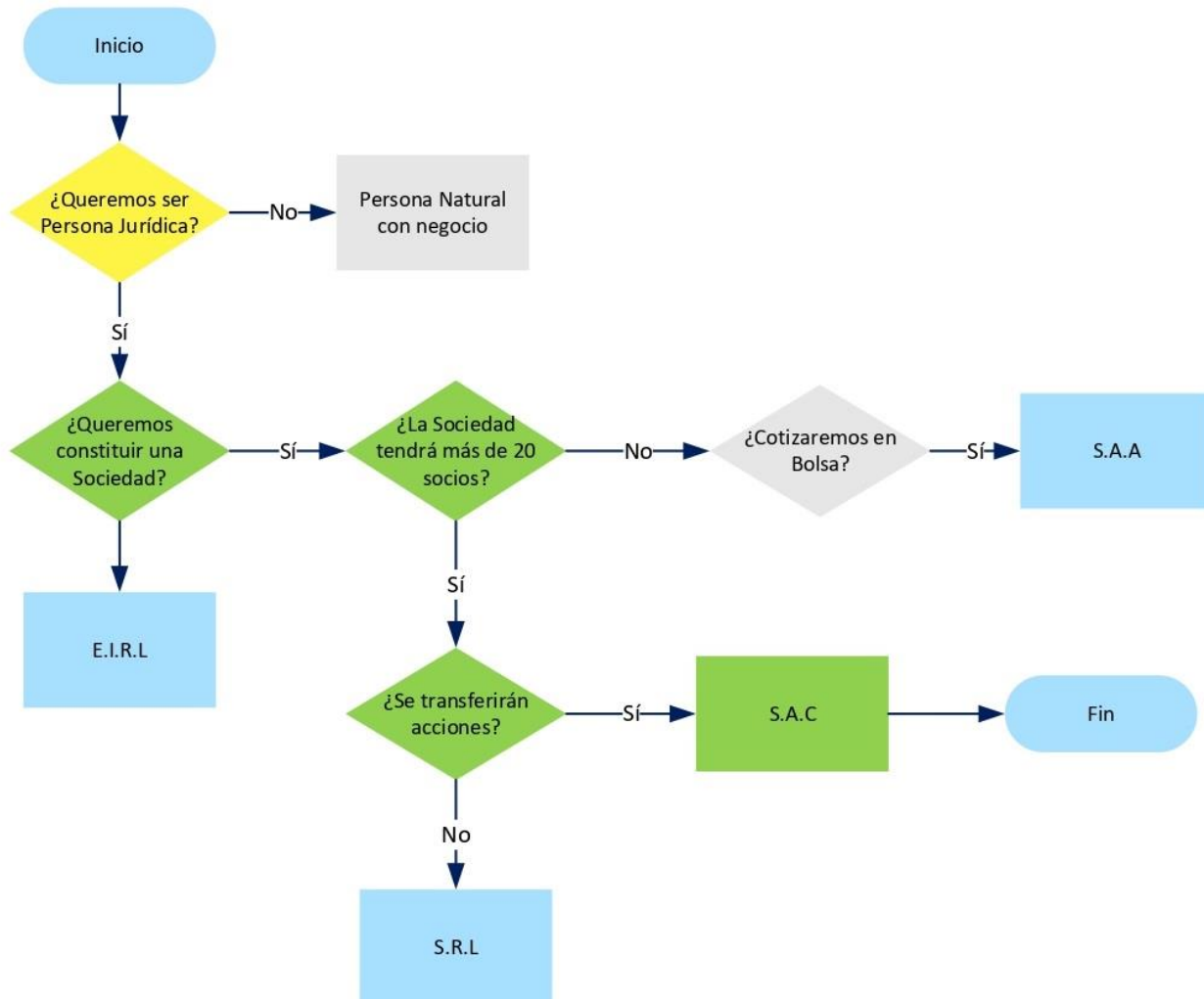
Esta sociedad está amparada por la Ley General de Sociedades – (Ley 26887), y según ley está compuesta por:

- Junta general de accionistas, Gerente que a su vez hace el papel de representante legal y un Directorio el cual es opcional.

Por decisión de los miembros esta sociedad está formada por 5 accionistas y un Gerente General.

En la siguiente imagen podemos ver la manera en la cual se ha investigado se ha estructurado la información mediante un flujo para así poder tener mayor seguridad y certeza de que razón jurídica elegir.

Figura 37 FLUJOGRAMA DE LA TOMA DE DECISIÓN DE LA PERSONERÍA JURÍDICA



Según lo ya mencionado anteriormente nosotros estaríamos debatiendo entre dos sociedades la (Sociedad Anónima Cerrada), y (Sociedad de Responsabilidad Limitada), y pudimos resaltar un punto importante:

La SAC está representada por acciones mientras que la SRL está representada por participaciones por lo cual:

SAC - (ACCIONES)

- El tener acciones nos permite tener un poder de decisión ante la sociedad que hemos formado, mientras más porcentaje de acción tengamos mayor poder de decisión tendremos.
- Otro punto importante que nos brinda la SAC es que podemos transferir nuestras acciones si en caso el precio de nuestra acción aumenta, podemos venderla a mayor precio del cual la compramos.

SRL (SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA)

- No tenemos ningún poder de la sociedad y nos tenemos que ceñir a las decisiones tomadas por la empresa.
- Los porcentajes de ganancia son igualitarios para todos los participantes, es decir así la empresa esté en crecimiento, el importe ganado será el mismo y no habrá algún aumento.

Ante estos sustentos se dio preferencia la Sociedad Jurídica (SAC), en donde resaltamos como punto importante que el aporte de capital tiene que estar suscrito en la ley 26887 artículo (52° y 885°) y debe de estar formado por bienes físicos (muebles, máquinas, etc.) y económicos (dinero)

Líneas anteriores se mencionó que la empresa no tendría directorio ante ello la gestión y representación de la sociedad recaerá en el Gerente general por ello esta persona debe tener la capacidad y facultad de poder ser cabeza de la empresa.

8.1.2. Inversión inicial

La empresa no contará con Directorio, ya que no es obligatorio y la empresa aún no lo requiere, se tomó la decisión de ser una SOCIEDAD ANONIMA CERRADA ya que los participantes en dicha sociedad son 5 miembros y si se da el caso de que algún miembro no desee ser parte de la misma, tiene la libertad de transferir sus acciones a otro miembro de la sociedad.

La Inversión inicial de capital será S/. 71,429.00

Tabla 26 Inversionistas

ACCIONISTAS	% DE PARTICIPACIÓN	S/.	PARTICIPACIÓN
Carreño Cárdenas, Pierre Felipe	21.00%	S/	10,500.00
Correa Suarez, Rosseli Adelaida	22.00%	S/	11,000.00
Dieguez Raa, Karla Alexandra	18.50%	S/	9,250.00
Nostades Mongrut, Carla Giselle	18.00%	S/	9,000.00
Valqui Domínguez, Ingrid Fiorella	20.50%	S/	10,250.00
TOTAL	100.00%	S/	50,000.00

Fuente: Elaboración propia

8.1.3. Actividades

La empresa de infusión de hojas de Bambú Tea SAC. realizará para su constitución y formalización los siguientes trámites:

Figura 38 Pasos y precios para constitución y formalización de empresa

N°	PASOS PARA LA CONSTITUCION Y FORMALIZACION DE UNA EMPRESA	Costo Promedio en S/.
1	Elegir el nombre de la empresa (realizar la verificación) si esta libre el nombre proceder a reservarlo .	28.00
2	Elaboración de la Minuta	1,310.00
3	Registro de bienes y el aporte de capital de los socios de la empresa	6,500.00
4	Elaboración de la escritura Publica	300.00
5	Inscripción de la empresa en Sunarp	90.00
6	Inscripción del Ruc para la empresa con personería Jurídica	-
7	Adquisición y legalización de libros contables	247.50
8	Inscripción en seguro social , y regímenes pensionarios (Afps, ONP)	
TOTAL		8,475.50

Fuente: Información investigada de la Notaria Susana Gutiérrez Pradel

8.1.3.1. Reserva del nombre

Este primer paso es necesario previo a la constitución de una empresa, ya que tenemos que cerciorarnos de que no haya otra empresa que vaya a tener el mismo nombre que el nuestro. Por ello debemos de en primer lugar realizar la búsqueda para asegurarse de que no exista el mismo denominativo de nuestra empresa, una vez que tengamos la certeza de ello, procedemos a realizar la reserva de nombre y para ello debemos tener los siguientes requisitos:

- Documento de Identidad del representante legal
- Formulario de reserva de nombre
- El pago de la búsqueda de nombre está en promedio S/ 5 soles
- El pago de la reserva de nombre es en promedio s/ 27.00

Figura 39 Solicitud reserva de nombre de persona jurídica

sunarp ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABBREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A. ASOCIACIÓN S.R.L. COMITÉ S. CIVIL

S.A.C. E.I.R.L. COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20 ____

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

PERU INTEGRACIÓN PARA TODOS

Formulario investigado del portal de SUNARP

8.1.3.2. Elaboración de la MINUTA

Es el contrato social de la empresa en el cual se detalla la siguiente:

- Información de los socios fundadores de la empresa: Nombre completo de los socios, edad, documento de identidad
- Objeto social: En donde señalaremos el giro del negocio el cual es la comercialización y producción de infusiones de té de bambú y la empresa que se va a constituir la cual es Infusiones de Té saludable SAC.
- Estatuto: En este punto sustentan los motivos por los cuales desean constituir la empresa, indican también todos los acuerdos que han surgido en el camino para que en este acto constitutivo pueda tener toda veracidad y transparencia de todos los miembros, todo lo referente a cargos, reglamento, entre otros.

Los requisitos para realizar la minuta son los siguientes:

- Documento de Identidad de todos los socios de la empresa y de sus cónyuges en caso tuviesen
- Presentar el documento original y las copias del primer punto
- Documento en donde indique el giro del negocio y la lista de los bienes que van a ser parte del capital.
- El pago naturalmente se encuentra entre los 200 y 300 soles

8.1.3.3. Aporte de capital de los socios de la empresa

Continuando con el proceso los socios responsables de la formalización de la empresa deben de realizar el aporte de capital este consta de

bienes materiales tales como muebles e inmuebles y bien económico que es el dinero, todo esto estará detallado en un documento que estará acreditado por la entidad financiera elegida por los miembros, este documento estará acompañado con el informe valorizado el cual certifica la transferencia realizada.

Esto se realizará abriendo una cuenta en el banco no menor a S/1000 soles, Infusiones de té saludable SAC tendrá un aporte de capital de 50,000 soles por cada socio, requisitos para poder realizarlo:

- Documento de Identidad Vigente del representante legal
- Haber realizado la Minuta

8.1.3.4. Elaboración de la escritura pública

Es en donde el notario puede dar validez de la minuta, como por ejemplo la fecha de la firma del contrato, este documento debe tener la forma del notario y de los socios constituyentes de la empresa de ser el caso que los socios tengan cónyuges pues también deberían tener sus firmas, los requisitos son:

- Documento de Identidad del representante Legal
- Formato de la minuta
- Paro realizado de S/1300, que consta de (derechos notariales, derechos registrales, biométrico y Reniec).

8.1.3.5. Inscripción de la empresa en SUNARP

La persona encargada de realizar este proceso es el Notario, ya que es la única manera de que la empresa esté inscrita en registros públicos.

8.1.3.6. Inscripción del RUC para la empresa con personería Jurídica

Este trámite es necesario para que Sunat pueda llevar la información de la empresa como contribuyente, por ser persona jurídica el RUC (Registro Único del Contribuyente) empieza con 11, y se debe utilizar en todo trámite que se haga ante esta entidad, para realizar el siguiente trámite:

- Formulario para la inscripción de persona Jurídica
- Número de la partida electrónica
- Documento en donde se tenga la constancia de la Dirección fiscal de la empresa.

8.1.3.7. Adquisición y legalización de libros contables

Los libros contables son necesarios e importantes ya que esto nos servirá para presentar ante cualquier fiscalización de SUNAT esta pueda corroborar que todo está en orden, una vez entregado el número de RUC a la empresa correspondiente, esta sabrá qué libro les corresponde, para legalizar estos libros contables se requieren lo siguiente.

- Formulario del RUC
- Libro que se va a legalizar con los folios realizados
- Pago por derecho de trámite, (el precio por cada libro contable es un promedio de 50 soles)

Los libros que Bambú Tea legalizara serán los siguientes:

- Registro de compras: En donde estará las compras realizadas por la empresa, cabe resaltar que todo lo comprado debe ser en torno al giro de negocio de la empresa y a las utilidades de la misma en este caso son las maquinarias, los útiles de oficina, los materiales para uso del personal, lo gastado en marketing entre otros.
- Registro de Ventas: Se apuntarán todos los ingresos obtenidos del producto vendido en este caso todas las presentaciones del té de bambú, esto se registrará ordenadamente por fechas y correlativo de facturas.
- Libro diario: Se registra todas las transacciones diarias realizadas en una empresa (pagos realizados, movimientos de caja chica, operaciones del día, comisiones etc.)

- Libro Mayor: Es el registro contable de las cuentas utilizada por la empresa.
- Libro de Inventarios y balance: Se brindará información de los activos de la empresa (máquina de producción del té, laptop, muebles etc.)

8.1.3.8. Inscripción en seguro social, y regímenes pensionarios (AFP, ONP)

Cuando una empresa se formaliza es importante brindarles a los trabajadores los beneficios correspondientes, ya que es un derecho que a ellos les corresponde y toda empresa tiene la obligación de cumplirlo, por consiguiente, Infusiones de té saludable SAC, por ser régimen Especial le corresponde inscribirse en: EsSalud, ONP, AFP.

8.1.4. Marca de la empresa

8.1.4.1. Antes de registrar tu marca

- **Elección de una marca**

En este punto se va a crear un nombre a la empresa que aumente el nivel de recordación en el cliente de nuestro producto de esta manera seamos más conocidos en el mercado, en este caso el nombre de nuestra marca será “BAMBÚ TEA”, una vez elegida la marca se debe de verificar que el nombre no tenga ningún término inadecuado para que así no caiga en prohibición, luego de ello verificar que tu marca no sea una copia, ya que así no lograras el objetivo principal.

- **Definición de los productos a vender**

La marca que vas a elegir debe de estar enfocado al producto que vas a vender, nuestra marca es Bambú Tea, ya que nuestro producto a vender es infusión de té de bambú, por ello el nombre.

- **Búsqueda de antecedentes**

El nombre de nuestra marca debe ser auténtico eso quiere decir que no debe de tener ninguna igualdad a otras marcas ya registradas, ya que de ser así podríamos entrar en conflicto posteriormente.

8.1.4.2. Proceso de registro de Marca

- Llenado del formulario: En donde brindarán información referente a tu marca, los requisitos son los siguientes:
 - Identificación del solicitante
 - Registro de la marca e indicación en donde se explica para que productos o servicios se utilizara la marca
- Examen Formal: Independientemente de la solicitud, Indecopi te pide otros requisitos extras como es el caso de poderes adicionales y firmas
- Pago de tasa: El importe promedio de pago es 534.99 soles por el registro de tu marca

Figura 40 Registro de marca en INDECOPI

N°	Registro de la Marca en INDECOPI	Costo Promedio en S/.
1	Pago de la tasa	534.99
	TOTAL	534.99

Costo Obtenido del portal de INDECOPI

Figura 41 Solicitud de registro de marca


	
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE	
1. DATOS DEL SOLICITANTE <input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)	
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	
<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	
Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas: RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito:	Provincia:
Referencias de domicilio:	
Departamento:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) - De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	
Número de teléfono fijo y/o celular	
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.	
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)	
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____	
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)	
N° de comprobante _____ Fecha de pago _____	
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):	
<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)	
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar sólo de ser el caso):	
5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°:	5.2 Clase(s):
(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.	
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 E-mail: asesoravirtualdsa@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe	
F-MAR-03/03	

Imagen obtenida de Indecopi

8.1.4.3. Después de presentada la solicitud

Si cumples con todos los requisitos preestablecidos Indecopi realiza una publicación gratuita en la “Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial”.

Posterior a ello se debe esperar 30 días que es el tiempo que se le da al público para que pueda apelar contra alguna falta que tenga la marca si en este tiempo no hubo ningún inconveniente se le otorga un certificado indicando la marca definitiva de tu propiedad.

8.1.5. Licencia de funcionamiento

Es otorgada por la municipalidad del distrito en donde vamos a tener nuestra actividad económica la cual va a estar a nombre de la empresa o titular del negocio, en este caso nosotros vamos a tener nuestra planta de funcionamiento en Villa el Salvador y el título de la licencia estará a nombre de infusiones de te saludable SAC.

Para poder obtener esta licencia se requiere lo siguiente:

- Declaración Jurada del lugar en donde se va a establecer la empresa: Bambú Tea se establecerá en Villa El salvador
- DNI de solicitante de licencia: Lo realizará el Administrador de la empresa.
- Vigencia Poder por ser persona jurídica: Documento que se obtendrá en Sunarp con el número de partida de la empresa.
- Pago por Licencia de funcionamiento Inmediata:
- Derecho de inspección técnica de defensa civil
- 2 fotografías del lugar
- Pago por derecho de licencia

Figura 42 Costo de Licencia de funcionamiento

N°	COSTO DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	Costo Promedio en S/.
1	Derecho de Inspeccion de defensa Civil	41.40
2	Derecho de carton de licencia de funcionamiento	10.00
	Planta de funcionamiento	100.00
3	Pago por derecho de Licencia de funcionamiento	33.50
4	Fotografias del lugar	10.00
5	Vigencia Poder	26.00
	TOTAL	220.90

Costos obtenidos de la Municipalidad del Distrito de Villa el Salvador

8.1.6. Registro Sanitario del producto

El órgano de registro sanitario opera en todo el territorio Nacional Peruano y está supervisado por LA AEC (Agencia Española de Consumo), las empresas que producen algún producto de consumo humano están obligados a inscribirse en el registro sanitario, ya que así certifican que el producto está apto para el consumo humano.

Los requisitos para obtener la aprobación son los siguientes:

Solicitud única de Comercio Exterior: Debe contener la siguiente información:

- Razón Social de la empresa que requiere de la inscripción en este caso “Infusión de té Saludable SAC”
- Nombre que indique la naturaleza del producto, el producto que se va a vender es Te dé bambú y su marca es “Bambú Tea”.
- Lugar en donde se fabrica el producto, el producto que se va a obtener es el bambú propiamente y esto se tendrá del propio país nacional es decir Perú Provincia de Junín -Satipo
- Análisis y resultado microbiológico del producto terminado: Que es un examen en donde analizan la materia prima del producto para indicar que el producto es de

buena calidad, la materia primera es el Bambú y gracias a este examen la empresa se cerciorará que el producto es seguro para la venta.

- Relación e ingredientes del producto: Los ingredientes son 0.5 gr. de hojas de bambú y canela (materia prima).
- Condiciones de conservación y almacenamiento: Aquí evaluarán si el producto estará en un lugar adecuado en este punto, la materia prima se encontrará en un lugar fresco y seco a temperaturas de 5 °C y 35 °C
- Datos sobre el envase (tipo, material y presentación): se presentará en papel filtro y cada uno estará envuelto por una cubierta de papel.
- Vida útil: 12 meses
- Sistema de identificación del lote de producción: En donde verificaran el stock de la empresa.
- Declaración Jurada - contenido de rotulado

8.1.7. Contrato Comodato

Este contrato consiste en un préstamo que se da por un activo un determinado tiempo para que la otra persona lo pueda utilizar hasta la finalización del contrato. En este caso Bambú Tea decidió realizar con los socios un contrato de comodato en donde ellos brindaban sus activos en este caso las laptops como préstamos en la empresa promedio de 2 años, con la finalidad de brindarle un ahorro de costos en los primeros años de su creación así la empresa se enfoca en gastos e inversiones más relevantes.

8.2. Aspecto Tributario

La empresa se acogerá a régimen MYPE, ya que somos personas jurídicas domiciliadas en el país esto permitirá que cumplamos con todos los requerido en condiciones simples para lograr efectuar el deber tributario.

Se ingresa a este régimen tributario ya que nuestras ventas no superan las 1700 UIT donde la UIT para el 2021 es de (S/4,400) S/ 7'480,000

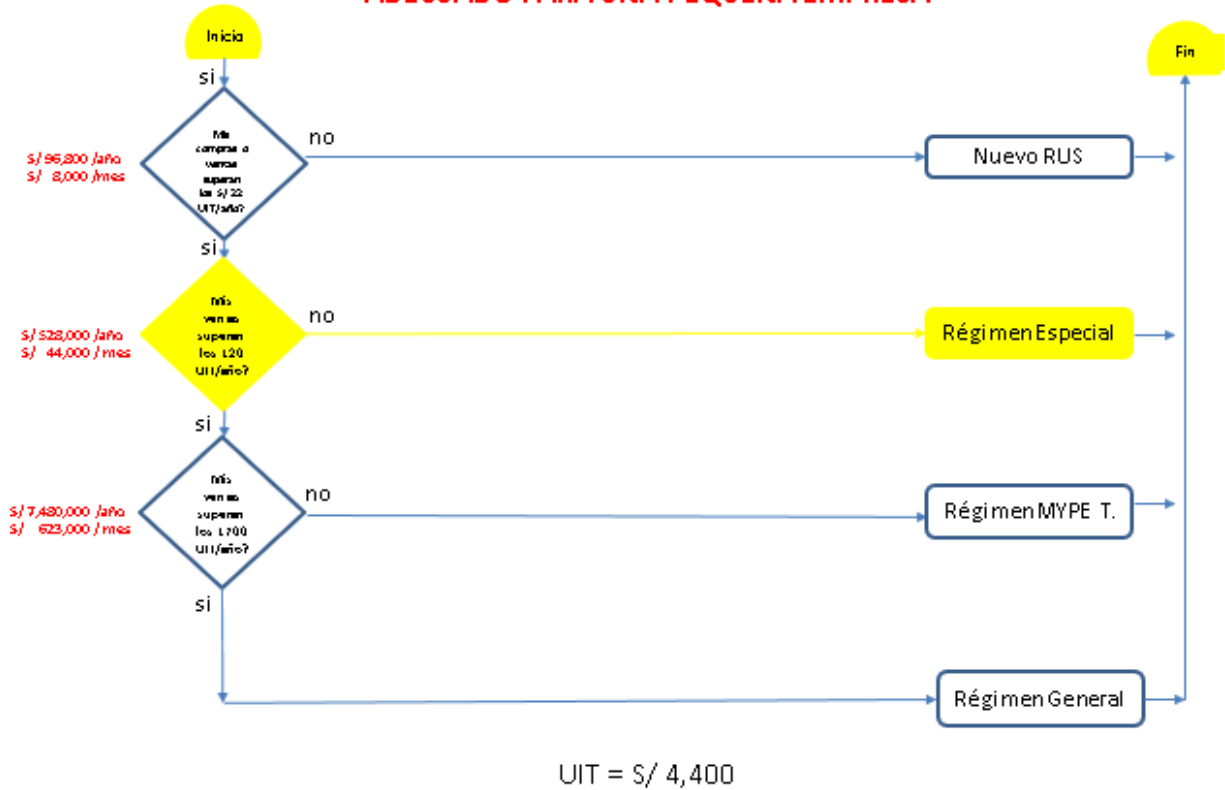
Figura 43 Características régimen tributario

RENTAS DE TERCERA CATEGORÍA				
RÉGIMEN TRIBUTARIO	NRUS	RÉGIMEN ESPECIAL	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO	RÉGIMEN GENERAL
PERSONA NATURAL	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse
PERSONA JURÍDICA	No puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse
LÍMITE DE INGRESOS	S/ 8,000.00 Mensual S/ 96,000.00 Anual	Hasta S/ 525,000.00 Anual	Hasta 1700 UIT	Sin Límites
LÍMITE DE GASTOS	S/ 8,000.00 Mensual S/ 96,000.00 Anual	Hasta S/ 525,000.00 Anual	Hasta 1700 UIT	Sin Límites
COMPROBANTES QUE PUEDEN EMITIR	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.

En el cuadro mencionado podemos ver las características de cada régimen tributario, si bien es cierto Bambú Tea es una empresa que recién está en el mercado, pero el producto que se dará a la venta según encuestas esta solicitado en el mercado y las ventas anuales se encuentra entre los S/ 650,000 en adelante, por el importe podríamos acogernos al Régimen MYPE

Figura 44 Flujo para toma de decisiones respecto a régimen tributario

**FLUJO PARA TOMA DE DECISION RESPECTO AL REGIMEN TRIBUTARIO
ADECUADO PARA UNA PEQUEÑA EMPRESA**



8.2.1. Régimen MYPE

En este régimen se incluyen dos regímenes la micro y pequeña empresa, la microempresa es hasta 150 UIT y la pequeña empresa es hasta 1700 UIT de las ventas. Debido a las ventas proyectadas estaríamos en el régimen MYPE de la Pequeña empresa.

Figura 45 Régimen MYPE Tributario



Fuente: información Obtenida de Sunat

- Beneficios y Ventajas
 - Los importes que se pagarán serán de acuerdo a las ganancias obtenidas
 - Acogimiento a cualquier tipo de actividad
 - Los libros de pagos que se llevará serán en función a los ingresos obtenidos
- Persona que no pertenecen al Régimen Mype

Todos aquellos que superen los 1700 UIT al año, si nuestra empresa llega a superar el importe máximo automáticamente pasaran al Régimen General.
- Acceso al Régimen Mype Tributario: Para acceder a este régimen solo se tiene que realizar la declaración mensual mediante Sunat, automáticamente el sistema reconocerá tu régimen tributario y así sabrás si estas acogido.

- Registro único de la Micro pequeña empresa: Para poder acogerse a ser Micro o Pequeña empresa, la empresa realiza el trámite con el número de RUC y clave SOL así podrán estar inscritos a donde corresponda en nuestro caso a la Pequeña empresa
- Comprobantes a emitir
En este caso los comprobantes a emitir serán:
 - Facturas: Cuando las personas que adquieran el producto son personas jurídicas o personas natural con negocio
 - Boletas: Naturalmente se emitirá a clientes finales que son los que adquieran el producto para el consumo.
- Declaración e impuestos a pagar:
 - Declaración Anual: Si la renta anual llega hasta las 15 UIT se pagará la tasa del 10% si el importe es mayor de 15 UIT se pagará de Tasa 29.50%
 - Declaración Mensual: Con respecto a la renta mensual si los ingresos netos anuales son hasta 300 UIT se utilizará como porcentaje el 1%, si el importe de los ingresos anuales es mayor de 300 UIT, pero menores a 1700 UIT se tendrá que aplicar el 1.5% anual, si hablamos del IGV se paga el 18 % que incluye el 2% del impuesto municipal.

8.3. Aspecto Laboral

En el siguiente cuadro mostraremos las diferencias de la Micro y pequeña empresa ya que mientras más ventas tenemos los beneficios para los empleados aumentan, la base legal según el ministerio de trabajo es Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.

Tabla 46 Beneficios sociales MYPE

BENEFICIOS SOCIALES MYPES		
CONCEPTO	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
<i>Jornada máx.</i>	8 hrs/diarias o 48 hrs/sem	8 hrs/diarias o 48 hrs/sem
<i>Remuneración</i>	Mínima vital (S/930)	Mínima vital (S/930)
<i>Descanso semanal</i>	24 hrs. continuas y días feriados	24 hrs. continuas y días feriados
<i>Vacaciones</i>	15 días anuales	15 días anuales
<i>Horas extras</i>	Sí	Sí
<i>Gratificaciones</i>	-	Dos (Fiestas Patrias y Navidad) = ½ Remuneración
<i>Asignación familiar</i>	-	-
<i>CTS</i>	-	Una anual = ½ Remuneración
<i>Utilidades</i>	-	De acuerdo a D. Leg. 892
<i>Derechos colectivos</i>	-	Se rigen por el régimen de la actividad privada
<i>Indemnización por despido arbitrario</i>	10 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 90	20 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 120
<i>Seguro de salud</i>	SIS (Estado y empleador)	ESSALUD regular 9% sueldo
<i>Seg. Complementario por trabajo de riesgo</i>	-	Cuando corresponda
<i>ONP / AFP</i>	Sí (13% Rem.)	Sí (13% Rem.)

Las MYPES siempre cuenta con beneficios a la mitad para los trabajadores debido a que los ingresos no suelen ser tan altos y la empresa al no generar altos ingresos no se le puede exigir brindar beneficios que no van a lograr cospear.

Por otro lado lo que sí es de rango obligatorio es cumplir con los beneficios básicos del trabajador que es:

- a) El régimen pensionario que puede ser privado o del estado es decir ONP y AFP, el trabajador es libre de elegir a que régimen pensionario quiere pertenecer.
 - ONP: Que corresponde el 13% de la remuneración
 - AFP: Que corresponde en promedio 12.5% de la remuneración

- b) Seguro Social: EsSalud que es el aporte que el empleador paga a los trabajadores, es el 9% del sueldo no es descontado es adicional pero no lo utiliza el trabajador si no va directamente a EsSalud.

IX. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

9.1. Definición

Tecnología de la Información (TI), es una nueva metodología que las empresas están logrando obtener con la finalidad de lograr integrar las áreas y tener de una manera más definida y concreta de los aspectos más importantes a tratar de la empresa. Esto consiste en incorporar en el área administrativa aplicaciones informáticas que logren mejorar los procesos de la misma así lograr que la empresa sea más competitiva en el mercado.

9.2. Fases

- Fase 1: En esta fase se evalúa la planeación estratégica de la empresa, el análisis de los procesos y la aceptación ante los socios del plan de TI para lograr saber si procede o no la incorporación del sistema.
- Fase 2: Se realiza un análisis de las estrategias del negocio para luego realizar el modelo operacional que se van a incluir al modelo TI que se requiera para volver los procesos más eficientes y adecuados, luego se construye la estructura de la organización (perfiles, puestos, habilidades), esta segunda fase culmina con la identificación de las necesidades generales de la empresa.
- Fase 3: Se realiza la definición de los elementos claves a utilizar, continua con los diseños operativos de TI (describen la parte informática a utilizar) y culmina con la estructura de organización de TI.

- Fase 4: Se establece las prioridades para la implantación del TI, luego se procede a realizar un plan que determine el orden del desarrollo del proceso de negocio, posteriormente se realiza un plan de inversión de proceso de costos /beneficio es decir cuánto es lo que va a costar implementar el TI y si a lo largo del tiempo esto va a hacer rentable, finalmente se realiza un estudio de administración del riesgo en donde podemos saber cuáles son las amenazas que puedan repercutir el PETI.

9.3. Sistema ERP como base del departamento TI

Si bien es cierto TI es toda la metodología que se utiliza para poder tener una idea más concreta de que es lo que la empresa necesita para poder lograr que sus procesos sean más eficientes, una vez obtenido el análisis adecuado se procede a elegir cuál es el sistema que nos va a permitir llegar a ese objetivo y este sistema es un Enterprise Resource Planing (ERP).

9.4. ERP

Es una aplicación integradora de gestión la cual se encarga de cumplir con las distintas necesidades que requiere las diversas áreas de la empresa mediante módulos de gestión, con la finalidad de lograr hacer los procesos más eficientes y productivos.

Beneficios:

- Optimización de Recursos: Ya que permite tener una organización más precisa de esta manera se omiten procesos que el propio sistema realiza lo cual permite que el personal se reduzca por ende los costos de la empresa aminoran.
- Adaptación: El ERP tiene la facilidad de adaptarse a cualquier empresa para su crecimiento, para ello solo es cuestión de identificar los procesos para que el ERP pueda adaptarse a las áreas correspondientes y empezar a operar.

- Unificación de Información: Una de las premisas básicas del ERP, es la integración de información es decir el lograr conectar un área con otra y lograr unificarla.
- Mejora el proceso de toma de decisiones: Un ERP tiene como una gran ventaja generar reporte en tiempo real para así poder saber, la situación general de la empresa, gracias a esto se puede agilizar la toma de decisiones y solucionar con más eficiencia los problemas.
- Seguridad y Calidad: Se puede crear accesos por áreas para que así las personas pertinentes vean la información que requieran como también existe la copia de seguridad si en caso hay alguna información de valor que se requiera prevenir en caso mal manejo del sistema, gracias a todas los beneficios obtenido por el ERP, se puede hablar de procesos bien definido-rápidos y producentes en resumen es más sencillo obtener el Certificado de Calidad

9.5. Comparación de proveedores

Para poder elegir la mejor opción hicimos una comparación entre varios Erps en el cual tuvimos el siguiente resultado.

Tabla 47 Comparativo ERP

DETALLES	Eysi Win	Premium Sw	Odoo	Spring
Sistema Operativo	Window	Linux	Software Libre	Windows /Internet
Lenguaje de Programacion	V fox pro 8	Visual Basic	Java	Java
Base de datos	Ms Sql Server	Ms Sql Server	Postegres SQL	Oracle
Costo de modulo	1,400 dolares	2,000 dolares	135 dolares	6,000 dolares
Tiempo de Implementacion	1 mes	2 meses	1 mes	2 meses
Servicios Incluidos	Implementacion , Capacitacion , Mantenimiento	Serv. de instalacion, Capacitacion y lisencias	Obtencionde servidor,Copias de seguridad , Seguridad total,Monitorizacion Permanente, Acceso al soporte tecnico por correo y chat	Implementacion , Capacitacion , Mantenimiento

Odoo como vemos una de sus principales ventajas es su reducido costo esto nos permite poder invertir también en otros implementos necesarios en la empresa, vemos también que nos brindan varios servicios que son puntos claves para manejar el programa, por otro lado el tiempo de implementación que nos brinda el programa es al instante y eso nos permite tener un tiempo de holgura menor que o podemos utilizar e invertir en otros procesos necesarios en la empresa.

9.6. Implementación

En el proceso de implementación se dará lo siguiente

- a) Evaluación de cada uno de los proveedores: Se evaluó entre varias empresas tales como Eysi, Win, Spring, Premium y ODOO, en donde entre varias características las más resaltantes fueron características del ERP, precio y calidad
- b) Selección del proveedor: Elegimos ODOO, debido a que fue la plataforma con las características más adecuadas para empezar en nuestra empresa ya que cuenta con los siguientes beneficios:

- Obtención de servidor: Que es donde se almacenará toda la información que se tendrá en las distintas laptops de la empresa.
 - Copias de seguridad: Sera el respaldo que tendremos en caso un corte de luz o fallo de sistema nuestra información estará asegurada
 - Integración de correo electrónico: Que será el correo que manejará cada miembro de la empresa para identificarse del área a la cual pertenece.
 - Seguridad total: Son todos los respaldos que como empresa nos brindan para poder trabajar con total tranquilidad de que todo está seguro.
 - Acceso al soporte técnico por correo o chat: La Empresa ODOO nos brinda a personas capacitadas que nos ayuden con el sistema si encaso tenemos algún inconveniente.
- c) Selección del equipo de trabajo: Para el proceso de liderar toda esta parte tecnológica se consideró al equipo de Logística el cual podrá facilitar el proceso y los recursos que se requieran.
- d) Selección de los equipos a adquirir: Una vez que tengamos al área encargada en este proceso, dar a la facilidad de la obtención de equipos y materiales tales como conectores, laptops, celulares, etc. necesarios para la puesta en marcha
- e) Adquisición de los equipos: Una vez fijado lo que se va a adquirir el área encargada brindara la facilidad de obtención de los recursos necesarios, en el caso de las laptops se brindará un contrato de comodato en donde los mismos accionistas de la empresa brindaran los equipos el plazo acordado así nos facilitara el costo de las mismas, por otro lado, los celulares serán los que usan cada miembro de la empresa.
- f) Implementación del equipo: Una vez que obtengamos los materiales se empezará la puesta en marcha de la instalación del ERP.

- g) Revisión de la integridad de la base de datos: El ERP empezará a unificar información para así tener la data correspondiente y punto base para la ejecución de los programas.
- h) Instalación del hardware: En este punto se eliminará la tecnología antigua para poder dar paso a la instalación del servidor donde se encontrará toda la información necesaria.

Figura 46 Cronograma implementación ERP

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION						
	1	2	3	4	5	6
1 Evaluacion de cada uno de los proveedores						
2 Selección del proveedor						
3 Selección del equipo de trabajo						
4 Identificación de los equipos a adquirir						
5 adquisición de los equipos						
6 Implementacion del equipo						
7 Revisión de la integridad de la base de datos						
8 Instalacion del Hardware						
9 Instalacion del software piloto						
10 capacitación del personal involucrado						
11 Inicio de operaciones						

9.7. Requerimiento

Para lograr tener un alcance óptimo y poder tener el ERP ODOO como una buena inversión necesitaremos según análisis realizado, los materiales que nos permita lograr satisfacción del producto.

9.8. Adquisición

9.8.1. Selección de proveedor ERP ODDO

- Es un ERP, que permite tener acceso a varias aplicaciones integradas de una manera sencilla y accesible, está en las principales en el mercado debido a su calidad, sencillez y precios.

Figura 47 ERP ODDO

Seleccionar tu Asociación →	Aprendizaje Partner	Oficial Partner
	Compre ahora	Schedule a call
Servicios incluidos		Ready → Silver → Gold
Subscripción gratis a Odoe Enterprise	✓ (*)	✓ (*)
Formación en el producto de eLearning	✓	✓
Conocimiento de Socios	✓	✓
Derechos de marca	✓	✓
Acceso a Enterprise	✓	✓
	10 %	10% → 15% → 20%
	10% (**)	100% (**)
	US\$ 690,00	US\$ 1.950,00
	Compre ahora	Schedule a call
	(*) hasta US\$ 130,00 / año. (**) hasta US\$ 180,00 / mes.	(*) hasta US\$ 1.300,00 / año. (**) hasta US\$ 180,00 / mes.
	Términos y Condiciones	Términos y Condiciones

Fuente: Pagina de ODDO

Figura 48 Aplicaciones ERP ODDO

Elige tus Aplicaciones

<input type="checkbox"/> CRM \$8.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Facturación \$4.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Ventas \$4.00 USD / mes
<input checked="" type="checkbox"/> Web \$8.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Comercio electrónico \$4.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Punto de venta \$8.00 USD / mes
<input checked="" type="checkbox"/> Contabilidad \$8.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Proyecto \$8.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Inventario \$12.00 USD / mes
<input checked="" type="checkbox"/> Fabricación \$16.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Compra \$4.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Hojas de horas \$4.00 USD / mes
<input type="checkbox"/> Marketing electrónico \$4.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Gastos \$4.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Eventos \$4.00 USD / mes
<input type="checkbox"/> Ausencias \$4.00 USD / mes	<input checked="" type="checkbox"/> Contratación \$4.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Valoración \$4.00 USD / mes
<input type="checkbox"/> Suscripciones \$8.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Firmar \$8.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Mantenimiento \$8.00 USD / mes
<input checked="" type="checkbox"/> Calidad \$8.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Studio \$24.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Servicio de asistencia \$8.00 USD / mes
<input type="checkbox"/> Gestión del ciclo de vida ... \$8.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Citas \$4.00 USD / mes	<input type="checkbox"/> Automatización de marke... \$16.00 USD / mes

Anualmente	Mensual
2 Usuarios	\$16.00 USD
Descuento para usuarios [1]	-\$4.00 USD
11 Aplicaciones	\$72.00 USD
Total / mes [2]	\$84.00 USD

[1] Facturado anualmente: \$1,008.00 USD

PRUÉBALO AHORA
Prueba gratuita de 15 días

COMPRA AHORA

[2] Los nuevos clientes obtienen un descuento en la cantidad inicial de usuarios adquiridos. (\$6.00-\$8.00USD en lugar de \$8.00 USD).

9.9. Proceso operativo

En el proceso de implementación estarán afectas 4 áreas principales: Administración, Contabilidad y Finanzas, Comercial y Marketing y operaciones.

Los cuáles serán las armas claves para el funcionamiento de toda la empresa

- **Administración:** Se encargará de ver que todo marche correctamente tanto con la parte gerencial como para con los empleados, realizará una buena gestión de recursos humanos en donde le brindará al empleado los beneficios correspondientes, analizará los reportes de cada área tomará decisiones y velará por el proceso continuo de la empresa por ello tendrá habilitado todos los módulos requeridos.
- **Contabilidad y ventas:** Se encargará de ver las compras ventas verificar que la empresa siempre tenga liquidez y logre analizar la manera de generar mayor rentabilidad, por ello tendrá activo el módulo de facturación, compra, ventas, bancos y demás.

- Comercial y Marketing: Se encargará de que nuestro producto sea cada vez más conocido, que resalte en el mercado y quede grabado en la mente de nuestro público objetivo así podamos crecer como empresa, por ello se habilitarán módulos de marketing global, comercio electrónico, ventas etc.
- Operaciones: Se encarga de velar por toda la logística de la producción del te antes de ser producido durante y después para que logremos ser eficientes en el proceso y sobre todo lograr tener un producto de excelencia por ello tendrá habilitado los módulos de Inventario, punto de ventas, fabricación y demás.

Tabla 29 Módulos ERP

N°	Areas	Modulos	DOLARES	TC	Soles	Costo
1	Admnsitracion	Todos los modulos correspondientes al funcionamiento de la empresa	\$36.00	4.13	S/.148.68	mensual
2	Operaciones	Inventacio ,	\$4.00	4.13	S/.16.52	mensual
3	Contabilidad y finanzas	contabilidad ,facturacion , compra y gastos,venta	\$24.00	4.13	S/.99.12	mensual
4	Comercial y Marketing	Web , comercio electronico ,ventas marketing	\$6.00	4.13	S/.24.78	mensual
Total			\$70.00		S/.289.10	

Costos de las apps adquiridas de Odoo

9.10. Costo de inversión

La única inversión que estaríamos realizando sería en la adquisición del ERP e implementación de los aplicativos a utilizar, debido a que las laptops se obtendrán con el “contrato comodato” y los celulares serán los personales de cada persona integrante en la empresa.

Tabla 48 Costo de inversión

COSTO DE INVERSION					
		CANTIDAD	PU	COSTO TOTAL	COSTO
1	LAPTOPS	4	CONTRATO COMODATO		
2	CELULARES	4	Propio		
3	SOFTWARE ERP	1	S/.2,850.00	S/.2,850.00	C/ANUAL
4	SERV. IMPLEMENT	4	S/.289.10	S/.289.10	C/MENSUAL
TOTAL				S/.3,139.10	

Figura 49 Laptop Lenovo



Figura 50 Celular Samsung



Figura 51 Logo ODOO



X. PLAN FINANCIERO
10.1. Historia financiera de la empresa

La empresa está constituida por 5 socios que tendrá una inversión de S/. 71,429.00, siendo el 70% inversión de los accionistas (S/. 50,000) y el 30% restante (S/. 21,429) lo financiará un banco a una tasa anual del 22%.

A continuación, detallaremos el cuadro y tabla de accionistas.

ACCIONISTAS	% DE PARTICIPACIÓN	S/. PARTICIPACIÓN	
Carreño Cárdenas, Pierre Felipe	21.00%	S/	10,500.00
Correa Suarez, Rosseli Adelaida	22.00%	S/	11,000.00
Dieguez Raa, Karla Alexandra	18.50%	S/	9,250.00
Nostades Mongrut, Carla Giselle	18.00%	S/	9,000.00
Valqui Domínguez, Ingrid Fiorella	20.50%	S/	10,250.00
TOTAL	100.00%	S/	50,000.00

10.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras
10.2.1. Producto

La empresa “Infusión de Té Saludable SAC”, se dedica a la producción y comercialización de infusiones de hojas de bambú.

Contamos con 3 productos: infusión de bambú, bambú con naranja y bambú con manzana y canela.

Producto	Precio referencial	Unidades
Infusión de bambú	S/. 8.00	10,000
Infusión de bambú con naranja	S/. 10.00	19,658
Infusión de bambú con manzana y canela	S/. 12.00	25,575

10.2.2. Costos variables y fijos
Costo variable unitario / Bambú + manzana + canela

Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Manzana deshidratada	S/	0.93	/ Caja 20und
Canela	S/	0.01	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	6.01	

Costo variable unitario / Bambú + naranja

Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Cáscara de naranja	S/	1.13	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	6.20	

Costo variable unitario / Bambú

Hoja de bambú	S/	1.07	/ Caja 20und
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	S/	3.00	/ Caja 20und
Caja contenedora	S/	0.50	/ Caja 20und
Celofán	S/	0.20	/ Caja 20und
Etiquetado	S/	0.30	/ Caja 20und
Monto Total	S/	5.07	

Costo fijo			
MOD	S/	60,450.00	/ año
MOI	S/	28,600.00	/ año
Alquiler	S/	21,600.00	/ año
Gastos administrativos	S/	130,000.00	/ año
Gastos de venta	S/	11,000.00	/ año
Servicios básicos	S/	3,800.00	/ año
	S/	255,450.00	

Descripción	Proveedor	Unidad de medida
Hoja de bambú	FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE EIRL	Kilogramo
Cáscara de naranja	CAMPO GRANDE PERU E.I.R.L.	Kilogramo
Manzana deshidratada	ORGANIX PERU	Kilogramo
Canela	CORPORACIÓN LÍDER PERÚ S.A.	Kilogramo
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	BOLSITAS FILTRANTES BIOGRADABLES SAC	Unidad
Caja contenedora	PERUFLEX S.A.C	Unidad
Celofán	DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA OSMAR SAC	Metro
Etiquetado	PACKINGTECH PERÚ SAC	Unidad

10.2.3. Políticas financieras

- Como deseamos ingresar a supermercados, manejaremos una política de crédito con Wong y Vivanda de 60 a 120 días.
- Se descontarán anualmente la depreciación de los activos de acuerdo a las tasas aceptadas por SUNAT.
- Se desarrollarán KPIs para medir la productividad de la empresa, control de stock, eficacia, entre otros.
- Inicialmente, los insumos serán cancelados en efectivo. Posteriormente, se negociará con los proveedores para acceder a créditos de 30 o 60 días.

10.3. Plan de ventas de la empresa

Para el primer año se proyecta que la empresa cuente con 55,233 unidades de venta.

Este número fue hallado al considerar que el 10% de nuestro público objetivo (13,808 personas) adquieran al menos 4 cajas de infusiones al año.

En los siguientes años se espera que el crecimiento anual de ventas será del 15%. Para finales del quinto periodo se llegará a vender 96,603 unidades.

Anexo 2

10.4. Análisis de costos

En el presupuesto de egresos, se ha calculado que el monto para el primer año será de S/ 559,692.97

En los siguientes periodos se aumentará la cantidad de personal en las áreas Operaciones, Comercial y Finanzas y se espera que a partir del sexto periodo, se incrementen los sueldos de los colaboradores.

Anexo 3

10.5. Punto de equilibrio de la empresa

Enfatiza las relaciones de los factores que afectan a la utilidad. Se determina al restar los ingresos y egresos y el resultado es 0, es decir no hay utilidad ni pérdida.

Este resultado establece el número mínimo de unidades de infusiones de bambú que se deben vender.

Se determinó que la empresa debe vender 8,832 unidades de infusión de bambú; 17,362 de infusión de bambú y naranja y 22,587 de infusión de bambú con manzana y canela para no obtener ganancia ni pérdida.

Anexo 4

10.6. Adquisición de materiales

A continuación se detalla el costo de la materia prima e insumos para la producción de las infusiones de bambú.

Comparamos los precios y políticas de crédito para determinar el mejor proveedor que cuente con las características y calidad de insumos que buscamos para brindar el mejor producto al consumidor.

Anexo 5

10.7. Inversión inicial

Se muestra la inversión inicial de proyecto respecto a los activos tangibles e intangibles que tendrá la empresa antes de iniciar operaciones.

La inversión total será de S/. 71,429.00 siendo el 70% inversión de los accionistas (S/. 50,000) y el 30% restante (S/. 21,429) será financiado mediante una entidad financiera a una tasa anual del 22%.

Anexo 6

10.8. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la número de recursos que tiene la empresa dentro de su patrimonio con el fin de afrontar compromisos de pago y temas relacionados con su actividad económica.

En el anexo 7 se detallan los cálculos.

10.9. Fuente de financiamiento

La empresa, como está iniciando operaciones, contará con financiamiento externo a través del Banco BBVA, quienes financiarán el 30% del proyecto, realizándose un préstamo total de S/. 21,249, con una tasa de interés anual del 22%.

Este préstamo se realizará en un periodo máximo de 5 años.

La diferencia será financiada por cada uno de los socios.

Anexo 8

10.10. Análisis de rentabilidad

En los cuadros observamos que el proyecto obtiene un VAN (con IGV) de S/ 125,672.82 y una TIR (con IGV) de 39%.

Ambos indicadores confirman que el proyecto es aceptado.

Anexo 1 - Entrevistas

Entrevista No. 1

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Edad: 31 años

Distrito: Miraflores

1.- ¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?

Consumo manzanillo, porque me gusta su sabor a comparación de otras infusiones y por los beneficios que otorga, que es un antiinflamatorio y relajante natural.

2.- ¿Qué valora más al comprar una infusión?

Valoro el precio y la marca, para mí la mejor es M'COLLINS porque tiene años en el mercado y eso me inspira confianza.

3.- ¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, bríndenos sus comentarios.

No conozco, no sabía de la existencia de una marca que venda este producto.

4.- Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?

Por los beneficios que ofrece el té hecho a base de hojas de bambú, estoy dispuesta a pagar de 0.40 a 0.50 céntimos la unidad.

5.- ¿Compraría un té con un sabor adicional/añadido? Si tu respuesta es SÍ, ¿qué sabor prefieres?

Sí compraría un té con sabor adicional, me agradaría el de sabor a naranja y en estas épocas de pandemia con más razón porque es básica la vitamina C en nuestro organismo.

6.- Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más té de los que compras usualmente?

Claro que sí porque estaría ahorrando, no lo pienso dos veces. Suelo hacer siempre que encuentre promociones al hacer mis compras.

7.- Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?

Para este tipo de producto prefiero realizar mi compra de manera física porque es fácil de conseguir, con que lo vendan en un supermercado o tiendas por conveniencia no hay necesidad de recurrir al internet. Lo compraría al hacer mis compras de la semana en Metro.

8.- Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?

Si me gustaría y no tendría ningún inconveniente en compartirla en mis redes sociales.

9.- ¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?

Podrían ser promociones de 2 x 1 o 3 x 2.

Otra idea, podría ser que se asocien con alguna otra marca de galletas o queques y lancen packs.

10.- Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.

La manzanilla la consumo antes de dormir porque me relaja y como lo mencione al inicio, dentro de sus propiedades se menciona que es un desinflamante natural y después de un día de estés, de ajeteo me ayuda a dormir tranquila.

Y la peor experiencia fue cuando se me derramó un día en la pierna y me quemé, nada grave felizmente.

Entrevista No. 2

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Edad: 39 años

Distrito: San Borja

1.- ¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?

Hace dos meses consumo té verde para perder peso, ya que está incluido en mi dieta. Antes de esto, tomaba té de canela y clavo o manzanilla en el desayuno.

2.- ¿Qué valora más al comprar una infusión?

La verdad es que yo siento todos los tés con sabores muy similares por eso no tengo una marca favorita, por eso opto por comprar la que tiene un mejor precio o esté con descuento.

3.- ¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, bríndenos sus comentarios.

No tenía idea de la existencia del té hecho a base de hojas de bambú y no podría brindarles mayor detalle sobre esta pregunta.

4.- Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?

Si considero los beneficios de este té pagaría un máximo de 0.50 céntimos la unidad, o sea un filtrante y si cuesta menos lo consumiría más.

5.- ¿Compraría un té con un sabor adicional/añadido? Si tu respuesta es SÍ, ¿qué sabor prefieres?

Definitivamente sí compraría un té con un sabor adicional y compraría el de limón o naranja.

6.- Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más tés de los que compras usualmente?

Sin duda compraría más de lo usual si veo descuentos o promociones.

7.- Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?

Lo compraría de manera física cuando realizo las compras del mes/quincenales o de la semana, no creo que sea necesario el uso del internet, el tiempo que toma hacer la compra y que me lo envíen a casa no vale la pena por un producto que puedo conseguir en un supermercado. Sólo recurriría al internet si no lo encuentro en tienda y porque considero que es un producto de consumo básico en mi hogar.

8.- Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?

Si me gustaría recibir promociones, pero no las compartiría en mis redes sociales porque no suelo mostrar ese tipo de publicaciones. Si el producto es bueno, lo recomendaría en una conversación con amistades, familiares, etc.

9.- ¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?

Que haya descuentos del 40% para las cajas de filtrantes, conozco las de 20, 25 y 100 filtrantes. Esa sería una buena promoción.

10.- Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.

Bueno, con el té verde me está yendo de maravilla, mi sistema digestivo está funcionando muy bien y siento que aporta a mi dieta para bajar de peso. Estoy contenta con los resultados.

Entrevista No. 3

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Edad: 32 años

Distrito: Surquillo

1.- ¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?

Tomo el té tradicional, porque desde pequeño mi mamá me daba ese filtrante en los desayunos.

2.- ¿Qué valora más al comprar una infusión?

El precio, mientras más económico sea, lo compro.

3.- ¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, bríndenos sus comentarios.

Si escuché hace un tiempo que en España vendían ese tipo de té, nunca lo he probado pero la persona que me lo comento sí y le gustó.

4.- Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?

Lo ideal sería que lo vendan al precio de las infusiones que están actualmente en el mercado, pero si cuesta más, no pagaría más de 0.50 céntimos por cada bolsita filtrante.

5.- ¿Compraría un té con un sabor adicional/añadido? Si tu respuesta es Sí, ¿qué sabor prefieres?

Sí, he probado el de limón y es muy rico, me voy más por lo cítrico siempre.

6.- Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más té de los que compra usualmente?

Si claro, tengo que aprovechar las promociones para ahorrar.

7.- Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?

Por un té, prefiero comprarlo en tienda, pero si existe la opción de hacerlo por internet también es una buena idea porque si no lo ubico en ninguna tienda de mi zona, recurro al plan B.

8.- Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?

Si me gustaría recibir promociones y descuentos, pero no soy de publicar en redes sociales este tipo de cosas, en realidad no muevo mucho mis redes sociales.

9.- ¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?

Descuentos del 50%, es una buena promoción.

10.- Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.

Yo estoy acostumbrado a consumir té en el desayuno desde que tengo uso de razón, entonces no sé si es psicológico pero cuando no lo consumo tengo más sueño de lo normal y eso que no es que esté dejando de tomar un café, pero tengo que tomarlo todas las mañanas para sentirme al 100% y estar súper activo.

Entrevista No. 4

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Edad: 32 años

Distrito: Surco

1.- ¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?

Tomo té, por el sabor, lo siento más intenso que otras infusiones y porque es una bebida con 0 calorías.

2.- ¿Qué valora más al comprar una infusión?

El sabor, aroma y sus beneficios.

3.- ¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, bríndenos sus comentarios.

Por ti recién me entero que existe un té hecho a base de hojas de bambú y antes de la entrevista he leído un poco y en definitiva como a mí me gustan mucho los productos naturales y los sabores fuertes siento que mi experiencia sería buena.

4.- Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?

Creo que 0.50 céntimos y máximo 0.80 céntimos cada bolsita de filtrante.

5.- ¿Compraría un té con un sabor adicional/añadido? Si tu respuesta es Sí, ¿qué sabor prefieres?

Sí también, me gusta mucho la manzana así que me inclinaría por un té que incluya ese sabor.

6.- Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más té de los que compras usualmente?

De todas maneras, al hacer mis compras siempre busco promociones y descuentos.

7.- Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?

De manera física, porque por internet demoraría mucho todo el proceso de compra y envío y por un producto así no me conviene, pero no es mala idea tener una tienda virtual tampoco, ya que ante la escases del producto en el mercado lo compro desde su página web.

8.- Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?

Sí, que me envíen todas las promociones por favor y sobre compartirlas en mis redes sociales, no tendría problemas, claro que lo haría si el producto me gusta y es bueno.

9.- ¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?

Que vendan 2 x 1 u otorguen descuentos del 50%, 40%, etc.

10.- Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.

Me gusta tomar el té con amigas, una vez a la semana como mínimo programamos un lonche y tomamos té, es agradable tomarlo siempre acompañada, considero que esa es la mejor experiencia. Y la peor experiencia, no tengo la verdad, si consumo té es porque me agrada.

Entrevista No. 5

Buen día, somos alumnos de la UCSUR, de la carrera administración de empresas, nuestra sala de Zoom ha sido creada para pedirle su apoyo en contestar una entrevista de profundidad, la misma que nos ayudará a obtener información relevante para nuestro trabajo de investigación.

Edad: 35 años

Distrito: Miraflores

1.- ¿Qué tipo de infusión consume más UD. y por qué?

Consumo té, manzanilla y anís, siento que a comparación de otras bebidas son más saludables.

2.- ¿Qué valora más al comprar una infusión?

Valoro más los beneficios.

3.- ¿Conoce alguna tienda o marca que venda un té hecho a base de hojas de bambú?, bríndenos sus comentarios.

No conozco, es una lástima porque por sus propiedades y/o beneficios deberían existir más productos de este tipo en el mercado.

4.- Considerando la variedad de beneficios que ofrece un té hecho a base de hojas de bambú ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar?

Por filtrante pagaría 0.50 céntimos y un máximo de 0.70 céntimos aproximadamente.

5.- ¿Compraría un té con un sabor adicional/añadido? Si tu respuesta es SÍ, ¿qué sabor prefieres?

Sí claro, el de limón y naranja son ricos.

6.- Si presentamos promociones o descuentos ¿compraría más tés de los que compras usualmente?

Si claro, ¿quién no? Tomaría las promociones y descuentos sin dudar.

7.- Para comprar un té ¿Prefieres hacerlo de manera física en tienda u online? ¿por qué?

Yo programo siempre mis compras, trato de hacerlas con tiempo y por eso compraría el té en tienda o por internet, ambas opciones son buenas.

8.- Si nuestro té de bambú cumple con tus expectativas ¿te gustaría recibir nuestras promociones y descuentos, además podrías compartirla en tus redes sociales y recomendarnos?

Sí me gustaría recibir las, pero no las publicaría, lo siento. Sólo publico información de mi marca natural de cosméticos en mis redes sociales.

9.- ¿Qué tipo de promociones te gustaría que lancemos al mercado?

Un 2 x 1 estaría bueno.

10.- Cuéntanos tu mejor y peor experiencia luego de consumir un té.

Me encanta consumir los tés o infusiones en establecimientos con un ambiente cálido, hermosa vista, ahí si pago lo que sea por un té. Y en caso lo tomo mientras leo o veo noticias

Anexo 2 – Plan de ventas
PRESUPUESTO DE INGRESOS

DETALLE Infusión de bambú	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
Precios(p)		S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Ventas (q)		10,000	11,500	13,225	15,209	17,490
Flujo de ingresos constantes (p*q)		S/ 80,000.00	S/ 92,000.00	S/ 105,800.00	S/ 121,670.00	S/ 139,920.50

DETALLE Infusión de bambú con naranja	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
Precios(p)		S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Ventas (q)		19,658	22,607	25,998	29,897	34,382
Flujo de ingresos constantes (p*q)		S/ 196,580.00	S/ 226,067.00	S/ 259,977.05	S/ 298,973.61	S/ 343,819.65

DETALLE Infusión de bambú con manzana y canela	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
Precios(p)		S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00
Ventas (q)		25,575	29,411	33,823	38,896	44,731
Flujo de ingresos constantes (p*q)		S/ 306,900.00	S/ 352,935.00	S/ 405,875.25	S/ 466,756.54	S/ 536,770.02

Volumen de Venta		55,233	63,518	73,046	84,002	96,603
Ingresos		S/ 593,480.00	S/ 682,502.00	S/ 784,877.30	S/ 902,608.90	S/ 1,038,000.23

Anexo 3 – Presupuesto de egresos
Presupuesto de egresos para estimar el IMPUESTO A LA RENTA

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Ventas (q) Infusión bambú / año		10,000	11,500	13,225	15,209	17,490
Ventas (q) Infusión bambú + naranja / año		19,658	22,607	25,998	29,897	34,382
Ventas (q) Infusión bambú + manzana + canela / año		25,575	29,411	33,823	38,896	44,731
Total		55,233	63,518	73,046	84,002	96,603
Hoja de bambú (1)	S / año	S/ 78,983.19	S/ 90,830.67	S/ 104,455.27	S/ 120,123.56	S/ 138,142.09
Cáscara de naranja (2)	S / año	S/ 22,606.70	S/ 25,997.71	S/ 29,897.36	S/ 34,381.96	S/ 39,539.26
Manzana deshidratada (3)	S / año	S/ 25,575.00	S/ 29,411.25	S/ 33,822.94	S/ 38,896.38	S/ 44,730.83
Canela (4)	S / año	S/ 332.48	S/ 382.35	S/ 439.70	S/ 505.65	S/ 581.50
Bolsa de té de papel con filtro con cordón (5)	S / año	S/ 121,512.60	S/ 139,739.49	S/ 160,700.41	S/ 184,805.48	S/ 212,526.30
Caja contenedora (6)	S / año	S/ 27,616.50	S/ 31,758.98	S/ 36,522.82	S/ 42,001.24	S/ 48,301.43
Celofán (7)	S / año	S/ 11,046.60	S/ 12,703.59	S/ 14,609.13	S/ 16,800.50	S/ 19,320.57
Etiquetado (8)	S / año	S/ 16,569.90	S/ 19,055.39	S/ 21,913.69	S/ 25,200.75	S/ 28,980.86
COSTOS VARIABLES		S/ 304,242.97	S/ 349,879.41	S/ 402,361.32	S/ 462,715.52	S/ 532,122.85
MOD (9)		S/ 60,450.00	S/ 60,450.00	S/ 104,000.00	S/ 104,000.00	S/ 104,000.00
MOI (10)		S/ 28,600.00	S/ 28,600.00	S/ 28,600.00	S/ 28,600.00	S/ 28,600.00
Alquiler de local (11)		S/ 21,600.00	S/ 21,600.00	S/ 21,600.00	S/ 21,600.00	S/ 21,600.00
Gastos administrativos (12)		S/ 130,000.00	S/ 130,000.00	S/ 178,100.00	S/ 178,100.00	S/ 178,100.00
Gastos de venta (13)		S/ 11,000.00	S/ 11,000.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00
Servicios básicos (14)		S/ 3,800.00	S/ 3,800.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Depreciación y amortización (15)						
Impuesto a la renta (16)						
COSTOS FIJOS		S/ 255,450.00	S/ 255,450.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00
TOTAL DE EGRESOS		S/ 559,692.97	S/ 605,329.41	S/ 747,861.32	S/ 808,215.52	S/ 877,622.85

Anexo 4 – Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRODUCTO	Precio Unitario (p)	Costo variable unitario (cv)	Margen de contribución	MCU	MCP	PE (Unidades Totales)	PE (Unidades Monetarias)
Infusión de bambú	9	S/ 4.63	18%	S/ 4.37	0.79	8,832	S/ 79,486.71
Infusión de bambú + naranja	10	S/ 5.78	36%	S/ 4.22	1.50	17,362	S/ 173,616.64
Infusión de bambú + manzana + canela	12	S/ 5.64	46%	S/ 6.36	2.94	22,587	S/ 271,049.68

Anexo 5 – Adquisición de materiales

Descripción	Proveedor	Unidad de medida
Hoja de bambú	FORESTBAMBU ESENCIA DEL BOSQUE EIRL	Kilogramo
Cáscara de naranja	CAMPO GRANDE PERU E.I.R. L	Kilogramo
Manzana deshidratada	ORGANIX PERU	Kilogramo
Canela	CORPORACIÓN LÍDER PERÚ S.A.	Kilogramo
Bolsa de té de papel con filtro con cordón	BOLSITAS FILTRANTES BIOGRADABLES SAC	Unidad
Caja contenedora	PERUFLEX S.A.C	Unidad
Celofán	DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA OSMAR SAC	Metro
Etiquetado	PACKINGTECH PERÚ SAC	Unidad

Anexo 6 – Inversión inicial
INVERSION FIJA

DETALLE	INVERSIONES		
	Sin IGV	Incluye IGV	IGV
Activos fijos tangibles			
Terrenos			
Maquinaria y equipos	S/ 8,516.52	S/ 10,386.00	S/ 1,869.48
Edificaciones			
Vehículos			
Muebles y enseres	S/ 5,002.00	S/ 6,100.00	S/ 1,098.00
Equipo de cómputo	S/ 18,860.00	S/ 23,000.00	S/ 4,140.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/ 32,378.52	S/ 39,486.00	S/ 7,107.48
Activos fijos intangibles			
Trámites y licencias en la Municipalidad	S/ 181.14	S/ 220.90	S/ 39.76
Constitución de la empresa	S/ 7,388.60	S/ 9,010.49	S/ 1,621.89
ERP	S/ 2,574.06	S/ 3,139.10	S/ 565.04
Imprevistos	S/ 11,129.46	S/ 13,572.51	S/ 2,443.05
Costos de anteproyecto (estudios definitivos)	S/ 4,920.00	S/ 6,000.00	S/ 1,080.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/ 26,193.26	S/ 31,943.00	S/ 5,749.74
TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto)	S/ 58,571.78	S/ 71,429.00	S/ 12,857.22

VALOR DE RECUPERO DE LA INVERSION FIJA

DETALLE	INVERSIONES		
	Sin IGV	Incluye IGV	IGV
Activos fijos tangibles			
Terrenos			
Maquinaria y equipos	S/ 2,980.78	S/ 3,517.32	S/ 536.54
Edificaciones			
Vehículos			
Muebles y enseres	S/ 750.30	S/ 885.35	S/ 135.05
Equipo de cómputo	S/ 7,544.00	S/ 8,901.92	S/ 1,357.92
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/ 11,275.08	S/ 13,304.60	S/ 2,029.51
Activos fijos intangibles			
Trámites y licencias en la Municipalidad			
Constitución de la empresa			
ERP			
Imprevistos			
Costos de anteproyecto (estudios definitivos)			
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto)	S/ 11,275.08	S/ 13,304.60	S/ 2,029.51

Anexo 7 – Capital de trabajo

METODO DEL PERIODO DE DESFASE

CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Costo total		S/ 559,692.97	S/ 605,329.41	S/ 747,861.32	S/ 808,215.52	S/ 877,622.85
Necesidad de Capital de Trabajo		S/ 62,188.11	S/ 67,258.82	S/ 83,095.70	S/ 89,801.72	S/ 97,513.65
Incremento de capital de trabajo	S/ 62,188.11	S/ 5,070.72	S/ 15,836.88	S/ 6,706.02	S/ 7,711.93	-S/ 97,513.65

Valor de recupero del capital de trabajo: **S/ 97,513.65**

Anexo 8 - Fuente de financiamiento

FINANCIAMIENTO

CONCEPTO			
	Sin IGV	Incluido IGV	IGV
Inversión en activos fijos	S/ 58,571.78	S/ 71,429.00	S/ 12,857.22
Inversión en capital de trabajo	S/ 83,476.39	S/ 101,800.48	S/ -
Inversión total	S/ 142,048.17	S/ 173,229.48	S/ 12,857.22

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

	42,614
S/ 142,048.17	
	99,434

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

	30%
	70%

Sin considerar el IGV de los activos fijos

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Considerando el
IGV de los activos
fijos

		42,614
S/ 173,229.48		
		130,615

130,615
99,434
31,181

Aporte total del accionista considerando el IGV de los activos fijos
Aporte del accionista sin considerar el IGV de los activos fijos
IGV de la inversión en activos fijos

Anexo 9 – Pago de deuda

SERVICIO DEL PAGO DE LA DEUDA

Monto del préstamo	S/ 21,249.00	
Tasa de interés	22%	anual sobre saldos
Plazo	5	amortización de la deuda
Pagos	Cuotas constantes	
Cuota constante	S/ 7,420.28	

SERVICIO DE LA DEUDA

	0	1	2	3	4	5
<i>Saldo inicial</i>		S/ 21,249.00	S/ 18,503.50	S/ 15,154.00	S/ 11,067.60	S/ 6,082.19
<i>Interés</i>		S/ 4,674.78	S/ 4,070.77	S/ 3,333.88	S/ 2,434.87	S/ 1,338.08
<i>Amortización</i>		S/ 2,745.50	S/ 3,349.51	S/ 4,086.40	S/ 4,985.41	S/ 6,082.19
<i>Saldo final</i>	S/ 21,249.00	S/ 18,503.50	S/ 15,154.00	S/ 11,067.60	S/ 6,082.19	S/ 0.00

Anexo 10 – Depreciación y amortización de inversión fija

DETALLE	INVERSION INICIAL	Depreciación		HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					Valor de recupero	
		Vida útil	(%)							
				1	2	3	4	5	Año 5	
Tangibles										
1	Terrenos		0	0%						S/ 0.00
2	Máquinas y equipos	S/ 10,386.00	5	20%	S/ 2,077.20	S/ 2,077.20	S/ 2,077.20	S/ 2,077.20	S/ 2,077.20	S/ 0.00
3	Edificaciones		5	20%	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
4	Vehículos		3	33%	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00			S/ 0.00
5	Muebles	S/ 6,100.00	3	33%	S/ 2,033.33	S/ 2,033.33	S/ 2,033.33			S/ 0.00
6	Equipo de cómputo	S/ 23,000.00	2	50%	S/ 11,500.00	S/ 11,500.00				S/ 0.00
SUB TOTAL EN TANGIBLES (A)		S/ 39,486.00			S/ 15,610.53	S/ 15,610.53	S/ 4,110.53	S/ 2,077.20	S/ 2,077.20	S/ 0.00
Intangibles										
1	Trámites y licencias en la Municipalidad	S/ 220.90	10	10%	S/ 22.09	S/ 22.09	S/ 22.09	S/ 22.09	S/ 22.09	S/ 110.45
2	Constitución de la empresa	S/ 9,010.49	10	10%	S/ 901.05	S/ 901.05	S/ 901.05	S/ 901.05	S/ 901.05	S/ 4,505.25
3	ERP	S/ 3,139.10	10	10%	S/ 313.91	S/ 313.91	S/ 313.91	S/ 313.91	S/ 313.91	S/ 1,569.55
4	Imprevistos	S/ 13,572.51	10	10%	S/ 1,357.25	S/ 1,357.25	S/ 1,357.25	S/ 1,357.25	S/ 1,357.25	S/ 6,786.26
5	Costos de anteproyecto (estudios definitivos)	S/ 6,000.00	10	10%	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 600.00	S/ 3,000.00
SUB-TOTAL EN INTANGIBLES (B)		S/ 31,943.00			S/ 3,194.30	S/ 3,194.30	S/ 3,194.30	S/ 3,194.30	S/ 3,194.30	S/ 15,971.50
TOTAL (A + B)		S/ 71,429.00								
TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION					S/ 18,804.83	S/ 18,804.83	S/ 7,304.83	S/ 5,271.50	S/ 5,271.50	S/ 15,971.50

Anexo 11 – Módulo de IGV

MODULO DE IGV (FCE)

	0	1	2	3	4	5
+ IGV Ingresos de efectivo		S/ 106,826.40	S/ 122,850.36	S/ 141,277.91	S/ 162,469.60	S/ 186,840.04
- IGV Costos fijos (*)		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
- IGV Costos variables		S/ 54,763.73	S/ 62,978.29	S/ 72,425.04	S/ 83,288.79	S/ 95,782.11
- Depreciación y amortización						
- Interés						
= Utilidad antes de impuestos						
- Impuesto a la renta						
= Utilidad después de impuestos						
+ Depreciación y amortización						
+ Préstamo						
- Amortización						
= FLUJO OPERATIVO						
- IGV Inversión fija	S/ 12,857.22					
- Inversión en capital de trabajo						
+ IGV Valor de recupero de la inversión fija						S/ 2,029.51
+ Valor de recupero del capital de trabajo						
= FLUJO NO OPERATIVO						
- IGV pagado a los proveedores	S/ 12,857.22	S/ 54,763.73	S/ 62,978.29	S/ 72,425.04	S/ 83,288.79	S/ 95,782.11
+ IGV recibido de los clientes	S/ -	S/ 106,826.40	S/ 122,850.36	S/ 141,277.91	S/ 162,469.60	S/ 188,869.56
= FLUJO DE IGV	-S/ 12,857.22	S/ 52,062.67	S/ 59,872.07	S/ 68,852.88	S/ 79,180.81	S/ 93,087.44

Anexo 12 – Flujo de Caja
FLUJO DE CAJA ECONOMICO

	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos de efectivo		S/ 593,480.00	S/ 682,502.00	S/ 784,877.30	S/ 902,608.90	S/ 1,038,000.23
- Costos fijos (*)		S/ 255,450.00	S/ 255,450.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00
- Costos variables		S/ 304,242.97	S/ 349,879.41	S/ 402,361.32	S/ 462,715.52	S/ 532,122.85
- Depreciación y amortización		S/ 18,804.83	S/ 18,804.83	S/ 7,304.83	S/ 5,271.50	S/ 5,271.50
= Utilidad antes de impuestos		S/ 14,982.20	S/ 58,367.76	S/ 29,711.15	S/ 89,121.88	S/ 155,105.88
- Impuesto a la renta (10% de utilidad antes impuesto))		S/ 1,498.22	S/ 5,836.78	S/ 2,971.11	S/ 8,912.19	S/ 15,510.59
= Utilidad después de impuestos		S/ 13,483.98	S/ 52,530.98	S/ 26,740.03	S/ 80,209.69	S/ 139,595.29
+ Depreciación y amortización		S/ 18,804.83	S/ 18,804.83	S/ 7,304.83	S/ 5,271.50	S/ 5,271.50
= FLUJO OPERATIVO		S/ 32,288.81	S/ 71,335.81	S/ 34,044.86	S/ 85,481.19	S/ 144,866.79
- Inversión fija	S/ 71,429.00					
- Inversión en capital de trabajo	S/ 62,188.11	S/ 5,070.72	S/ 15,836.88	S/ 6,706.02	S/ 7,711.93	-S/ 97,513.65
+ Valor de recuperado de inversión fija						S/ 15,971.50
+ Valor de recuperado del capital de trabajo						S/ 97,513.65
= FLUJO NO OPERATIVO	-S/ 133,617.11	-S/ 5,070.72	-S/ 15,836.88	-S/ 6,706.02	-S/ 7,711.93	S/ 113,485.15
= FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS (SIN IGV)	-S/ 133,617.11	S/ 27,218.10	S/ 55,498.94	S/ 27,338.84	S/ 77,769.26	S/ 258,351.94
+ DESEMBOLSO	-S/ 12,857.22					
+ RECUPERO		S/ 52,062.67	-S/ 39,205.45			
+ PAGO A SUNAT (IGV)			S/ 99,077.51	S/ 68,852.88	S/ 79,180.81	S/ 93,087.44
- FLUJO DE IGV	-S/ 12,857.22	S/ 52,062.67	S/ 59,872.07	S/ 68,852.88	S/ 79,180.81	S/ 93,087.44
= FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (CON IGV)	-S/ 146,474.33	S/ 79,280.77	S/ 16,293.49	S/ 27,338.84	S/ 77,769.26	S/ 258,351.94

VANE sin IGV (%) = S/ 122,903.11

VANE con IGV (%) = S/ 125,672.82

TIRE sin IGV = 38%

TIRE con IGV = 39%

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos de efectivo		S/ 593,480.00	S/ 682,502.00	S/ 784,877.30	S/ 902,608.90	S/ 1,038,000.23
- Costos fijos (*)		S/ 255,450.00	S/ 255,450.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00	S/ 345,500.00
- Costos variables		S/ 304,242.97	S/ 349,879.41	S/ 402,361.32	S/ 462,715.52	S/ 532,122.85
- Depreciación y amortización		S/ 18,804.83	S/ 18,804.83	S/ 7,304.83	S/ 5,271.50	S/ 5,271.50
- Intereses		S/ 4,674.78	S/ 4,070.77	S/ 3,333.88	S/ 2,434.87	S/ 1,338.08
= Utilidad antes de impuestos		S/ 10,307.42	S/ 54,296.99	S/ 26,377.27	S/ 86,687.00	S/ 153,767.80
- Impuesto a la renta (29.5% de utilidad antes impuesto))		S/ 3,040.69	S/ 16,017.61	S/ 7,781.29	S/ 25,572.67	S/ 45,361.50
= Utilidad después de impuestos		S/ 7,266.73	S/ 38,279.38	S/ 18,595.97	S/ 61,114.34	S/ 108,406.30
+ Depreciación y amortización		S/ 18,804.83	S/ 18,804.83	S/ 7,304.83	S/ 5,271.50	S/ 5,271.50
- Amortización de la deuda		S/ 2,745.50	S/ 3,349.51	S/ 4,086.40	S/ 4,985.41	S/ 6,082.19
+ Préstamo	S/ 21,249.00					
= FLUJO OPERATIVO	S/ 21,249.00	S/ 23,326.07	S/ 53,734.70	S/ 21,814.41	S/ 61,400.43	S/ 107,595.60
- Inversión fija	S/ 71,429.00					
- Inversión en capital de trabajo	S/ 62,188.11	S/ 5,070.72	S/ 15,836.88	S/ 6,706.02	S/ 7,711.93	-S/ 97,513.65
+ Valor de recupero de la inversión fija						S/ 15,971.50
+ Valor de recupero del capital de trabajo						S/ 97,513.65
= FLUJO NO OPERATIVO	-S/ 133,617.11	-S/ 5,070.72	-S/ 15,836.88	-S/ 6,706.02	-S/ 7,711.93	S/ 113,485.15
= FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS (SIN IGV)	-S/ 112,368.11	S/ 18,255.35	S/ 37,897.82	S/ 15,108.39	S/ 53,688.51	S/ 221,080.75
+ DESEMBOLSO	-S/ 12,857.22					
+ RECUPERO		S/ 52,062.67	-S/ 39,205.45			
+ PAGO A SUNAT (IGV)			S/ 99,077.51	S/ 68,852.88	S/ 79,180.81	S/ 93,087.44
- FLUJO DE IGV	-S/ 12,857.22	S/ 52,062.67	S/ 59,872.07	S/ 68,852.88	S/ 79,180.81	S/ 93,087.44
= FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (CON IGV)	-S/ 125,225.33	S/ 70,318.02	-S/ 1,307.62	S/ 15,108.39	S/ 53,688.51	S/ 221,080.75

VANE sin IGV (%) = S/ 82,709.11
 VANE con IGV (%) = S/ 85,478.82

TIRE sin IGV = 33%
 TIRE con IGV = 34%

Anexo 13 – EGP Proyectado

EGP PROYECTADO

	0	1	2	3	4	5
Ingresos de efectivo		593,480	682,502	784,877	902,609	1,038,000
Costos fijos (*)		255,450	255,450	345,500	345,500	345,500
Costos variables		304,243	349,879	402,361	462,716	532,123
Depreciación y amortización		18,805	18,805	7,305	5,272	5,272
Utilidad operativa		14,982	58,368	29,711	89,122	155,106
Intereses		4,675	4,071	3,334	2,435	1,338
Utilidad antes de impuestos		10,307	54,297	26,377	86,687	153,768
Impuesto a la renta		3,041	16,018	7,781	25,573	45,362
Utilidad después de impuestos		7,267	38,279	18,596	61,114	108,406

Anexo 14 – Análisis de sensibilidad
SELECCIÓN DE INPUTS DE MAYOR IMPACTO EN EL OUTPUT
INPUTS

	Promedio	Desv. Std	Valor aleatorio	
Precio	8.00	0.50	8.40	S/. und
Cantidad vendida diariamente	151	20	123	und / día
Tasa de crecimiento anual de las ventas	15%	0.50%	15%	
Costo unitario variable (mayor impacto)	2.20	0.05	2.20	S/. und
Costo fijo (mayor impacto)	130,000.0	5,000	130,469	S/. Año
Máquinas y equipos	10,386.0	1,000	9,060	S/. Año
Vehículos	-	-	-	S/. Año

Conclusiones

- Es importante resaltar la ventaja competitiva de nuestros 3 productos en un determinado nicho de mercado para posicionar la marca Bambú Tea. Esta ventaja como estrategia de penetración de mercado nos ayudará a afrontar los altos impactos negativos que han sido analizados en el macro y microentorno. Bambú Tea como marca nueva en el rubro de infusiones filtrantes deberá centrar sus estrategias en crear una percepción de alto valor, ya que liderar en costos resulta irreal.
- Para que el proyecto sea factible, es necesario que la empresa cuente con el capital necesario. Ya se tiene conocimiento que el acceso a la materia prima será a través de diferentes proveedores ubicados en diversos departamentos del país.
- Gracias a nuestra investigación de estudio de mercado y plan de marketing hemos logrado identificar para efectuar la implementación de nuestra empresa, de la misma forma confirmamos que Bambú Tea despierta el interés de nuestro público objetivo el cual estaría dispuesto a comprar nuestro producto.
- En área de RR. HH debe enfocarse en el reclutamiento del personal que cumpla con el perfil del puesto de trabajo, realizar capacitaciones constantes, evaluaciones de desempeño por parte del jefe inmediato. El reto del equipo de Recursos Humanos es que cada colaborador se comprometa con la cultura de la empresa y se sienta parte de ella.
- Es importante realizar la investigación necesaria de toda la documentación que se requiere para la constitución y formalización de la empresa con la finalidad de poder tener un crecimiento constante y llegar a sobresalir en el mercado.
- El tener un ERP nos permite poder integrar herramientas para tener rapidez y una buena calidad de trabajo así también poder tener cuadros estadísticos e informes más exactos de la realidad de la empresa.
- Para el primer año de operaciones, nos dirigiremos al 10% de la TAM, debido a que es un producto nuevo y no es muy común ver en Lima una infusión hecha a base de bambú.
- Se espera obtener un flujo de caja financiero de S/. 70,318 y para los próximos periodos se buscará reducir costos para obtener un mayor porcentaje de ganancia.

Recomendaciones

- Considerando que la empresa se encuentra claramente establecida como SAC ,se recomienda que al incremento de los ingresos y del crecimiento de la empresa logren tener un directorio para mejores decisiones.
- Se recomienda realizar mantenimiento de material utilizado para que así mantengamos la agilización de las gestiones de la empresa y así podamos continuar con la eficiencia del sistema.
- Enfocar la continuidad de la investigación y análisis en los proveedores de hojas de bambú guadua; así mismo, actualizar y reforzar las estrategias con la información nueva recolectada.
- Afianzar el tema de negociación para la introducción de nuestro producto a supermercados, minimarkets y tiendas por conveniencia.
- Se recomienda realizar una búsqueda más exhaustiva de proveedores debido a que los precios de la materia prima (hojas de bambú, cascara de naranja y manzana deshidratada) son muy altos. La búsqueda debe centrarse en reducir costos sin perder calidad. Asimismo, se deberán de buscar más proveedores de transporte que cumpla con los requisitos por la empresa ya que el proyecto es factible en el mercado.
- En los próximos años, el área de RR. HH debe elevar los sueldos del Gerente y jefes de área, ya que están por debajo del mercado. También tener en cuenta las capacitaciones que se les brindara a nuestro personal tanto administrativo y operativo con empresas terceras.
- Captar a un mayor porcentaje de personas en los siguientes periodos para lograr un crecimiento sostenido.
- Realizar un mejor análisis de sensibilidad para tomar una decisión, asegurar la calidad y tener una mejor asignación de recursos.

Bibliografía

Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPAS) | DIGESA. (2010). MINISTERIO DE TRABAJO.

<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28>

Registrar o constituir una empresa. (2021, 15 octubre). Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

Inicio - Indecopi. (2018). INDECOPI. <https://www.indecopi.gob.pe/web/plataforma-marcas>

Régimen tributario | Emprender. (2018). SUNAT. <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimen-tributario>

REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO. (2019b). Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/munitarica/informes-publicaciones/365950-requisitos-para-obtener-la-licencia-de-funcionamiento>

Averiguaciones de precios en Notaria de villa el Salvador Susana Gutierrez Pradell, Municipalidad de Villa el Salvador.

Pablo González Fernández. (2015). Implantación de un SISTEMA ERP en una PYME.

Planes y Precios. (2020). ODOO. https://www.odoo.com/es_ES/become-a-partner/pricing

Implementación de un ERP -Pablo Gonzales Fernandez PFC – ETIG. 2015 <https://compuempresa.com/info/forestbambu-esencia-del-bosque-eirl-20601315930>

http://infobosques.com/portal/wp-content/uploads/2016/09/Bambu_JosefinaTakahashi.pdf

<https://www.ual.es/universidad/serviciosgenerales/recursoshumanos> <https://www.gob.pe/565-consultar-el-estado-del-ruc>

https://www.usmp.edu.pe/centro_bambu_peru/pdf/DIRECTORIO_SECTOR_%20BAMBU-2019.pdf

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66580/1/libro_contable_administrativo.pdf

<https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/4164/berrospi-sanchez-davys.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Creación del logo: <https://studio.tailorbrands.com/brands/free>

Información general sobre el bambú:

<https://www.lavanguardia.com/comer/verduras/20190220/46571247571/bambu-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

<https://www.mundodeportivo.com/uncomo/salud/articulo/propiedades-del-bambu-para-la-salud-45932.html>

<https://www.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/beneficios-poco-conocidos-del-bambu>

<https://www.cuidadodelasalud.com/g-sn/i-nc/5-an/para-que-sirve-la-hoja-de-bambu/>

<https://www.bekiasalud.com/articulos/conoce-propiedades-bambu-para-salud/>

<https://blog.hola.com/farmaciameritxell/2018/09/bambu-propiedades-y-beneficios.html> Información general sobre el té de bambú:

<https://www.teainstitute.cl/2021/07/04/sera-el-te-de-bambu-la-proxima-infusion-de-moda/>

<https://www.losvinos.com.ar/bebidas/te-de-bambu/> <https://tetique.com/blogs/noticias/infusion-hoja-bambu-ecologico-tetique>

<https://www.youtube.com/watch?v=HrWjUphdsTY>

https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1028/cap01.pdf Marcas

de té de bambú en Perú: <http://www.libiakperu.com/es/te-bambu-filtrante.php>

Información de otras infusiones: <https://nutricionyfarmacia.es/blog/salud/fitoterapia/manzanilla-beneficios-para-la-salud/>

<https://www.lekue.com/es/blog/hierba-luisa-propiedades-beneficios/>

<https://www.lr21.com.uy/salud/1293690-propiedades-beneficios-anis-salud-planta-medicinal>

<https://www.lavanguardia.com/comer/20180902/451538929748/anis-valor-nutricional-propiedades-beneficios.html>

https://www.clarin.com/buena-vida/para-que-sirve-el-te-verde-sus-beneficios-para-la-salud_0_v2obNBWW.html