



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIO DE INNOVACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE
MACA EN POLVO”

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

Presentado por:

Fiorella Prado Condori (0000-0001-6656-6734)

Josselin Marisol Ramos Canchari (0000-0001-8541-455X)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 11/03/2022

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

Mg. María del Rocío Quispe Cisneros

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PLAN DE NEGOCIO DE INNOVACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MACA EN POLVO

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071644	Prado Condori, Fiorella
100071275	Ramos Canchari, Josselin Marisol

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	
100071644	Prado Condori, Fiorella	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
100071275	Ramos Canchari, Josselin Marisol	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. María del Rocío Quispe Cisneros

Tabla de contenido

Índice general	5
Índice de figuras	5
Índice de tablas	6
Índice de anexos	7
1. CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	11
1.1. Análisis del entorno	11
1.1.1. PESTEL	11
A. Político	11
B. Económico	12
C. Social	13
D. Tecnológico	14
E. Ecológico	15
F. Legal	16
1.1.2. PORTER	17
A. Rivalidad entre competidores	17
B. Amenaza de nuevos competidores	18
C. Amenaza de productos sustitutos	19
D. Poder de negociación de los proveedores	20
E. Poder de negociación de clientes	21
1.2. Sondeo de Mercado	21
1.2.1. Mercado local	21
1.3. Análisis de la empresa	24
2. CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO	24
2.1. Visión	24
2.2. Misión	25
2.3. Objetivos estratégicos	25
2.3.1. Objetivo General	25
2.3.2. Objetivos específicos	25
2.4. Estrategia del negocio	25
2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	25
3. CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING	26

3.1.	Objetivos de marketing	26
3.2.	Marketing mix	26
3.3.	Descripción de producto o servicio	26
3.4.	Estrategia de precio	28
3.5.	Estrategia de distribución de plaza	30
3.5.1.	Canales de distribución	30
A.	Venta en centro comerciales	31
B.	Venta en gimnasios	31
C.	Tienda física	31
D.	Venta por aplicativo	32
3.6.	Estrategia de promoción	32
3.7.	Estrategia de atención al cliente o servicio de postventa	32
3.8.	Estrategia de posicionamiento	33
A.	Posicionamiento según su estilo de vida:	33
B.	Posicionamiento basado en beneficio:	33
4.	CAPÍTULO 4 PLAN DE OPERACIONES	34
4.1.	Objetivos	34
4.2.	Actividades previas al inicio de la producción	34
4.3.	Proceso de producción del bien o servicio	35
A.	Adquisición de la materia prima	35
B.	Almacenamiento y secado de la materia prima	36
C.	Prelavado de la materia.	36
D.	Lavado y desinfectado de la materia	37
E.	Triturado de la materia.	37
F.	Proceso de extrusión	38
G.	Molienda y tamizado	38
H.	Dosificado y envasado.	39
I.	Almacén de productos terminados	39
J.	Área de sellado y empaquetado	40
5.	CAPÍTULO 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	42
5.1.	Estrategias	42
A.	Estrategias de reclutamiento	42
B.	Estrategias de selección	43

C.	Estrategias de contratación de personal	43
5.2.	Estrategias	44
A.	Estrategias de inducción	44
B.	Estrategias de capacitación	45
C.	Estrategias de evaluación	45
5.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	45
5.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	46
A.	Seguros de Salud	46
B.	Pago de gratificaciones	46
C.	Pago de CTS	47
D.	Pensiones	47
E.	Asignación Familiar	47
6.	CAPÍTULO 6. PLAN FINANCIERO	48
6.1.	Historia financiera	48
6.2.	Políticas económicas y financieras	48
6.3.	Plan de ventas	49
6.4.	Análisis de costos	50
6.5.	Punto de equilibrio	51
6.6.	Adquisición de insumos para la producción	52
6.7.	Inversión inicial	56
6.8.	Capital de trabajo	58
6.9.	Fuentes de financiamiento	58
6.10.	Flujo de caja proyectado	59
6.11.	Análisis de rentabilidad	60
6.12.	Estado de Resultados proyectado	61
6.13.	Balance General proyectado	62
6.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo	62
7.	CAPÍTULO 7. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA ORGANIZACIÓN	63

Índice general

Índice de figuras

ILUSTRACIÓN 1. INESTABILIDAD POLÍTICA Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA	9
ILUSTRACIÓN 2. % DEL PBI	10
ILUSTRACIÓN 3. ALIMENTOS QUE PREVIENE EL COVID-19	11
ILUSTRACIÓN 4. COMPETITIVIDAD DIGITAL EN AMÉRICA	12
ILUSTRACIÓN 5. TOP ENVIRONMENTAL ISSUES GLOBALLY	13
ILUSTRACIÓN 6. ENVASES Y BOLSAS ECOLOGICAS	14
ILUSTRACIÓN 7. LOGO REPRESENTATIVO DE LA EMPRESA MACA EN POLVO	22
ILUSTRACIÓN 8. LOGO DE LA MARCA "MACA ANDINA"	24
ILUSTRACIÓN 9. MODELO DEL EMPAQUE DE MACA ANDINA	25
ILUSTRACIÓN 10. SELECCIÓN DE CALIDAD DE MATERIA PRIMA.	32
ILUSTRACIÓN 11. PRELAVADO DE LA MATERIA	33
ILUSTRACIÓN 12. DESINFECCIÓN DE LA MATERIA	34
ILUSTRACIÓN 13. MÁQUINA TRITURADORA	34
ILUSTRACIÓN 14. MÁQUINA SECADORA DE GRANOS	35
ILUSTRACIÓN 15. MOLINO DE MARTILLO PARA GRANOS	35
ILUSTRACIÓN 16. MÁQUINA DE ENVASADO Y SELLADO DE POLVO	36
ILUSTRACIÓN 17. ALMACÉN DE PRODUCTOS TERMINADOS	36
ILUSTRACIÓN 18. ELABORACIÓN PROPIA	38
ILUSTRACIÓN 19. MODELO DE MUESTRAS GRATIS	46
ILUSTRACIÓN 20. PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA MACA PERUANA	54

Índice de tablas

TABLA 1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	20
TABLA 2: PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS DE MACA ANDINA	26
TABLA 3: PRECIO DE LA COMPETENCIA	26
TABLA 4: CANTIDAD DE TRABAJADORES	31
TABLA 5: BENEFICIOS DE LOS COLABORADORES DE NUESTRA EMPRESA	42
TABLA 6: FICHA DE TASA DE DESCUENTO	43
TABLA 7: VENTAS POR CONTENIDO DE PRODUCTO	44
TABLA 8: INGRESOS DE VENTAS EN SOLES	44
TABLA 9: PROYECCIÓN POR CONTENIDO DE MUESTRAS GRATIS	45
TABLA 10: COSTOS POR UNIDAD MUESTRAS GRATIS	46
TABLA 11: COSTOS POR SUELDO DE IMPULSORAS	46
TABLA 12: PUNTO DE EQUILIBRIO	46
TABLA 13: MATERIA PRIMA	47
TABLA 14: MANO DE OBRA DIRECTA	47
TABLA 15: MANO DE OBRA INDIRECTA	47
TABLA 16: ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	48
TABLA 17: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	48
TABLA 18: GASTOS PRE-OPERATIVOS	49
TABLA 19: GASTOS OPERATIVOS	50
TABLA 20: ACTIVIDADES DE RR.HH.	50
TABLA 21: INVERSIÓN INICIAL	51
TABLA 22: CAPITAL DE TRABAJO	51
TABLA 23: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	51
TABLA 24: PROGRAMA DE PAGO BANCARIO	52
TABLA 25: FLUJO DE CAJA	52
TABLA 26: INDICADORES DE RENTABILIDAD	52
TABLA 27: ESTADO DE RESULTADOS	53
TABLA 28: BALANCE GENERAL	53
TABLA 29: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGO	53

Índice de anexos

ANEXO 1. MODELO DE ENCUESTA	56
ANEXO 2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	57

Resumen ejecutivo

El presente proyecto consiste en una idea de negocio basado en la elaboración de Maca en polvo donde daremos a conocer sobre los beneficios que tiene para nuestra salud y las prevenciones ante enfermedades que nos puede dar.

La maca es un alimento con muchos beneficios para nuestra salud ayudando a prevenir enfermedades como la diabetes, entre otras enfermedades cardiovasculares, optando por llevar un estilo de vida saludable. Puede ser consumida como un suplemento por los altos contenidos de proteínas y fibras que ofrecen.

Según la agencia Peruana de Noticias ANDINA (2017) la maca tiene atributos reconstituyentes, fortificantes, energizantes y homeostáticas. Viéndose una gran crecida en el consumo de la maca y alimentos saludables en pleno siglo 21.

El plan de negocio tiene como finalidad realizar la producción y distribución de La Maca en Polvo, incrementando el consumo y obteniendo la preferencia del consumidor con relación a Maca Andina.

En el capítulo I, se puede identificar el análisis del entorno a través de herramientas como el análisis PESTEL y las fuerzas de PORTER, continuado del estudio de mercado, donde se puede identificar el perfil del cliente.

En el capítulo II, analizaremos la visión, misión y objetivos con las que cuenta la empresa, definiendo las mejores para que la empresa pueda ingresar al mercado eficazmente y destacar su producto de entre otras.

En el capítulo III, se elaborará un Plan de Marketing, determinaremos sus principales objetivos, analizaremos el Marketing Mix, donde se describe el producto, el precio del producto y cómo será su distribución y emplearemos estrategias ya sea de posicionamiento, del servicio al cliente.

En el capítulo IV habla sobre el plan de operaciones, está dividido en tres secciones, en la cual detallaremos los objetivos de las operaciones, las actividades que realizaremos antes del inicio de producción, el proceso de producción para obtener la maca en polvo.

En el capítulo V nos habla acerca de nuestra estructura y el plan del área de RR. HH que emplearemos, está dividido por secciones, en la cual tenemos planes de contratación y selección al personal, las estrategias de inducción, las capacitaciones que brindaremos, donde emplearemos estrategias de motivación y hablaremos acerca de las remuneraciones del personal.

Y por último en el capítulo hablaremos sobre el plan financiero, donde detallaremos nuestro financiamiento de nuestro plan de negocio, el punto de equilibrio, el balance general proyectado.

Introducción

Hoy en día la ciencia ha confirmado las grandes propiedades de la maca y sus beneficios para la salud ya que fortalece el sistema inmunológico, algunos de los beneficios que tiene el consumo de la maca son: permite aumentar la capacidad de aprendizaje, es un producto que ayuda a combatir la anemia, previene enfermedades cardiovasculares.

Además, en sus propiedades energéticas, la maca es muy conocida en todo el mundo por ser altamente beneficiosa y por sus características afrodisíacas. En los lugares donde se produce la maca los pobladores lo consumen en mazamorra y en purés. Pero hoy en día, se consume en polvo es una de las maneras de uso más prácticas y rápidas, donde pueden realizar batidos y jugos, mezclar en la preparación de galletas y dulces, también utilizan para ingrediente como cereales y panes integrales.

El producto Maca en Polvo está dirigido a los habitantes del sector A y B sin restricción de edades ya que cualquiera persona lo puede adquirir, puede ser consumido en la mañana, tarde y noche ya que contiene grandes cantidades de Calcio, Potasio, Hierro, Silicio, y muchos minerales que hacen de este delicioso y sobre todo nutritivo.

1. CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

1.1.1. PESTEL

A. Político

Minagri (2019) indica sobre el plan del Ministerio como SERVIAGRO, donde indagan para capacitar, realizar asesoría y dar una buena tecnología, donde puedan prosperar su producción productiva y comercializadora de la maca. Buscando tener la denominación para defender los intereses del mundo.

Por otro lado, INDECOPI (2020) sostiene que la maca tiene origen peruano, ya que la mayor parte de la producción se realiza en distintas provincias del país, posee muchas propiedades y beneficios únicos con un valor agregado y no puede ser cultivado en ningún otro país que no sea Perú, es por ello que tenemos una misión muy importante de protegerlo.



Ilustración 1. Inestabilidad Política y Reactivación Económica

En conclusión, el estado promueve programas de dinamización para las empresas relacionadas al rubro de la producción y comercialización de la maca, ya que, tiene

intenciones claras de posicionar el producto en el mercado nacional e internacional, por lo tanto, esto representaría una oportunidad para esta idea de negocio.

La inestabilidad del gabinete que está en constantes cambios ocasiona una deficiencia en la producción de maca y que la producción sería menor, por ende, perjudica en el crecimiento de nuestra empresa ya que no tendríamos amplio abastecimiento de los proveedores donde nosotros tendríamos pérdidas de clientes sin cumplir sus pedidos.

B. Económico

Según proyecciones del banco de inversión, el 2022 marcaría el final de la pandemia y se produciría una recuperación económica mundial completa. Esta vez el Perú aprovechará las oportunidades de crecimiento. El PBI tendría un 13% de expansión, con respecto al año anterior de 10.5%, sostuvo el titular del MEF.

El crecimiento proyectado para nuestra economía peruana en el 2023 es de 3.2%. Si bien tenemos una proyección para el 2023, pero esto puede cambiar, porque hay un marco amplio de incertidumbre. según el presidente del BCR, Julio Velarde.



Ilustración 2. % del PBI

De acuerdo a la información anual 2019 del MEF, el rendimiento agrícola representa en la economía el 6% del PBI. Los productores no reciben apoyo de ningún sector estatal para la producción de tubérculos. Según Froy Coloma.

Cabe resaltar que los productores de maca de Junín pudieron mejorar su productividad y rentabilidad, gracias a la ayuda del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) que emplearon un proyecto de innovación para poder obtener un incremento del 12% de productividad.

C. Social

Nuestro país cuenta con una enorme variedad de alimentos que ayudan a reforzar al sistema inmunológico, ayudando a prevenir enfermedades, reduciendo el nivel de estrés y la fatiga. Con su consumo frecuente se reduce la posibilidad de contagiarse de cualquier enfermedad ayudando a aumentar nuestras defensas. Entre ellas tenemos la maca, es un alimento que contiene un alto contenido de fibras, que ayuda a reducir el colesterol y se ha demostrado que ayudan en el proceso de recuperación de pacientes con Covid.

Según Mintel, se ha demostrado que los productos veganos han logrado posicionarse en estos últimos meses. Debido a esta tendencia hacia lo vegano, hay marcas que están optando por esta tendencia dándole un valor agregado a sus productos.



Ilustración 3. Alimentos que previene el covid-19

Cabe resaltar que el año 2021, hubo una huelga por parte de los agricultores en el mes de noviembre en la cual ellos denunciaban que la remuneración es menos de la mitad de lo que paga Senasa, Serfor y ANA pese a tener un acuerdo con el Estado. Sin embargo, esto nos afectaría mucho en nuestra producción ya que la materia prima se va a demorar en llegar debido a que bloquean las pistas, entre otras cosas. Para esas épocas nuestro almacenamiento tendrá un peso mayor al regular.

D. Tecnológico

Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), informó que Perú es el quinto país con mayor avance en uso de tecnología digital.



Ilustración 4. Competitividad digital en América

Las tecnologías han dado un cambio radical en los desarrollos internos de las organizaciones, como el servicio que ofrecen. A nivel empresarial, uno de los más beneficiados son los bancos. Ya que los clientes ya no tienen la necesidad de ir al mismo banco para realizar sus operaciones, lo pueden realizar a través del internet. Donde reduce el precio en mano de obra y facilita ahorrar tiempos. Con el uso de las tics podemos lograr la mejora de los procesos de elaboración, distribución, ventas e instrucción.

E. Ecológico

De acuerdo a la encuesta realizada por Ipsos. Se observa que en Perú el 85% de las personas encuestadas manifestaron sobre el uso incorrecto de productos no reutilizables, sin embargo el gobierno peruano promulgó una Ley que permite regular los envases descartables con el fin de acabar con el consumo de estos productos y sustituirlos por envases eco amigables, pero pese a ello, aún lo siguen vendiendo y habiendo un uso excesivo.

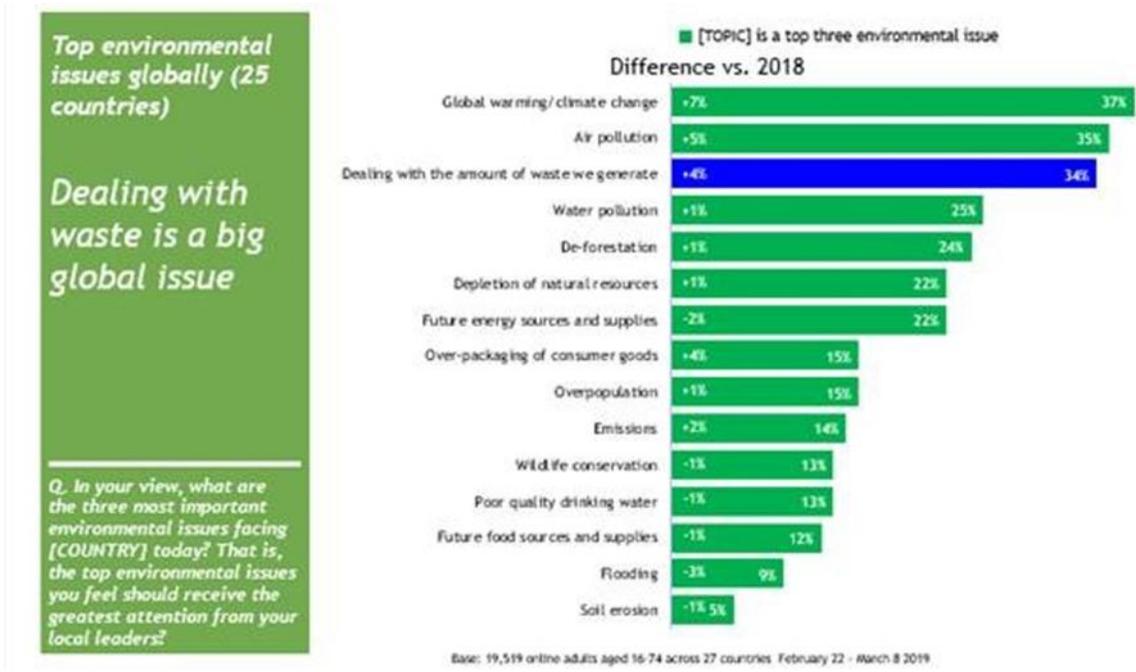


Ilustración 5. Top environmental issues globally

En la actualidad vemos una creciente tendencia, donde los consumidores prefieren los envases ecológicos debido a que de esta manera estaría contribuyendo con el cuidado del medio ambiente y tardan poco tiempo de degradarse, también se puede utilizar como compost. Nuestro empaque está elaborado de bolsas trilaminadas de aluminio orgánicas, que alargan la vida útil de la maca. Y por ende nuestro precio va a incrementar en el mercado ya que nuestro producto contribuye con el cuidado del medio ambiente.

F. Legal

A partir del 20 de diciembre de 2021, entró en vigencia la siguiente Ley 30884 en la cual prohíbe el uso de platos y vasos descartables para de esa manera reducir el impacto de la contaminación ya que se demora muchos años en degradarse y además causan daño a la salud de las personas en la cual se estima alcanzar una reducción del 30% en el consumo de plástico innecesario.

Según Rubén Ramírez, presidente del Ministerio del Ambiente (Minam), sostuvo que, lo que busca esta ley es reducir el consumo de envases descartables, para tener una óptima conservación del medio ambiente.



Ilustración 6. Envases y bolsas ecologicas

1.1.2. PORTER

A. Rivalidad entre competidores

En Lima existen, tiendas orgánicas, supermercados, mercados y bodegas que venden dicho producto, tanto en canal tradicional como en canal moderno y virtual

Dentro de las tiendas orgánicas más importantes tenemos a:

- Ecoandino
- Organic Crops
- Yauvana
- Nutribody
- Ecotienda

Dentro de los supermercados que venden su propia marca tenemos a:

- Metro
- Tottus
- Plaza Vea
- Vivanda
- Wong

Dentro de los mercados que venden maca en polvo a granel tenemos a:

- Mercado Central
- Mercado Municipal de San Isidro
- Mercado N°2 de Surquillo
- Mercado Mayorista de frutas
- Mercado San Juan Grande

En cuanto a las bodegas, la gran mayoría ofrece este producto concentrado en polvo, además de la avena, quinua, entre otros.

Es importante aclarar que para poder diagnosticar el nivel de rivalidad entre todas estas empresas competidoras, se ha evaluado principalmente el crecimiento en la demanda de clientes que optan por productos orgánicos y saludables. Esto quiere decir que la rivalidad entre competidores es alto.

B. Amenaza de nuevos competidores

Según PUCP (2019), el agroindustrial en nuestro país es poco factible y no averiguan métodos científicos como, los investigadores encontraron diferentes importes, bajo el procesamiento industrial que conlleva rallarla y acomodar en un horno por 25 horas es lo mismo al realizarlo de manera natural que dura 63 días, donde el empresario peruano no

deduce pero el chino sí, ya empezaron a investigar desean saber más sobre la maca y es por ello, que a largo plazo los nuevos competidores no estarán enfocados en la diversidad de productos hechos a base de maca, sino en la capacidad de procesamiento para abarrotar el mercado. Por lo tanto, existe una amenaza en cuanto al ingreso de nuevos competidores.

C. Amenaza de productos sustitutos

- **Quinoa en polvo**

Tiene proteínas y ácidos. Presenta un alto contenido de fibra del 6%, ayuda a la actividad intestinal, previene el cáncer. Es un alimento libre de gluten, muy bueno para las personas que no pueden ingerir trigo y sus derivados.

- **Cañihua en polvo**

Contiene Beneficios nutricionales como el proteico donde pueden consumir en las dietas ya que son muy recomendables. Contiene un balance de aminoácidos de primera calidad que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas y tener una buena condición física.

La cañihua son muy beneficioso para nuestra salud ya que nos ayuda a mejorar nuestro sistema inmunológico, presenta un alto contenido de proteínas.

- **Kiwicha en polvo**

Aporta muchos beneficios nutricionales como proteínas, minerales. Donde se ha demostrado que 100 Gr de Kiwicha equivale a 428 calorías.

Tiene un alto contenido en aminoácidos, particularmente tiene lisina, ayuda al desarrollo del cerebro. Pueden consumir las mujeres embarazadas, aportan proteínas que fortalecen los dientes, huesos y sangre.

- **Maíz en polvo**

El choclo es un alimento altamente energético y rico. Contiene vitaminas y minerales como por ejemplo el ácido ascórbico. Tiene proteínas y muchos nutrientes. Porque tiene grasas poliinsaturadas, ayuda al circulamiento del sistema cardiovascular.

- **Tarwi**

Es un alimento vegetal, contiene un alto valor nutricional. Tiene propiedades alimenticias, dichas por especialistas en nutrición. Contienen calcio y son muy buenos para los dientes y huesos. Es una buena elección para quienes consumen sin lactosa. Por lo tanto, existe una amenaza latente de productos sustitutos y complementarios a la quinua en polvo.

D. Poder de negociación de los proveedores

Tomando en cuenta los siguientes proveedores:

- Alimentos y Derivados Andinos del Perú. INKAri Foods
- Agroindustria Rio de Oro
- Avocat for you
- Namaskar
- Sanfetex
- Productos Bioecológicos Los Andes
- Khymos
- Agroindustria Maca Ecologica del Peru
- Gervasi
- Jardín Botánico de Plantas Medicinales Vivas
- Peruvian Green Herbs
- Ravanaturals

Y teniendo en cuenta factores referidos a:

- Precio y calidad ajustado al volumen de compras
- Escasez de materia prima
- Posibilidad de generación de alianzas estratégicas

Se determina que el poder de negociación será bajo.

E. Poder de negociación de clientes

Según MINAGRI (2020) señala que el propósito está direccionado hacia al año 2021-2022 se debe triplicar su consumo de maca por cada persona. Estamos adquiriendo alrededor de 1.60 kg aproximadamente, en la cual debemos de consumir 3 kg, lo cual nos ayudará a tener una correcta alimentación e incrementar la producción.

Tomando en cuenta lo citado anteriormente y basándonos en la cantidad de competidores que existen actualmente, el poder de negociación del cliente es alto.

1.2. Sondeo de Mercado

1.2.1. Mercado local

Para conocer si el público tendrá una aceptación de nuestro producto Maca en polvo realizaremos una encuesta online, fue enviada a 55 personas, sin embargo, solo respondieron 50, obteniendo los siguientes resultados.

La maca en polvo obtuvo un 30 % de aceptación indicando que consumen maca en polvo. También se muestra que el 62% están dispuestos a comprar nuestro producto. Viendo los

resultados consideramos que el producto va a tener acogida y aceptación en el mercado de polvo de maca, por parte de los jóvenes que lo utilizan como un suplemento.

De acuerdo al resultado obtenido referente a la compra y distribución del producto, un 34 % estarían interesados en adquirirlo en centros comerciales. Un 26 % están interesados en adquirirlo en ferias ya sea orgánicas y distritales.

Para nuestra presentación del producto prefieren que se comercialice en empaque de frascos ecológicos, obteniendo un 46 % y un 30 % en empaques de papel ecológicos.

Con respecto al precio del producto de 200 gr con un 62 % prefieren que el costo sea de s/. 10.00 - s/. 15.00, y un 34 % prefieren que el precio sea s/.16.00 - s/.21.00. Nuestro precio que va entrar en el mercado será de s/. 20.00 de 200 gr. ya que nuestros envases estarán fabricados a base de papeles ecológicos.

La red social que más utilizan es el WhatsApp con un 36 % y la segunda red social Facebook con un 28 %, en la cual nos enfocaremos más en ambas redes sociales promocionando nuestros productos. Con respecto a qué le motivaría a comprar muchos optaron por el beneficio que brinda este producto obteniendo un 51 % y como segunda opción la calidad del producto con un 26 %.

Según los resultados obtenidos, podemos determinar que nuestro producto si tendrá aceptación en el mercado, la mayoría de las personas residen en Lima Metropolitana, por lo cual nos enfocaremos en promocionar nuestros productos en esas zonas. También los resultados nos arrojan que un gran porcentaje no consumen maca en polvo, pero, que estarían interesados en comprarlo y consumirlo. Sin embargo, estos estudios nos muestran

que nuestra idea de negocio si es factible y por lo tanto podemos continuar el plan de negocio.

Tabla 1: Ficha técnica de la encuesta

Ficha técnica	
Nombre de la encuesta	Encuesta para el plan de negocio "Maca en polvo"
Objetivo de la encuesta	Dar a conocer la aceptación que tendrá el producto, al momento de ofrecerlo al mercado.
Tamaño de la muestra	50 personas, de Lima metropolitana
Técnica de recolección	Cuestionario virtual
Fechas de recolección de la información	26/01/2022 al 02/02/2022
Diseño y realización	La encuesta estuvo diseñada y elaborada por Josselin Ramos y Fiorella Prado, estudiantes de la carrera de administración de empresas, Científica del Sur - Sede Ate en modalidad de pregrado regular, con el objetivo de conocer el mercado objetivo para la distribución y comercialización de la maca en polvo en Lima Metropolitana.
Universo	Personas de diferentes distritos de Lima Metropolitana.
Preguntas que se formularon	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuántos años tienes? 2. Usted consume maca en polvo 3. Estaría usted interesado en comprar Maca en polvo 4. En qué lugar le gustaría adquirir el producto Maca en polvo 5. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la Maca en polvo? 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto Maca en polvo? 7. ¿Qué red social es la que más utilizas? 8. ¿Qué te motivaría a comprar el producto Maca en polvo? 9. ¿Cuál es tu distrito de residencia?

1.3. Análisis de la empresa

Nuestro producto está basado en realizar el procesamiento de maca en polvo ya que trabajamos con terceras empresas quienes nos proveen la maca y nosotros lo transformamos en polvo también nos dedicamos a la comercialización de los productos. Donde la maca contiene un alto contenido de fibra y proteínas la cual nos ayuda a mejorar y favorece la recuperación muscular después de los entrenamientos, previene enfermedades, reduce y evita el nivel de cansancio, fatiga ocasionados por el trabajo remoto.

Este proyecto maca en polvo, analiza las tendencias, acerca de la búsqueda de opciones que permitan que los consumidores tengan un estilo de vida saludable. En la cual se plantea la siguiente alternativa, además de ser nutritiva posea un alto contenido de proteínas, ayudando a reducir y prevenir el riesgo de enfermedades.



Ilustración 7. Logo representativo de la empresa Maca en polvo

2. CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Visión

Consolidarnos como mejor organización líder para la producción y distribución de maca en polvo con un valor agregado en el mercado nacional, destacándonos por nuestra calidad y servicio.

2.2. Misión

Ofrecemos maca en polvo de alto valor nutricional 100% natural, para así contribuir a la alimentación saludable de toda la familia, previniendo distintas enfermedades, a nivel nacional e internacional.

2.3. Objetivos estratégicos

2.3.1. Objetivo General

El objetivo general de nuestro plan de negocio es alcanzar un posicionamiento óptimo en el mercado innovando con el producto Maca en polvo.

2.3.2. Objetivos específicos

- Emplear planes estratégicos para mejorar como empresa.
- Lograr posicionarnos en el mercado peruano al menor tiempo posible.

2.4. Estrategia del negocio

- Dar un valor agregado a nuestro producto.
- Emplear campañas publicitarias

2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Maca Andina se caracteriza por mejorar el nivel de vida de las personas a cuáles nosotros estamos vendiendo nuestro producto promoviendo la creación de una perfecta alimentación aparte aprovechar los recursos naturales. Nuestros envases están elaborados de material biodegradable ya que tarda poco tiempo en descomponerse o donde se pueden desecharse a los contenedores orgánicos.

3. CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING

3.1. Objetivos de marketing

- Dar a conocer sus beneficios que tiene la maca en polvo.
- Crear estrategias de posicionamiento con los proveedores supermercados, Metro, Vivanda.
- Buscar la satisfacción de los clientes con promociones.
- Realizar publicidad en las redes sociales sobre los beneficios de la maca en polvo.
- Generar alianzas estratégicas con Gimnasios, supermercados para que nuestro producto pueda comercializarse.
- Crear un aplicativo, detallando los beneficios y para que los clientes puedan comprarlo desde la app sin necesidad de ir a la tienda física.

3.2. Marketing mix

Al emplear las 4p de marketing ayuda a planificar las mejores formas de vender tu producto, con la finalidad de penetrar en el mercado y tener una demanda mayor de nuestro producto Maca en polvo.

3.3. Descripción de producto o servicio

Maca Andina, busca lanzar al mercado nacional el producto de polvo de maca para poder brindar una mejor calidad de vida al consumidor y ayudar a mejorar el rendimiento deportivo, llevando una vida saludable.

La empresa comercializará el producto Maca Andina, estará hecho a base de polvo de Maca, estos productos tienen muchos beneficios asombrosos para tu salud. Es reconocida como un importante suplemento alimenticio y reconstituyente del organismo.

Nuestro producto está elaborado bajo estrictas normas de higiene tanto en las maquinarias como con los trabajadores y estas garantizan el correcto envasado viéndose mostrados en la excelente calidad y sabor del mismo.

a) Logo

Nuestro producto contará con el siguiente logo:



Ilustración 8. Logo de la marca "Maca Andina"

Las manos sosteniendo el insumo que se muestra en el logo representa la etapa de cosecha de los agricultores.

b) Presentaciones del producto



Ilustración 9. Modelo del empaque de Maca Andina

Debido a la encuesta que hemos realizado a nuestros posibles consumidores optan por un empaque ecológico, en la cual nuestro empaque estará elaborado de bolsas trilaminadas de aluminio orgánicas con una capa de papel Kraft esto permite alargar la vida útil de la maca en polvo y el producto pueda durar 3 meses aproximadamente dentro del empaque.

3.4. Estrategia de precio

La empresa ha podido sacar un buen ajuste en este punto para que sus productos sean accesibles, evitando perder clientes del sector A y B que cuentan con los suficientes ingresos que les permite hacer compra acorde a su gusto el precio para el empaque de 200 gr es de S/ 20 nuevos soles y para el empaque de 500 gr es de S/.35 nuevos soles, consideramos que no es ni caro ni barato, es decir es accesible desde nuestro punto de vista e investigación en comparación de nuestra máxima competencia.

Emplearemos estrategias de diferenciación de precios, donde evaluaremos los distintos precios que ofrecen la competencia y poder obtener un precio favorable hacia nuestros posibles clientes.

Tabla 2: Precio de venta de los productos de Maca Andina

Mercado	Presentación	Precio	Gramos
Sector A y B	Envase de Papel Kraft	S/. 20.00	200 gr
Sector A y B	Envase de Papel Kraft	S/. 35.00	500 gr

A continuación, mostraremos en la siguiente tabla los precios de la competencia directa que venden polvo de maca:

Tabla 3: Precio de la competencia

Ecoandino	Precio	Gramos
	S/. 20	250 gr
Organix Peru	Precio	Gramos
	s/. 11.90 s/. 19.90 s/. 47.90	100 gr 200 gr 500 gr.

3.5. Estrategia de distribución de plaza

Lo brindaremos a nivel de Lima Metropolitana en los sectores A y B mediante nuestra tienda física, distribución en gimnasios, venta en centros comerciales, aplicativo y redes sociales.

3.5.1. Canales de distribución

Contaremos con canales de distribución para comercializarlo:

A. Venta en centros comerciales

Emplearemos alianzas estratégicas con centros comerciales, como Vivanda ubicados en distritos más exclusivos de Lima para que nuestras presentaciones puedan promocionarse, donde se plantea alquilar un stand en la sede de Miraflores, para esta oportunidad solo contrataremos a un personal que realice la degustación del producto y pueda brindar los beneficios, recetas que puedan consumir.

B. Venta en gimnasios

Se considera tener una alianza estratégica con el gimnasio XTREME FITNESS ubicado en distintos distritos de Lima, lo que se busca es que nuestro producto lo puedan consumir como una proteína. Por el espacio que nos brindaría, le estaríamos otorgando dos productos de maca en polvo (500gr) para que lo puedan sortear entre sus clientes y por las ventas que obtenidas mensualmente le estaría otorgando un 5%.

C. Tienda física

Nuestra Tienda se encuentra ubicada en Jockey Plaza Javier Prado, donde nuestra personal realizará la degustación del producto, contaremos con el apoyo de una nutricionista que brindara una alimentación balanceada para todas las personas en general sin límites de edad, explicándoles los beneficios y como lo pueden sustituirlo como por ejemplo en vez de harina de trigo se puede usar la maca en polvo.

D. Venta por aplicativo

Nuestra empresa contará con un aplicativo donde a nuestros clientes les permitirá reducir el tiempo en ir a comprar ya sea a la tienda física, al centro comercial. Donde detallaremos los beneficios, recetas para llevar una dieta saludable y puedan comprar desde la app.

3.6. Estrategia de promoción

Nuestro negocio Maca en polvo busca la manera de llegar a los clientes ofreciendo nuestro producto de calidad y que son beneficiosos para todos y de esa manera satisfacer las necesidades.

Llegaremos a nuestros clientes realizando publicidad en las redes sociales nos enfocaremos más en Tik Tok e instagram, ya que hoy en día es un boom y son las redes sociales que más usan los jóvenes, visitando los supermarkets más exclusivos de Lima, Publicidad a través de Influencers.

3.7. Estrategia de atención al cliente o servicio de postventa

- **Realizar seguimiento constante hacia los consumidores:**

Lo haremos mediante la encuesta online donde escucharemos a nuestros consumidores que le pareció nuestro producto maca en polvo y que les gustaría que mejoramos, de esa manera nos permitirá mejorar y superar las expectativas que tienen de nuestro producto.

- **Brindar un servicio al consumidor excepcional:**

Si nuestros consumidores de maca en polvo tienen alguna duda que quiere que le respondamos, tenemos que realizarlo de manera rápida y adecuada brindando una información clara y precisa.

- **Formación al equipo de venta:**

Brindamos capacitaciones a nuestros trabajadores para que ellos vean que tan importante es nuestros clientes, enseñarles la manera como se tiene que comunicar con los consumidores y que sepan escucharlos para que de esa manera tenga una buena relación y captan más clientes nuevos y que los clientes mismo nos promocioe.

- **Ofertas y descuentos especiales a los clientes:**

Nosotros con nuestro producto maca en polvo queremos la atención de nuestros clientes realizando descuentos y promociones en nuestra página web para así tener más clientes.

3.8. Estrategia de posicionamiento

Nuestros productos tienen alto beneficio para la salud hoy en día por la coyuntura que estamos pasando las personas buscan alimentos saludables para llevar una buena salud y tener defensas para luchar contra esta pandemia.

A. Posicionamiento según su estilo de vida:

Maca en polvo busca dar una vida saludable a las personas, quienes se preocupan por llevar una buena alimentación en su hogar y consumirlo en cualquier momento.

B. Posicionamiento basado en beneficio:

Se posiciona nuestro producto Maca en polvo ya que tiene muchos beneficios contiene grandes cantidades de Calcio, Potasio, Hierro, Silicio, y muchos minerales que hacen de este delicioso y sobre todo nutritivo.

Algunos de los beneficios y efectos que tiene el consumo de la maca son: mejora del estado de ánimo, reduce el nivel de fatiga y es un producto que previene, combate la anemia.

4. CAPÍTULO 4 PLAN DE OPERACIONES

4.1. Objetivos

- Reducir costos directos e indirectos.
- Tener una adecuada relación con los proveedores.
- Contar con un stock de inventario mensualmente.
- Capacitar al personal constantemente y puedan trabajar en un ambiente favorable y respetuoso.
- Ofrecer productos de buena calidad.
- Otorgar promociones y descuentos constantes a través de las redes sociales.
- Brindar charlas con apoyo de un nutricionista.
- Las entregas de pedidos tendrán un plazo de 24 horas.

4.2. Actividades previas al inicio de la producción

La fábrica está ubicada en Av. Manco Cápac Mz D Lt 7 Urb. Santa Clara, en una parte se dedicará a recepcionar la materia prima (maca) y producción del producto maca en polvo. Y por el otro lado estará la parte administrativa y almacenados los productos terminados listos para su distribución. Contaremos con 15 trabajadores, 5 que se encargaran en el área administrativa y 12 que se encargaran en la producción, empaquetado del producto maca en polvo. A continuación, brindaremos la información más detallada en la siguiente tabla:

Tabla 4: Cantidad de trabajadores

Administrativa	Producción y empaquetado
<ul style="list-style-type: none"> ● Gerente general ● Gerente de marketing y ventas ● Gerente de RR.HH ● Gerente de finanzas personal de limpieza Para cada una de estas áreas administrativas contaremos con un personal.	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerente de producción ● Los operadores ● Los empaquetadores ● Operario de máquina Para el área de producción contaremos con un personal, cuatro operadores, tres empaquetadores y por último tres operarios.

4.3. Proceso de producción del bien o servicio

Para lograr el producto terminado maca en polvo tiene que pasar por los siguientes procesos:

A. Adquisición de la materia prima

Los proveedores, en este caso los agricultores del departamento de Junín se encargarán de traer las 40 toneladas de maca hasta la fábrica de nuestra empresa Maca Andina que se encuentra en Santa Clara.

B. Almacenamiento y secado de la materia prima

En este proceso contaremos con la ayuda de 4 colaboradores que se encargan de recepcionar el producto y seleccionar la calidad de la materia prima, en la cual se almacenará en recipientes de plástico. Luego la materia prima pasa por el proceso de secado dejándolo al sol durante 40 minutos, este proceso dura 4 horas.



Ilustración 10. Selección de calidad de materia prima.

C. Prelavado de la materia.

En este proceso tendremos ayuda de 4 colaboradores que se encargan de pasar la materia prima al área de prelavado, se coloca en tinas de acero inoxidable para quitar la tierra de la cáscara durante 5 minutos. Este proceso dura 4 horas.



Ilustración 11. Prelavado de la materia

D. Lavado y desinfectado de la materia

En este proceso se realiza el lavado a presión de agua para retirar la tierra restante. Contaremos con el apoyo de 4 colaboradores. Después pasa al proceso de desinfección en la cual se realiza en una tina de acero y luego añadimos el desinfectante orgánico y se reposa por dos minutos. Para ambos procesos serán 4 horas.



Ilustración 12. Desinfección de la materia

E. Triturado de la materia.

En este proceso se realiza el triturado de la materia, donde el operario de la máquina con la ayuda de 2 colaboradores coloca la maca en la tolva y esta la tritura, el producto se reducirá a grandes piezas de trituración. Este proceso durará 4 horas.



Ilustración 13. Máquina trituradora

F. Proceso de extrusión

Luego el producto extraído pasa por una secadora para secarlo. Al igual que al anterior proceso contaremos con un operario de la máquina y 2 colaboradores, en la cual este proceso durará 4 horas.



Ilustración 14. Máquina secadora de granos

G. Molienda y tamizado

Para este proceso tendremos ayuda de colaboradores y un personal que se encargará de la máquina molino de martillos para obtenerlo ya en polvo, después de este proceso la maca se empaca en recipientes de plástico con tapa. Este proceso durará 3 horas.



Ilustración 15. Molino de martillo para granos

H. Dosificado y envasado.

En este proceso los colaboradores sacan las cantidades de maca en polvo que se encuentran en recipientes de plástico, luego se coloca en la máquina que se encarga de separar las cantidades necesarias en sus respectivos envases. Este proceso durará 5 horas.



Ilustración 16. Máquina de envasado y sellado de polvo

I. Almacén de productos terminados

En este almacén se colocarán los productos terminados, donde contabilizamos la cantidad de stock que tendremos para abastecernos.



Ilustración 17. Almacén de productos terminados

J. Área de sellado y empaquetado

Y por último nuestros colaboradores colocan los productos en cajas de cartón, que tengan la capacidad de 12 y 24 envases, en la cual va a variar de acuerdo a la cantidad que pidan los clientes y posteriormente será colocado en pallets para su distribución.

Flujograma de proceso de producción



Ilustración 18. Elaboración propia

El proceso de producción durará 4 días con la ayuda de 12 colaboradores, durante todo el proceso de producción será supervisado por un gerente de producción, un operario para cada una de las máquinas que utilizaremos, tres empaquetadores y cuatro colaboradores. Cabe resaltar que las máquinas son de acero inoxidable.

5. CAPÍTULO 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Estrategias

A. Estrategias de reclutamiento

Nuestra empresa requiere de personal que tenga ganas de trabajar y sean responsables. Lo que nosotros buscamos es seleccionar personas con talentos donde ya tengan experiencia laboral en otros lugares y recomendaciones de esa manera nosotros designaremos a las áreas que nos hace falta más personal.

Los pasos que seguiremos para el reclutamiento son los siguientes:

1. Definir el perfil deseado: Nuestra organización pondrá que es lo que requiere nuestra empresa detalla las habilidades que se requiere de los personales.
2. Revisión de candidaturas y preselección: Anunciaremos la oferta que estamos realizando mediante páginas web de la empresa y redes sociales de esa manera empieza la recepción de los currículos y la presentación de los candidatos al puesto que están deseando y deben cumplir el perfil que se les está pidiendo.
3. Entrevista y evaluación: Los personajes seleccionados tendrán que pasar por una entrevista donde veremos la forma como se desenvuelven ya sea por lenguajes, las habilidades y la experiencia que tiene luego realizarán una prueba de conocimiento.
4. Contratación: Explicaremos todas las normas que tenemos en nuestra empresa, los beneficios que tendrá y cuáles son las condiciones de trabajo para que sepa cuáles son nuestras políticas en nuestra empresa.
5. Proceso de capacitación: Capacitamos a nuestros trabajadores y para ello se encargará una persona especializada al área que le corresponde, se realizará seguimiento constante.

B. Estrategias de selección

Después de la etapa de Reclutamiento, seleccionaremos a varios candidatos que pasarán por un filtro para evaluar si cumplen con los requisitos. Luego se le llama por vía telefónica y se les pregunta si desean continuar con el proceso.

Los seleccionados pasan por una entrevista con el personal encargado. Luego pasa por unas pruebas durante una semana, si concluye con este proceso satisfactoriamente, le brindaremos la noticia por vía telefónica y le pediremos que nos envíe sus documentos al correo de la empresa o puede presentarlo en físico, los documentos son los siguientes:

- Curriculum actualizado
- Copia de DNI a color
- Antecedentes penales y judiciales
- Antecedentes policiales

C. Estrategias de contratación de personal

Como uno de los propósitos de la empresa tenemos tomar la mejor decisión al momento de contratar al personal con el que se contará en la empresa, pues ellos son de suma importancia en lo que se refiere a la productividad de la organización. Nosotros actualmente requerimos personal que cuente con experiencia, que tenga conocimientos básicos en lo que refiere al trabajo con maquinarias de productos naturales, así como habilidades al momento de la toma de decisiones, solución de problemas entre otros.

El personal contratado con el que contamos actualmente en la empresa consta tanto de varones como de mujeres de distintas edades que cumplen los requisitos antes mencionados, así también tienen niveles altamente competitivos en todas las funciones que vienen ejerciendo que son tanto en la producción, elaboración y empaquetado del producto y esto hace que la empresa esté a gusto con ellos.

5.2. Estrategias

A. Estrategias de inducción

Tenemos tres tipos, las cuales son:

1. Inducción general: Es donde presentamos a la empresa de manera general donde conocen sus valores, normas, visión, misión y objetivos de la organización, donde conocerá como desempeñar en su función laboral.

2. Inducción específica: Indicaciones sobre lo que realizará de su función, las medidas de seguridad y salud, los reglamentos internos, las presentaciones de las áreas donde estará en comunicación y sobre todo se les hará conocer a sus compañeros de trabajo donde serán un equipo.

3. Seguimiento de la Inducción de Personal: Al finalizar la inducción tendremos que asegurar que nuestros trabajadores conozcan y tengan claro sobre la organización la información que le hemos brindado durante todo este proceso y responder todas sus dudas que puedan tener dentro de ello.

Beneficios de la inducción de personal

Tendrán más claro los puntos que va abordar en la organización y obtendrán mediante un sistema técnico la información general y específica de nuestra empresa gracias a la inducción tendrá mejor conocimiento.

- Tendrá claro cuál es su objetivo de la organización Maca en polvo
- Sus dudas serán respondidas de manera clara y precisa
- Evitar fallas en su función que le toca desempeñar
- Aporta con ideas para nuestra empresa Maca en polvo

B. Estrategias de capacitación

Los colaboradores de nuestra empresa Maca Andina recibirán constantes capacitaciones para mejorar la productividad y puedan adquirir nuevos conocimientos según va avanzando la tecnología para tener procesos óptimos dentro de la empresa. Pondremos a disposición los mejores recursos digitales para que de esta manera los colaboradores puedan desarrollar sus habilidades, sin perder el ritmo.

C. Estrategias de evaluación

Al terminar con las capacitaciones que brindaremos realizaremos una evaluación para evaluar su desempeño y su personalidad en el trabajo.

5.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

Maca Andina tendrá motivaciones que ayuden a nuestros trabajadores a desarrollarse personalmente con reconocimiento y premios por su buen desempeño laboral, nos preocupamos por el bienestar de ellos y mejorar en su labor y el objetivo a donde quieren llegar.

Las técnicas de motivación laborales que usamos en nuestra empresa Maca en polvo

- Tener un puesto de trabajo donde te desempeñas mejor y realizar un buen trabajo y sentirte en confianza.
- Mejorar las condiciones laborales los horarios serán flexibles para nuestros trabajadores
- Medición y evaluación del clima laboral la empresa realizará una encuesta donde nuestros trabajadores responderán como se sienten dentro de la organización y que cosas les gustaría que mejoremos y que necesidades tienen ellos

5.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

Nuestra empresa Maca Andina pueda generar un buen ambiente y clima laboral, puedan tener un buen desempeño en el trabajo, se emplea ciertas actividades que lo detallaremos en la siguiente tabla.

Tabla 5: Beneficios de los colaboradores de nuestra empresa

BENEFICIOS	DESCRIPCIÓN
Empleado del mes	Se otorgará un bono extra al más responsable y destacado del mes
Cumpleaños	Brindaremos el día libre en cada onomástico del colaborador para que lo disfrute con sus familiares.
Reuniones de confraternidad	Lo realizaremos mensualmente: Realizaremos juegos como gincana para que los colaboradores puedan trabajar en equipo y armonía.

Nuestra empresa Maca en polvo brindará el pago de remuneraciones y compensaciones de acuerdo a la ley N.º 854, ley de jornada de trabajo.

A. Seguros de Salud

Es un factor primordial para nuestra empresa velar por la salud de los colaboradores. Nuestros colaboradores de la empresa Maca Andina estarán afiliados al seguro de ESSalud.

B. Pago de gratificaciones

Las gratificaciones corresponden de dos pagos según expresado en el Régimen Laboral, los colaboradores recibirán en el mes de julio y diciembre. Que será destinado cada 20.

C. Pago de CTS

Este beneficio se realiza cada seis meses, en el mes de mayo y noviembre. Solo se aplicará a los que estén registrados en planilla.

D. Pensiones

Este aporte es obligatorio ya que permitirá a los colaboradores al momento de su jubilación, en la cual estarán afiliados donde se descuenta un 12.82% de su sueldo mensual y será abonado a la cuenta de AFP.

E. Asignación Familiar

Los colaboradores que tengan hijos menores de edad se le otorgará mensualmente el 10% del sueldo que ganan. Como ejemplo, (10% de S/ 930 = S/ 93).

6. CAPÍTULO 6. PLAN FINANCIERO

6.1. Historia financiera

Maca Andina no cuenta con la información de historia financiera porque recién se está creando y es nuevo en el mercado.

6.2. Políticas económicas y financieras

Tabla 6: Ficha de tasa de descuento

Datos de Mercado EEUU	
Retail (Grocery and food)	0.64
Tasa libre de Riesgo: Rendimiento de los Bonos del Tesoro a 5 años	14.39%
Premio de Mercado: Media aritmética promedio de los últimos 50 años	12.47%
Datos de Mercado Perú	
Riesgo País Perú - 2022	7.40%
Tasa de Inflación Anual - Dic 2021	6.20%
Datos de Empresa	
Inversión Total Inicial	SI 180,000.00
Beta Apalancada	1.65
Desembolso Préstamo Bancario	SI 170,000.00
Aporte Patrimonial (Capital de Trabajo)	SI 10,000.00
Factor D / D + E	94.44%
Factor E / D + E	5.56%
Razón Deuda Patrimonio	17
Costo de Deuda	19.12%
Tasa de Impuesto a la renta	29.50%
COK	17.393200%
WACC	13.70%
COK en Dólares	17.39%
Tasa de Inflación Anual - Dic 2021	6.20%
COK en Soles	24.67%

6.3. Plan de ventas

Tabla 7: Ventas por contenido de producto

	Proyeccion de ventas por contenido de producto				
Tipo de productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Polvo de maca 200gr	1100	1400	3500	4000	4800
Polvo de maca 500gr	1550	2800	3400	4600	5300
Total	2650	4200	6900	8600	10100

Se plantea vender 1,500 unidades debido a que la tendencia de comer saludable ha ido aumentando por estos años de pandemia, las personas optan por llevar un estilo de vida saludable. Podemos observar en la tabla que nuestra proyección por contenido de ambos productos, la demanda va ir aumentando conforme pase el tiempo.

Hay empresas como Ecoandino, SIICEX, Organic Crops, Santa Natura que se dedican a vender maca en polvo ya sea a nivel nacional e internacional. Por ejemplo, Santa Natura vende alrededor de 1 600 unidades al año esto quiere decir que vamos a tener competencia ya que además de vender maca en polvo también lo venden en cápsulas.

Tabla 8: Ingresos de ventas en soles

	Proyeccion de costos de ventas en soles				
Tipo de productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Polvo de maca 200gr	S/ 340,000	S/ 450,000	S/ 580,500	S/ 730,000	S/ 1,160,000
Polvo de maca 500gr	S/ 180,000	S/ 225,420	S/ 285,000	S/ 295,000	S/ 325,000
Total	S/ 520,000	S/ 675,420	S/ 865,500	S/ 1,025,000	S/ 1,485,000

En nuestra proyección de ventas para nuestros ambos productos, observamos que vamos a obtener un crecimiento de a pocos debido a que hay empresas que ya están en el mercado. Como por ejemplo Santa Natura que venden los mismos productos como la harina de maca gelatinizada y también en cápsulas en distintas presentaciones y de diferentes tipos ya sea de maca negra, roja y amarilla.

6.4. Análisis de costos

Tabla 9: Proyección por contenido de muestras gratis

Lugares	Proyeccion por contenido de muestras gratis				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supermercado Vivanda	180	216	240	300	264
Gimnasio XTREME FITNESS	144	192	288	312	336
Tienda fisica Jockey Plaza	204	216	264	324	30
Total	528	624	792	936	630



Ilustración 19. Modelo de muestras gratis

Las muestras gratis serán de 20 Gr que serán entregadas en el supermercado Vivanda (Miraflores), gimnasio XTREME FITNESS y en nuestra tienda física. En la tabla propuesta se detalla la cantidad de empaques que se reparten al año.

Tabla 10: Costos por unidad muestras gratis

Lugares	Costos por unidad al fabricar muestras gratis										
	P/ unidad	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Supermercado Vivanda	S/ 2.50	S/ 450	S/ 540	S/ 600	S/ 750	S/ 660					
Gimnasio XTREME	S/ 2.50	S/ 360	S/ 480	S/ 720	S/ 780	S/ 840					
Tienda física Jockey	S/ 2.50	S/ 510	S/ 540	S/ 660	S/ 810	S/ 75					
Total		S/ 1,320	S/ 1,560	S/ 1,980	S/ 2,340	S/ 1,575					

Nuestro costo por unidad al fabricarlo es de S/. 2.50, está incluido la maca en polvo y el empaque para los distintos lugares que repartiremos, Vivanda, Gimnasio y nuestra tienda física.

Tabla 11: Costos por sueldo de impulsadoras

Lugares	Costos por sueldo de impulsadoras						
	Cant. Personas	Horas	sueldo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Supermercado	1	3	S/ 300.00	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600
Gimnasio XTREME	1	2	S/ 160.00	S/ 1,920	S/ 1,920	S/ 1,920	S/ 1,920
Tienda física Jockey	1	3	S/ 300.00	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600	S/ 3,600
Total	3			S/ 9,120	S/ 9,120	S/ 9,120	S/ 9,120

Nuestras impulsadoras trabajan por horas determinadas en los distintos establecimientos. El costo por hora será de S/. 80.00 teniendo un costo total de S/. 9 120 al año.

6.5. Punto de equilibrio

Tabla 12: Punto de equilibrio

Ingresos	100%	S/750,790.00	
Costo de ventas	28%	S/180,240.00	
Margen de contribucion	72%	S/490,450.00	
Costo fijo		S/490,450.00	
Punto de equilibrio (unidades)		CF	15,821
		Pv - Cv	
		S/ 31.00	

% Participacion	Tipo de productos	Punto de equilibrio
55%	Polvo de maca 200 Gr	8,701.53
45%	Polvo de maca 500 Gr	7,119.44
	Total	15,821

Esto quiere decir que, si vendemos 15, 821 unidades de ambos productos estaremos en punto de equilibrio. Para nuestro producto de 200 gr, cuando vendemos 8,702 unidades. Y el de 500 gr, cuando vendemos 7,119 unidades estaremos en punto de equilibrio.

6.6. Adquisición de insumos para la producción

Tabla 13: Materia prima

MATERIA PRIMA					
Estimacion de produccion mensual	Unidades	Kg	P/Kg + Trans		Total soles
Polvo de maca 200 gr	11090	16120	S/	2.40	S/ 38,688
Polvo de maca 500 gr	1433	5030	S/	2.40	S/ 12,072
		21150			S/ 50,760

Produciremos 21 150 kilogramos mensualmente de maca en polvo, por lo tanto, el precio por Kg incluido el transporte es de S/. 2.40 esto es muy aparte del empaquetado ya que el precio varía porque nuestros envases serán elaborados de papel Kraft.

Tabla 14: Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
Nombre del puesto	N° de personas	Sueldo Mensual por persona	Sueldo Mensual Total	Sueldo Bruto Anual
Gerente de produccion	1	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 18,000
Operario ayudante	1	S/ 1,100	S/ 1,100	S/ 13,200
Operario maquina1	1	S/ 1,200	S/ 1,200	S/ 14,400
Operario ayudante	1	S/ 1,000	S/ 1,000	S/ 12,000
Operario maquina 2	1	S/ 1,200	S/ 1,200	S/ 14,400
Operario ayudante	1	S/ 1,000	S/ 1,000	S/ 12,000
Operario maquina 3	1	S/ 1,200	S/ 1,200	S/ 14,400
Operario ayudante	1	S/ 1,000	S/ 1,000	S/ 12,000
Operario maquina 4	1	S/ 1,200	S/ 1,200	S/ 14,400
Operario empaquetado	3	S/ 1,000	S/ 3,000	S/ 36,000
Total	12	S/ 11,400	S/ 13,400	S/160,800

Para nuestro proceso de fabricación del producto contaremos con 12 colaboradores, en la siguiente tabla se está detallando su sueldo al mes. Siendo el costo total de S/.13 400 al mes.

Tabla 15: Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA				
Nombre del puesto	N° de personas	Sueldo Mensual por persona	Sueldo Mensual Total	Sueldo Bruto Anual
Gerente general	1	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 36,000
Gerente de marketing y ver	1	S/ 1,700	S/ 1,700	S/ 20,400
Gerente de RRHH	1	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 24,000
Gerente de finanzas	1	S/ 1,800	S/ 1,800	S/ 21,600
personal de limpieza	1	S/ 1,000	S/ 1,000	S/ 12,000
Total	5	S/ 9,500	S/ 9,500	S/114,000

Para la parte administrativa contaremos con 5 colaboradores, en la cual detallaremos el sueldo de cada uno en la tabla propuesta. El costo total es de S/. 9 500 al mes.

Tabla 16: Activos fijos intangibles

Activos fijos intangibles	Cantidad	Monto unitario	Monto total
Aplicativo	1	S/ 5,000	S/ 5,000
Total de activos fijos intangibles			S/ 5,000

Nuestro costo para la elaboración del aplicativo es de S/. 5 000

Tabla 17: Activos fijos tangibles

Activos Fijos Tangibles	Cantidad	Monto Unitario	Monto Total
Minivan	1	S/ 45,000.00	S/ 45,000.00
Recipientes de plástico	6	S/ 10.00	S/ 60.00
Mesas	2	S/ 1,000.00	S/ 2,000.00
Tina de acero inoxidable	3	S/ 1,800.00	S/ 5,400.00
Máquina trituradora	2	S/ 15,000.00	S/ 30,000.00
Máquina secadora de granos	2	S/ 2,500.00	S/ 5,000.00
Molino de martillo para granos	2	S/ 4,900.00	S/ 9,800.00
Máquina de envasado y sellado de polvo	1	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
Balanza electronica	1	S/ 400.00	S/ 400.00
Servidor de red	1	S/ 2,800.00	S/ 2,800.00
Equipos moviles	2	S/ 800.00	S/ 1,600.00
Computadoras	3	S/ 1,800.00	S/ 5,400.00
Impresora	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Sub total			S/113,260.00
Mobiliario de oficina	Cantidad	Monto Unitario	Monto Total
Separadores de ambientes	3	S/ 1,200.00	S/ 3,600.00
Escritorios	4	S/ 500.00	S/ 2,000.00
Sillas de escritorio	4	S/ 300.00	S/ 1,200.00
Estantes	4	S/ 600.00	S/ 2,400.00
Mesas de reunion	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Sillas	10	S/ 100.00	S/ 1,000.00
Tachos de basura	6	S/ 60.00	S/ 360.00
Armario	4	S/ 800.00	S/ 3,200.00
Sub total			S/ 14,460.00
Total de Activos Fijos Tangibles			S/127,720.00

Con respecto a los activos fijos tangibles, el costo total es de S/. 127 720 incluyendo las máquinas para la fabricación y los productos de oficina, en la cual está detallado en la tabla propuesta.

Tabla 18: Gastos Pre-operativos

Gastos Pre Operativos	Gasto Anual
Licencia de funcionamiento Municipalidad de Ate	S/ 420.00
Constitucion y registro de la Empresa	S/ 400.00
Gastos Notariales	S/ 2,200.00
Adelanto de alquiler (2 meses)	S/ 14,000.00
Garantia	S/ 3,000.00
TOTAL	S/ 20,020.00

En nuestros gastos pre operativos es de s/. 20 020, debido a que recién estamos empezando para la constitución de la empresa y la licencia de funcionamiento.

Tabla 19: Gastos operativos

Gastos Operativos	Gasto Mensual	Gasto Anual
Alquiler de local	S/ 7,000.00	S/ 84,000.00
Asesoría Contable	S/ 200.00	S/ 2,400.00
Licencia de Office 365	S/ 15.00	S/ 180.00
Luz y agua	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00
Mantenimiento del aplicativo	S/ 50.00	S/ 600.00
Servicio de telefonía móvil	S/ 35.00	S/ 420.00
Servicio Telefónico e internet	S/ 150.00	S/ 1,800.00
30 uniformes (pantalones, polos, guantes, lentes, casco)	S/ 720.00	S/ 8,640.00
Utiles de limpieza	S/ 180.00	S/ 2,160.00
Utiles de oficina	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Otros gastos	S/ 400.00	S/ 4,800.00
Total	S/ 10,640.00	S/ 127,680.00

Con respecto a nuestros gastos operativos el costo anual es de S/. 127 680 en la cual detallaremos en la tabla propuesta.

Tabla 20: Actividades de RR.HH.

Actividades de RRHH	Gasto por capacitacion	N. de veces	Gasto Total anual
Capacitaciones (mantenimiento de maquinas)	S/ 600.00	2	S/ 1,200.00
Capacitacion de desarrollo personal	S/ 500.00	2	S/ 1,000.00
Eventos de integracion	S/ 900.00	1	S/ 900.00
TOTAL			S/ 3,100.00

Brindaremos 2 capacitaciones al año y también realizaremos un evento de integración para nuestros colaboradores, el costo anual será de S/. 3 100

6.7. Inversión inicial

Tabla 21: Inversión inicial

Estructura de Financiamiento (soles)		
Activo fijo	S/ 170,000.00	94%
Capital de trabajo	S/ 10,000.00	6%
Inversión total	S/ 180,000.00	100%

Nuestro financiamiento es de S/. 180 000, en la cual una parte lo obtendremos mediante un préstamo que pagaremos en determinadas cuotas y la otra parte será aporte de los socios.

Debemos invertir S/ 180,000 en este proyecto, porque dicha inversión muestra pertinencia económica y financiera, ya que, se recuperaría en un horizonte corto de tiempo y generaría ganancias en los próximos 4 años.

Por otro lado, el proyecto de inversión es pertinente desde el punto de vista social, por la misma razón, que ayudaría a generar puestos de trabajo y contribuiría a una nutrición saludable para el consumidor. Así también, el proyecto de inversión tiene relevancia

ambiental, por lo mismo, que promueve el uso de empaques eco amigables, evitando un alto impacto en el medio ambiente por envases contaminantes



Ilustración 20. Producción y exportación de la maca peruana

Durante estos últimos años se ha incrementado la producción y exportación de la maca peruana, debido a que las personas optan por un estilo de vida saludable, ayudando así a prevenir enfermedades cardiovasculares, y muchos de los jóvenes estarían dispuestos en incluirlo en su dieta, además ya existen empresas que se dedican a comercializar el producto ya sea en polvo o en cápsulas en distintas presentaciones.

6.8. Capital de trabajo

Tabla 22: Capital de trabajo

Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos	S/ -	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000					
Egresos	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000						
Planilla	S/ 20,700	S/ 20,700	S/ 20,700	S/ 20,700	S/ 20,700	S/ 20,700						
Gastos RRHH	S/ -	S/ -	-S/ 1,100	S/ -	S/ -	-S/ 1,100	S/ -	S/ -	-S/ 1,000	S/ -	S/ -	S/ -
Gastos operativos	-S/ 30,700	S/ 149,300	S/ 150,400	S/ 149,300	S/ 149,300	S/ 150,400	S/ 149,300	S/ 149,300	S/ 150,300	S/ 149,300	S/ 149,300	S/ 149,300
Saldo Inicial	S/ -	-S/ 10,000	S/ 160,000	S/ 330,000	S/ 500,000	S/ 670,000	S/ 840,000	S/ 1,010,000	S/ 1,180,000	S/ 1,350,000	S/ 1,520,000	S/ 1,690,000
Ingresos	S/ -	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000	S/ 180,000					
Egresos	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000						
Saldo final	-S/ 10,000	S/ 160,000	S/ 330,000	S/ 500,000	S/ 670,000	S/ 840,000	S/ 1,010,000	S/ 1,180,000	S/ 1,350,000	S/ 1,520,000	S/ 1,690,000	S/ 1,860,000
Capital de trabajo	-S/ 10,000											

El capital de trabajo para la empresa es de S/. 10 000, que corresponde al aporte de ambos socios, Cada uno aportará S/. 5 000. La tabla lo hemos realizado a través de método del déficit acumulado máximo.

6.9. Fuentes de financiamiento

Tabla 23: Estructura de financiamiento

Financiamiento en Soles		
Activo Fijo	S/ 170,000.00	94%
Capital de Trabajo	S/ 10,000.00	6%
Inversión Total	S/ 180,000.00	100%
D/E	17.00	
D	94.44%	
E	5.56%	
Financiamiento	S/ 170,000.00	

Nuestro costo de financiamiento es de S/. 170,000.00 en la cual lo obtendremos mediante un préstamo bancario. Para nuestra financiación corresponde el 94%, evaluaremos diversas alternativas para escoger la correcta.

Tabla 24: Programa de pago bancario

Programa de pago bancario - Banco Comercio		
Monto del Préstamo (soles)	S/ 170,000.00	Soles
TEA	9.60%	Tasa promedio a Pequeña Empresa
Tasa efectiva mensual	0.77%	Mensual
Plazo de amortización	3	Años
Periodo	36	Meses
Periodo de gracia	0	Meses

El préstamo lo obtendremos del banco Comercio en un plazo de 3 años, brinda apoyo a la formación de empresas y ofrece un bajo interés.

6.10. Flujo de caja proyectado

Tabla 25: Flujo de caja

	0%	0%	12%	14%	16%	18%
Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos	S/ -	S/ 2,160,000.00	S/ 2,419,200.00	S/ 2,757,888.00	S/ 3,199,150.08	S/ 3,774,997.09
Costo de Ventas	S/ -	S/ 520,000.00	S/ 675,420.00	S/ 865,500.00	S/ 1,025,000.00	S/ 1,485,000.00
Utilidad Bruta	S/ -	S/ 1,640,000.00	S/ 1,743,780.00	S/ 1,892,388.00	S/ 2,174,150.08	S/ 2,289,997.09
Planilla	S/ -	S/ 276,000.00				
Gastos Operativos	S/ -	S/ 147,700.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00
Gastos de RRHH	S/ -	S/ 3,100.00				
Amortización de Intangible	S/ -	S/ 1,000.00				
Depreciación	S/ -	S/ 12,772.00				
EBIT	S/ -	S/ 1,199,428.00	S/ 1,323,228.00	S/ 1,471,836.00	S/ 1,753,598.08	S/ 1,869,445.09
Impuesto a la renta	S/ -	S/ 353,831.26	S/ 390,352.26	S/ 434,191.62	S/ 517,311.43	S/ 551,486.30
Amortización de Intangible	S/ -	S/ 1,000.00				
Depreciación	S/ -	S/ 12,772.00				
Flujo Operativo	S/ -	S/ 859,368.74	S/ 946,647.74	S/ 1,051,416.38	S/ 1,250,058.65	S/ 1,331,730.79
Activos Fijos	S/ 170,000.00	S/ -				
Capital de Trabajo	S/ 10,000.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 10,000.00
Flujo de Caja de Libre Disponibilidad - FCLD	-S/ 180,000.00	S/ 859,368.74	S/ 946,647.74	S/ 1,051,416.38	S/ 1,250,058.65	S/ 1,341,730.79
Préstamo	S/ 170,000.00	S/ -				
Cuota Anual	S/ -	S/ 67,878.65	S/ 67,878.65	S/ 67,878.65	S/ -	S/ -
Amortización	S/ -	S/ 51,558.65	S/ 56,508.28	S/ 61,933.07	S/ -	S/ -
Interés	S/ -	S/ 16,320.00	S/ 11,370.37	S/ 5,945.58	S/ -	S/ -
Escudo Fiscal	S/ -	S/ 4,814.40	S/ 3,354.26	S/ 1,753.94	S/ -	S/ -
Flujo de Caja Neto Inversionista	-S/ 10,000.00	S/ 796,304.49	S/ 882,123.35	S/ 985,291.68	S/ 1,250,058.65	S/ 1,341,730.79
Saldo Inicial de Caja		S/ -	S/ 796,304.49	S/ 1,678,427.84	S/ 2,663,719.52	S/ 3,913,778.17
Saldo Final de Caja		S/ 796,304.49	S/ 1,678,427.84	S/ 2,663,719.52	S/ 3,913,778.17	S/ 5,255,508.96

Este flujo de caja proyectado está incluido todos nuestros gastos que realizaremos, entre ellas el pago al personal, pago del préstamo bancario, nuestros gastos operativos, las

capacitaciones que realizaremos, los impuestos, entre otros. Se aprecia como tal ganancia desde el primer año pese a que la empresa solicita financiamiento.

6.11. Análisis de rentabilidad

Tabla 26: Indicadores de rentabilidad

Años	1	2	3	4	5
Rentabilidad	38.77%	42.93%	47.90%	57.24%	61.02%
ROI (ROA)	86.70%	50.48%	36.83%	30.56%	24.57%
ROE	98.82%	52.25%	36.83%	30.56%	24.57%
Margen de Utilidad Bruta	75.93%	72.08%	68.62%	67.96%	60.66%
Margen de Utilidad Operativa	55.53%	54.70%	53.37%	54.81%	49.52%
Margen de Utilidad Neta	38.77%	38.33%	37.52%	38.64%	34.91%

Existe una rentabilidad sobre los activos en el inicio de proyecto de 86.70% lo cual significa que el proyecto es rentable así mismo para el inversionista también ya que desde el primer año se obtiene una rentabilidad de 98.82% porque al inicio siempre es mayor la rentabilidad y después va decayendo porque la empresa como tal no genera más inversiones.

El margen bruto nos deja claro que existe un nivel de costo balanceado los costos no son tan preocupados pese que es de producción y los gastos de igual forma, los gastos financieros son correctamente balanceados tanto así que el margen de utilidad neta es adecuado en el primer año de 38.77% y a lo largo del resto de años se va incrementando el cual nos indica que este negocio es rentable.

6.12. Estado de Resultados proyectado

Tabla 27: Estado de resultados

Estado de Resultados					
Años	1	2	3	4	5
Ingresos	S/ 2,160,000.00	S/ 2,419,200.00	S/ 2,757,888.00	S/ 3,199,150.08	S/ 3,774,997.09
Costo de Ventas	S/ 520,000.00	S/ 675,420.00	S/ 865,500.00	S/ 1,025,000.00	S/ 1,485,000.00
Utilidad Bruta	S/ 1,640,000.00	S/ 1,743,780.00	S/ 1,892,388.00	S/ 2,174,150.08	S/ 2,289,997.09
Gastos de Planilla	S/ 276,000.00				
Gastos Operativos	S/ 147,700.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00	S/ 127,680.00
Gastos de RRHH	S/ 3,100.00				
Amortización de Intangible	S/ 1,000.00				
Depreciación	S/ 12,772.00				
Utilidad Operativa	S/ 1,199,428.00	S/ 1,323,228.00	S/ 1,471,836.00	S/ 1,753,598.08	S/ 1,869,445.09
Gastos Financieros	S/ 11,505.60	S/ 8,016.11	S/ 4,191.63	S/ -	S/ -
Utilidad antes de Impuestos	S/ 1,187,922.40	S/ 1,315,211.89	S/ 1,467,644.37	S/ 1,753,598.08	S/ 1,869,445.09
Impuesto a la renta	S/ 350,437.11	S/ 387,987.51	S/ 432,955.09	S/ 517,311.43	S/ 551,486.30
Utilidad Neta	S/ 837,485.29	S/ 927,224.38	S/ 1,034,689.28	S/ 1,236,286.65	S/ 1,317,958.79

Se aprecia que la empresa no experimenta pérdidas a lo largo de 5 años. Debido a que es un negocio que va ir creciendo conforme pasen los años, pese a tener competencia directa, en la actualidad las personas han optado por esta tendencia de comer saludable ya que según el estudio realizado se ha demostrado que puede prevenir enfermedades y aporta una gran cantidad de nutrientes.

6.13. Balance General proyectado

Tabla 28: Balance General

Balance General							
Años	0	1	2	3	4	5	
Activo							
Activo Corriente							
Efectivo	S/ -	S/ 796,304.49	S/ 1,678,427.84	S/ 2,663,719.52	S/ 3,913,778.17	S/ 5,255,508.96	
Capital de Trabajo (Caja)	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00		
Total Activo Corriente	S/ 10,000.00	S/ 806,304.49	S/ 1,688,427.84	S/ 2,673,719.52	S/ 3,923,778.17	S/ 5,255,508.96	
Activo No Corriente							
Activo Fijo	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	
Amortización de Intangible	S/ -	-S/ 1,000.00	-S/ 2,000.00	-S/ 3,000.00	-S/ 4,000.00	-S/ 5,000.00	
Depreciación	S/ -	-S/ 12,772.00	-S/ 25,544.00	-S/ 38,316.00	-S/ 51,088.00	-S/ 63,860.00	
Total Activo No Corriente	S/ 170,000.00	S/ 156,228.00	S/ 142,456.00	S/ 128,684.00	S/ 114,912.00	S/ 101,140.00	
Total Activo	S/ 180,000.00	S/ 965,926.64	S/ 1,836,642.75	S/ 2,809,398.95	S/ 4,045,685.60	S/ 5,363,644.39	
Pasivo y Patrimonio							
Pasivo							
Pasivo No Corriente							
Préstamo	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ 170,000.00	S/ -	S/ -	
Amortización	S/ -	-S/ 51,558.65	-S/ 108,066.93	-S/ 170,000.00	S/ -	S/ -	
Total Pasivo No Corriente	S/ 170,000.00	S/ 118,441.35	S/ 61,933.07	S/ -	S/ -	S/ -	
Total Pasivo	S/ 170,000.00	S/ 118,441.35	S/ 61,933.07	S/ -	S/ -	S/ -	
Patrimonio							
Patrimonio	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	
Resultado Acumulado	S/ -	S/ -	S/ 837,485.29	S/ 1,764,709.67	S/ 2,799,398.95	S/ 4,035,685.60	
Resultado del Ejercicio	S/ -	S/ 837,485.29	S/ 927,224.38	S/ 1,034,689.28	S/ 1,236,286.65	S/ 1,317,958.79	
Total Patrimonio	S/ 10,000.00	S/ 847,485.29	S/ 1,774,709.67	S/ 2,809,398.95	S/ 4,045,685.60	S/ 5,363,644.39	
Total Pasivo y Patrimonio	S/ 180,000.00	S/ 965,926.64	S/ 1,836,642.75	S/ 2,809,398.95	S/ 4,045,685.60	S/ 5,363,644.39	

6.14. Análisis de sensibilidad y riesgo

Tabla 29: Análisis de sensibilidad y riesgo

Variables	Escenario Pesimista	Escenario Normal / Actual	Escenario Optimista
Demanda e Ingresos	-20%	0%	20%
VAN Libre	S/ 2,099,173.80	S/ 2,623,967.25	S/ 3,148,760.70
VAN Inversionista	S/ 2,134,193.90	S/ 2,667,742.38	S/ 3,201,290.86
TIR Libre	3.90	4.88	5.85
TIR Inversionista	63.79	79.74	95.69
PAYBACK Libre	3 Meses y 22 días	3 Meses y 4 días	2 Meses y 15 días
PAYBACK Inversionista	0 Meses 6 días	0 Meses 5 días	0 Meses 5 días

Viendo el análisis de sensibilidad y riesgo se verifica que como tal en el VAN se recupere la inversión y se genera ganancia en el caso del VAN libre en el escenario normal y actual se

genera una ganancia 2,623,967.25 en el caso del VAN inversionista se genera una ganancia de 2,667,742.38, en cuanto la TIR es superior al CONK el que nosotros manejamos como empresa se detalló en el flujo de caja el CONK es muy importante porque se maneja en el proyecto es de 24.67% y la TIR es superior y esto hace que el proyecto es rentable, por otro lado el proyecto se recuperará en 3 meses y 4 días si es que se contaría sin financiamiento y si fuera por el lado del accionista se recupera en 5 días la inversión.

7. CAPÍTULO 7. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA ORGANIZACIÓN

A continuación, procedemos a desarrollar el perfil de cada puesto gerencial en las distintas áreas que conforman nuestra empresa.

Gerencia General

- Programación de las actividades que se realizarán dentro de la organización.
- Ordenar las finanzas de la entidad.
- Precisar a dónde quiere ir la organización en un corto, medio y largo plazo.
- Tener claro la serie de motivos que van a llevar el rumbo y el trabajo de la empresa.
- Implementar un orden empresarial en servicio de la competencia, del mercado, de los agentes externos para ser más competitivos.
- Examinar los distintos temas financieros, administrativos, de marketing.
- Realizar liderazgos de los diversos Grupos

Gerente de Marketing y Ventas

- Realizar relaciones con los Consumidores
- Estudiar el desempeño comercial
- Conseguir oportunidades de crecimiento
- Planificar para el crecimiento organizacional
- Crear planes financieros

- Mejorar estratégicamente los procedimientos
- Fijar riesgos
- Monitorear las operaciones diarias de la organización

Gerencia de Producción

- Cumplimiento de funcionamiento en el área productiva de la organización establecidas por el Gerente General.
- Implementar y programar bienes provechosos para la organización de esa manera generar un crecimiento positivo mejorando la productividad.
- Conocer el plan de calidad en toda el área, sobre todo ayudar a concluir puntos que pueden aportar a su progreso continuo.
- Estar en constante seguimiento adecuado en la planificación de las actividades y de la comunicación de los tiempos de entrega, dando indagación puntual y segura al departamento comercial.

Gerencia de Recursos Humanos

- Organizar y controlar los trabajos y acciones del departamento de RRHH.
- Estructurar y estudiar la fuerza de la empleabilidad.
- Vincular la dirección de una organización con sus trabajadores
- Apoyar al desarrollo de los objetivos y metas.
- Desarrollar y actualizar el presupuesto salarial de la organización.
- Tener como consultor para asesorar a otros gerentes.
- Mantener y verificar el manual de la organización sobre políticas y procedimientos.

Gerencia de Finanzas

- Implementar tareas gerenciales, tener informe financiero, probar y conllevar informes, estudiar tendencias y verificar la ejecución de las organizaciones.
- Analizar y emplear políticas para medir opciones de finanzas dentro de la organización.
- Recopilar y analizar toda la parte financiera de la organización.
- Evaluar las ganancias para prevenir los objetivos propuestos.
- Usar guías de estadística y matemática para analizar las tendencias financieras.
- Elaborar propuestas para mejorar la rentabilidad financiera de la organización.

Bibliografía

Andina Difusión (04/10/2017) Maca: conozca los beneficios a la salud y propiedades de raíz andina

Recuperado. <https://andina.pe/agencia/noticia-maca-conozca-los-beneficios-a-salud-y-propiedades-raiz-andina-685243.aspx>

Jonathan Terranova. (17/12/2021). BCR mantiene proyección de 3.4% para el PBI en el 2022.

Diario Gestión. Recuperado. <https://gestion.pe/economia/bcr-mantiene-proyeccion-de-34-para-el-pbi-en-el-2022-noticia/#:~:text=El%20crecimiento%20proyectado%20para%20la,3.2%25%2C%20seg%C3%BAn%20el%20BCR.>

Diario Gestión. Recuperado. <https://gestion.pe/economia/bcr-mantiene-proyeccion-de-34-para-el-pbi-en-el-2022-noticia/#:~:text=El%20crecimiento%20proyectado%20para%20la,3.2%25%2C%20seg%C3%BAn%20el%20BCR.>

Jorge Guillén (15 diciembre 2021). Los principales desafíos de la economía peruana para el 2022.

Conexión Esan. Recuperado. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-principales-desafios-de-la-economia-peruana-para-el-2022>

Andina (6/3/2020). Coronavirus: consume estos superalimentos para fortalecer tu sistema

inmunológico. Recuperado. <https://andina.pe/agencia/noticia-coronavirus-consume-estos-superalimentos-para-fortalecer-tu-sistema-inmunologico-787303.aspx>

MINTEL (6 DE OCTUBRE, 2019). Aumenta el consumo de alimentos orgánicos en los últimos diez

años. Revista alimentaria Recuperado. <https://revistaalimentaria.es/opinion/servicios/aumenta-el-consumo-de-alimentos-organicos-en-los-ultimos-diez-anos>

Minan (20 de diciembre de 2021) A partir de hoy queda prohibido usar y comercializar tecnopor a

nivel nacional. Recuperado. <https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/571488-a-partir-de-hoy-queda-prohibido-usar-y-comercializar-tecnopor-a-nivel-nacional>

Froy Coloma Dongo. (23 de junio, 2020). El 6% del PBI del Perú lo aporta el sector agrario pese a estar relegado por el Estado. (Universidad Católica de Santa María) Recuperado.

<https://www.ucsm.edu.pe/el-6-del-pbi-del-peru-lo-aporta-el-sector-agrario-pese-estar-relegado-por-el-estado/>

Programa Nacional de Innovación Agraria. (22 de febrero de 2020). Productores de maca de Junín mejoran su producción y rentabilidad. Recuperado

<https://www.gob.pe/institucion/pnia/noticias/127698-productores-de-maca-de-junin-mejoran-su-produccion-y-rentabilidad>

La República. (10 de noviembre de 2021). Una nueva paralización: agricultores a la huelga los días 22 y 23 de noviembre. Recuperado. <https://larepublica.pe/economia/2021/11/10/una-nueva-paralizacion-agricultores-a-la-huelga-los-dias-22-y-23-de-noviembre/>

PUCP (20 de septiembre de 2014) Hace unas semanas se denunció que supuestos empresarios chinos llevaban toneladas de maca de manera ilegal. Recuperado <https://puntoedu.pucp.edu.pe/noticia/maca-investigaciones-agroindustria/>

MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO (Lima, 05 de julio de 2017) El Perú es el primer productor y consumidor de maca en el mundo. Recuperado <https://www.midagri.gob.pe/portal/noticias-anteriores/notas-2017/19558-el-peru-es-el-primer-productor-y-consumidor-de-maca-en-el-mundo#:~:text=%E2%80%9CActualmente%2C%20estamos%20consumiendo%201.6%20kilogramos,mejor%20alimentaci%C3%B3n%20de%20los%20consumidores>

La República (27 de mayo 2019) Producción y exportación de la maca peruana. Recuperado. <https://larepublica.pe/economia/892419-produccion-y-exportacion-de-la-maca-peruana/>

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta

Preguntas

1. ¿Cuántos años tienes?

.....

2. Usted consume maca en polvo

- Si
- No

3. Estaría usted interesado en comprar Maca en polvo

- SI
- No
- Tal vez

4. En qué lugar le gustaría adquirir el producto Maca en polvo

- Centros comerciales
- Ferias orgánicas
- Bodegas
- Mercados
- Otra

5. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la Maca en polvo?

- Frascos reciclados
- Papel ecológico
- Cajas

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto Maca en polvo?

- S/. 10 – S/.15
- S/. 16 – S/. 21
- S/. 22 – S/. 26

7. ¿Qué red social es la que más utilizas?

- Facebook
- Instragram
- Tik tok
- WhatsApp

8. ¿Qué te motivaría a comprar el producto Maca en polvo?

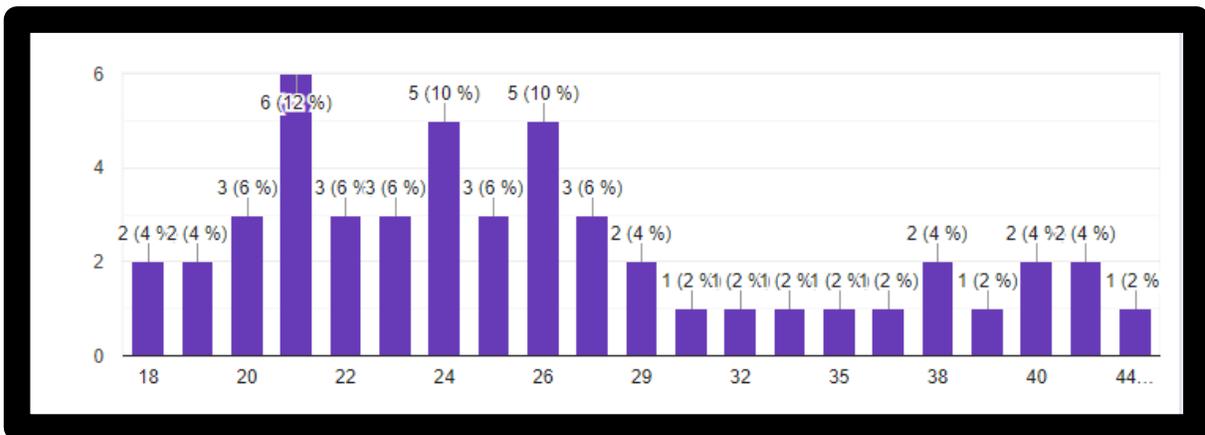
- Calidad
- Beneficio
- Olor
- Precio

9. ¿Cuál es tu distrito de residencia?

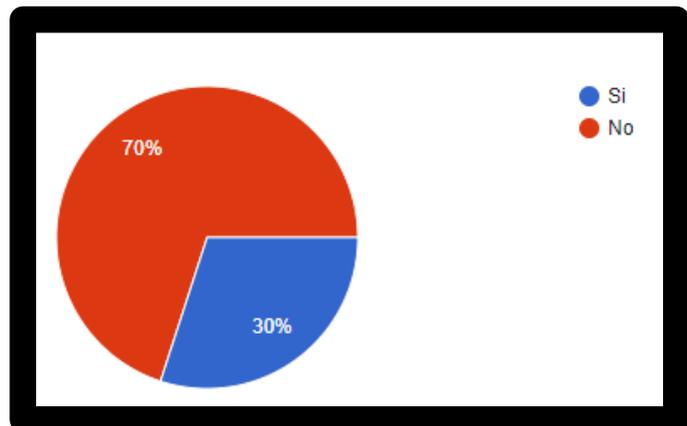
.....

Anexo 2. Resultados de la encuesta

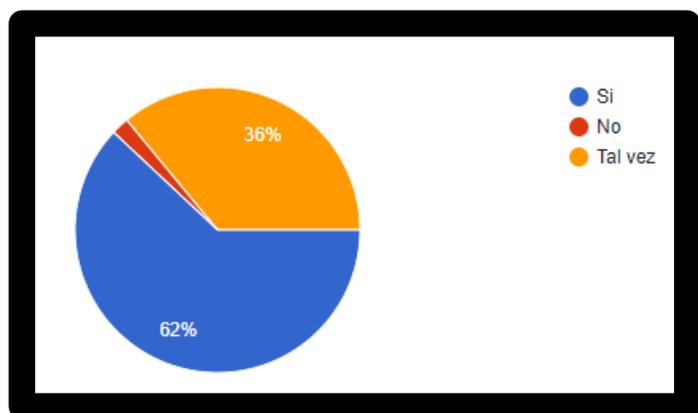
Pregunta 1: ¿Cuántos años tienes?



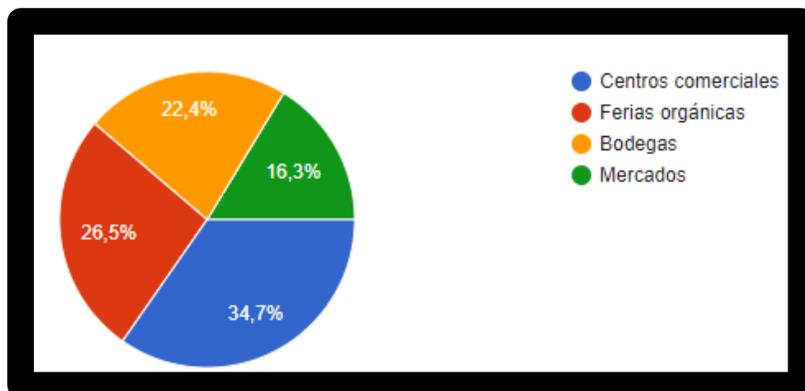
Pregunta 2	
Usted consume maca en polvo	
Si	35
No	15
Total	50



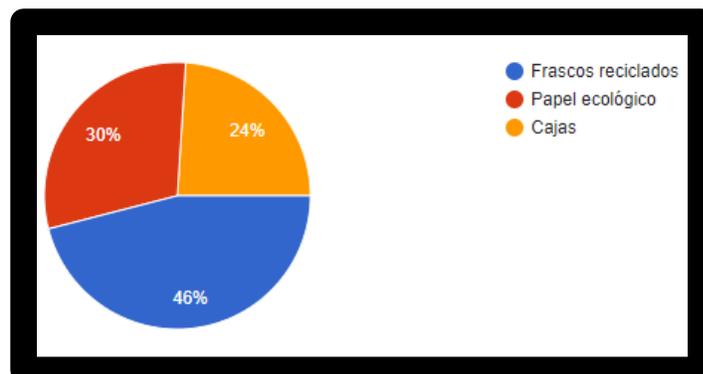
Pregunta 3	
Estaría usted interesado en comprar Maca en polvo	
Si	31
No	1
Tal vez	18
Total	50



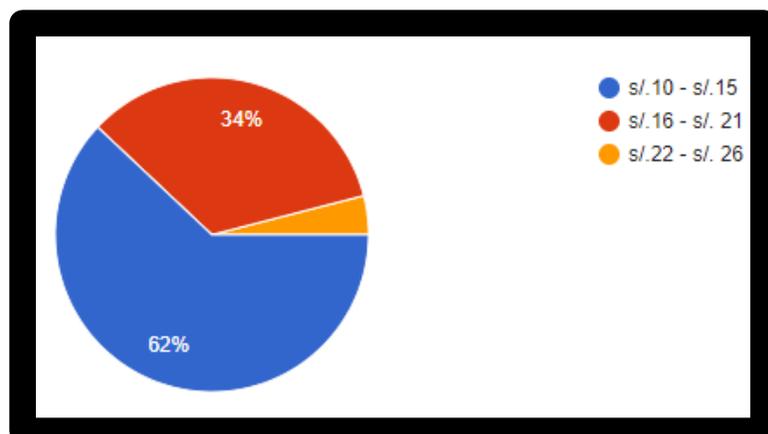
Pregunta 4	
En qué lugar le gustaría adquirir el producto Maca en polvo	
Centros comerciales	17
Ferias orgánicas	13
Bodegas	11
Mercados	8
Otra	
Total	49



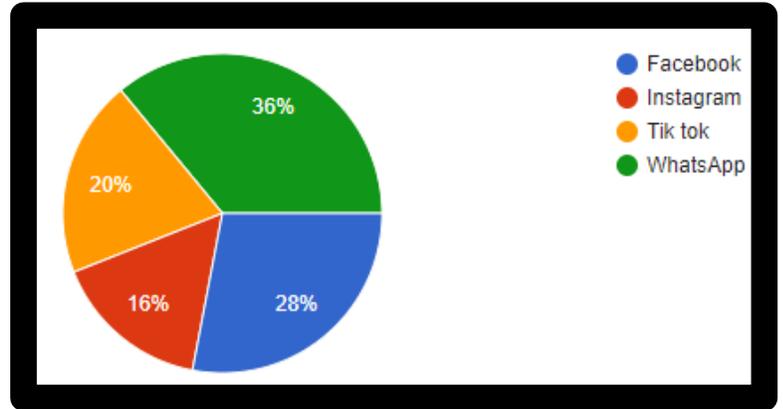
Pregunta 5	
¿En qué presentación le gustaría adquirir la Maca en polvo?	
Frascos reciclados	23
Papel ecológico	15
Cajas	12
Total	50



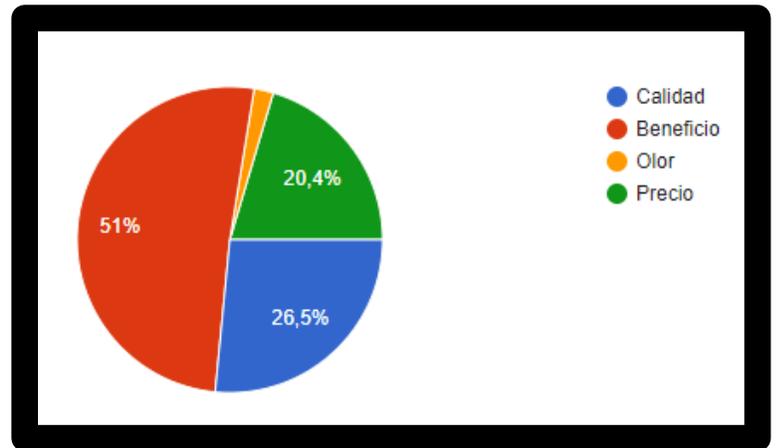
Pregunta 6	
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestro producto Maca en polvo?	
S/. 10 – S/. 15	31
S/. 16 – S/. 21	17
S/. 22 – S/. 26	2
Total	50



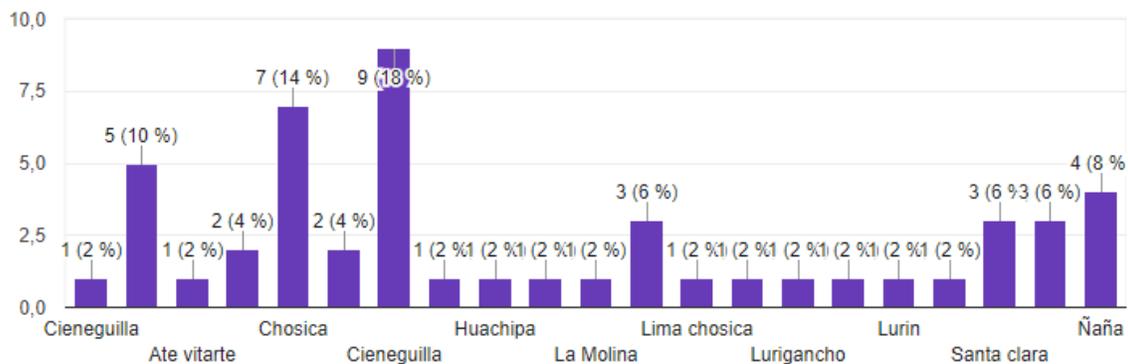
Pregunta 7	
¿Qué red social es la que más utilizas?	
Facebook	14
Instagram	8
Tik tok	10
WhatsApp	18
Total	50



Pregunta 8	
¿Qué te motivaría a comprar el producto Maca en polvo?	
Calidad	13
Beneficio	25
Olor	1
Precio	10
Total	49



Pregunta 9. ¿Cuál es tu distrito de residencia?



Plan de negocio de innovación

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%	5%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.entornointeligente.com Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cientifica del Sur Trabajo del estudiante	1%
4	pymex.com Fuente de Internet	<1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	<1%
7	issuu.com Fuente de Internet	<1%