



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

**“Plan de negocio para la comercialización de polvo a base
de Moringa - Jampi SAC”**

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

Presentado por:

Maribel Yeny Castillo Alvarez (0000-0001-5544-4782)

Sara Katty Montero Castro (0000-0002-9145-1100)

Katherine Ysbel Ramos Valladolid (0000-0002-7819-455X)

Rosa Isabel Sinti Zapata (0000-0002-0209-2274)

Larissa Emilia Yaya Camacho (0000-0003-0274-1374)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 03/03/2022

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 NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE POLVO A BASE DE MORINGA - JAMPI SAC

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100055097	Castillo Alvarez, Maribel Yeny
100035989	Montero Castro, Sara Katty
100033591	Ramos Valladolid, Katherine Ysbel
100000654	Sinti Zapata, Rosa Isabel
100000752	Yaya Camacho, Larissa Emilia

Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas en la carrera profesional 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
100055097	Castillo Alvarez, Maribel Yeny	Aprobado (16)
100035989	Montero Castro, Sara Katty	Aprobado (17)
100033591	Ramos Valladolid, Katherine Ysbel	Aprobado (16)
100000654	Sinti Zapata, Rosa Isabel	Aprobado (17)
100000752	Yaya Camacho, Larissa Emilia	Aprobado (17)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



MBA. José Renán Yallico Madge

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	26
ABSTRACT	28
INTRODUCCIÓN	29
CAPÍTULO I: IDEA DE NEGOCIO	30
1.1	16
1.2	16
1.3	17
1.4	17
1.5	18
CAPÍTULO II : ANÁLISIS DEL ENTORNO	33
2.1	19
2.1.1	19
2.1.2	20
2.1.3	21
2.1.4	22
2.1.5	23
2.1.6	24
2.2 Análisis del entorno específico de la empresa	42
2.2.1 Amenaza de nuevos competidores:	42
2.2.2 Poder de los proveedores	43
2.2.3 Poder de Negociación con los clientes:	43
2.2.4 Productos sustitutos:	44
2.2.5 Rivalidad entre competidores existentes	45
2.2.6 Porter	46
2.3 Análisis del entorno interno	47
2.3.1 Cadena de Valor	47
2.3.2 Logística de entrada	47
2.3.3 Producción u Operaciones	48
2.3.4 Logística de Salida	49
2.3.5 Marketing	50
2.3.6 Servicio (Soporte al cliente)	51
2.3.7 Tecnología	52
2.3.8 Recursos Humanos	53

2.3.9 Finanzas	54
2.4 Análisis FODA	55
2.5 CAME (FODA cruzado)	56
CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO	57
3.1 Misión	57
3.2 Visión	57
3.3 Valores	57
3.3.1 Responsabilidad	57
3.3.2 Respeto	57
3.3.3 Compromiso	58
3.3.4 Confianza	58
3.3.5 Puntualidad	58
3.3.6 Innovación	58
3.3.7 Excelencia	58
3.3.8 Transparencia	59
3.4 Objetivos	59
3.4.1 Objetivos Generales	59
3.4.2 Objetivos Específicos	59
3.5 Estrategias	60
3.5.1 Estrategias corporativas:	62
3.5.3 Estrategia genérica de PORTER:	63
3.5.4 Reloj estratégico de Bowman.	63
CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO	65
4.1 Identificación de las necesidades de la información	65
4.2 48	
4.3 Cronograma de Actividades	65
4.4 Diseño de la investigación y fuentes de datos	66
4.5 Procedimiento de recolección de datos	67
4.6 Diseño la muestra	68
4.7 Recolección de datos	69
4.8 Procesamiento de datos	70
4.9 Análisis de los resultados	79
4.10 Entrevista en Profundidad	80
4.11 Resultados	81
CAPÍTULO 5: PLAN DE MARKETING	82
5.1 Análisis de la situación	82
5.2 Definición del Target	83

5.3 Elección de Canales	83
5.4 Objetivos específicos del área de Marketing	83
5.5 Estrategias de Marketing Tradicional	84
5.5.1 Segmentación:	84
5.5.2 Posicionamiento	86
5.5.3 Diferenciación	86
5.6 Estrategias de Marketing Digital	86
5.6.1 Atracción del tráfico	86
5.6.2 Conversión	87
5.6.3 Fidelización	87
5.6.4 Prescripción	87
5.7 Tácticas de Marketing Tradicional	87
5.7.1	68
5.7.2	68
5.7.3	70
5.7.4	70
5.8 Tácticas de Marketing Digital	90
5.8.1	70
5.8.2	71
5.9 Requerimientos del área de marketing	91
5.9.1 Requerimiento de equipos:	91
5.9.2 Requerimiento de software:	91
5.9.3 Requerimiento de materiales:	91
5.9.4 Requerimiento de otros insumos (servicios básicos):	91
5.9.5 Requerimiento de espacios físicos:	92
5.9.6 Requerimiento de personal:	92
5.10 Cronograma de implementación del área de marketing	92
5.11 Presupuesto de implementación y operación del área de marketing	92
CAPITULO VI: PLAN DE OPERACIONES	94
6.1 Misión	94
6.2 Objetivos	94
6.3 Estrategias	95
6.4 Abastecimiento	95
6.4.1 Compras	96
6.4.2 Gestión de inventarios	97
6.5 Producción	98
6.5.1 Ficha Técnica del Producto	99

6.5.2 Selección del proceso	100
6.5.3 Requerimientos del Área de Operaciones	103
6.5.4 Requerimiento de espacios físicos	105
6.6 Capacidad de Producción	107
6.6.1 Capacidad de Producción	108
6.6.2 Requerimiento de personal	109
6.6.3 Cronograma de Mantenimiento de Equipos	110
6.6.4 Presupuesto del área de operaciones	111
6.7 Localización de instalaciones	111
6.8 Distribución interna o layout	115
6.9 Cronograma de implementación y operación	116
6.10 Distribución	116
6.10.1 Proceso de distribución física	116
6.11 Presupuesto de Área de Operaciones	118
CAPITULO VII: PLAN DE RRHH	119
7.1 Misión	119
7.2 Objetivos	119
7.3 Organigrama	120
7.4 Requerimiento de personal	121
7.5 Remuneración por puesto de trabajo	129
7.6 Procesos del área de RRHH	134
7.6.1 Selección y reclutamiento del personal	135
7.6.2 Incorporación y acogida	136
7.6.3 Planes de carrera	137
7.6.4 Plan de Formación	139
7.6.5 Evaluación de desempeño	141
7.6.6 Evaluación del clima laboral	143
7.7 Cronograma de implementación y operación del área de RRHH	145
7.8 Presupuesto del área de RRHH	145
CAPITULO VIII: ASPECTOS LEGALES TRIBUTARIOS Y LABORALES	146
8.1 Aspectos legales	146
8.1.1 Elección de la forma societaria de la empresa	146
8.1.2 Formalización e inscripción de la empresa	147
8.1.3 Cronograma de Implementación	149
8.1.4 Presupuesto de implementación	150
8.1.5 Tamaño empresarial (Ley 30056)	151
8.1.6 Aspectos legales en empresas e-commerce	153

8.2	132	
8.2.1	Impuesto a la renta	157
8.2.2	Jurisdicción del impuesto a la renta	157
8.2.3	Categorías del impuesto a la renta	158
8.2.4	Impuesto a la renta de tercera categoría	159
8.2.5	Regímenes tributarios	160
8.3	136	
8.3.1	Trabajador dependiente	162
8.4.2	Inicio de la relación laboral: el contrato de trabajo	163
8.4.3	Derechos y beneficios de los trabajadores dependientes	164
8.4.4	Régimen Laboral Especial del Trabajador de las MYPEs	165
8.4.5	Trabajador Independiente	165
8.4.6	Obligaciones Tributarias del empleador	166
8.5	Planilla Electrónica	166
8.5.1	Registro de Información Laboral (T-Registro)	167
8.5.2	Planilla Mensual de Pagos (Plame)	167
CAPÍTULO IX: PLAN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN		168
9.1	Requerimientos para el área de TI	168
9.1.1	Requerimiento de equipos	168
9.1.2	Requerimiento de software	169
9.1.3	Requerimiento de materiales	169
9.1.4	Requerimiento de otros insumos	170
9.1.5	Requerimiento de espacios físicos	170
9.1.6	Requerimiento de personal	170
9.2	Descripción de los procesos operativos de TI	171
9.3	Cronograma de implementación	172
9.3.1	Front office	172
9.3.2	Back office - Back End	176
9.4	Presupuesto de implementación y operación del área de TI	180
CAPITULO X: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO		181
10.1	Presupuesto de ventas	181
10.2	Presupuesto de ingresos	183
10.3	Presupuesto de egresos	184
10.4	Inversiones	185
10.4.1	Inversión en activos fijos	186
10.4.2	Inversión en capital de trabajo	188
10.5	Financiamiento	189

10.5.1 Estructura de capital	190
10.5.2 Flujo del servicio de la deuda	190
10.6 Punto de equilibrio	191
10.7 Flujo económico y financiero proyectado	194
10.7.1 Flujo económico	194
10.7.2 Flujo Financiero	196
10.8 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado	197
10.9 Evaluación económica financiera	198
CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	200
10.1 Conclusiones	200
10.2 Recomendaciones	203
Bibliografía	205

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Propuesta valor	24
Figura 2. Modelo CANVAS.	24
Figura 3. Productividad del Sector Agrario	32
Figura 4. Las 5 fuerzas de Porter	38
Figura 5. Análisis Foda	48
Figura 6. Reloj Estratégico de Bowman	56
Figura 7. Valor nutricional	75
Figura 8. Tamaño de mercado	77
Figura 9. Empaque	80
Figura 10: Lista de proveedores	89
Figura 11: Muestra Polvo de Moringa	89
Figura 12: Ficha Técnica	92
Figura 13: Proceso de Producción	93
Figura 14: Diagrama de Operaciones	94
Figura 15. Organigrama del personal	102

Figura 16: Zonas de Lima	104
Figura 17: Zonificación del Local	105
Figura 18: Estructura del local	106
Figura 19. Layout general	107
Figura 20. Motorizado para reparto	109
Figura 21. Organigrama General	112
Figura 22: Proceso del Área de RR.HH	126
Figura 23. Pasos selección y reclutamiento	127
Figura 24. Incorporación y acogida laboral	129
Figura 25. Planes de carrera	130
Figura 26: Escalones para línea de Carrera	131
Figura 27. Evaluación de 360°	135
Figura 28. Procesos para Formalización de la empresa	140
Figura 29. Sello de Confianza Online	148
Figura 30. Modelo de contrato	155
Figura 31. Disponibilidad de Dominio	165
Figura 32. Precio de Dominio	166
Figura 33. Hosting Empresarial	167
Figura 34. Back office - Back End	169
Figura 35. Disponibilidad de Aplicaciones	170
Figura 36. Precios de Odo	171

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Reconocimiento de la idea de negocio.	17
Tabla 2. Fase de depuración	18
Tabla 3. Aspecto Político	21
Tabla 4. Aspecto Económico	22
Tabla 5. Aspecto Social	23
Tabla 6. Aspecto Tecnológico.	24
Tabla 7. Aspecto Ecológico	25
Tabla 8. Aspecto Legal	26
Tabla 9. Análisis Pestel	28
Tabla 10. Productos sustitutos	32
Tabla 11. Logística Interna	35
Tabla 12. Producción u Operaciones	36

Tabla 13. Logística Externa	37
Tabla 14. Marketing	38
Tabla 15. Ventas	39
Tabla 16. Tecnología de la Información	40
Tabla 17. Recursos Humanos	41
Tabla 18. Finanzas	42
Tabla 19. CAME	43
Tabla 20. Matriz Ansoff.	49
Tabla 21. Matriz de Porter.	50
Tabla 22. Gantt de actividades	53
Tabla 23. Instrumentos de la investigación.	54
Tabla 24. Diseño de la muestra	56
Tabla 25. Ficha técnica.	56
Tabla 26. Entrevista de profundidad	67
Tabla 27. Estructura socioeconómica	71
Tabla 28. Precio de lanzamiento al mercado	75
Tabla 29. Precios competencia	76
Tabla 30. Plan de medios	79
Tabla 31. Presupuesto digital	80
Tabla 32. Cálculo gestión de Inventarios	85
Tabla 33. Pedido de maquinarias	90
Tabla 34. Equipos del área de Producción	90
Tabla 35. Equipos de Computo	91
Tabla 36. Requerimiento de Materiales	91
Tabla 37. De servicios básicos para la producción	92
Tabla 38. Capacidad de Producción	94
Tabla 39. Cálculo tiempo de proceso	95
Tabla 40. Capacidad de producción por persona	95
Tabla 41. Capacidad de producción diaria	95
Tabla 42. Capacidad de Producción anual	96
Tabla 43: Cronograma de mantenimiento de equipos	97
Tabla 44: Presupuesto de operaciones	98
Tabla 45: Estructura socioeconómica	100
Tabla 46: Cronograma de Implementación	103
Tabla 47: Presupuesto de operaciones	105
Tabla 48: Descripción del perfil del talento humano	108
Tabla 49: Descripción de perfil	109

Tabla 50: Descripción de perfil	111
Tabla 51: Descripción de perfil	112
Tabla 52: Descripción del perfil de puesto	113
Tabla 53: Descripción del perfil I	113
Tabla 54: Descripción de perfil	114
Tabla 55: Descripción de perfil	115
Tabla 56: Presupuesto de Remuneración	116
Tabla 57: Presupuesto de Remuneración	117
Tabla 58: Presupuesto de Remuneración	117
Tabla 59: Presupuesto de Remuneración	118
Tabla 60: Presupuesto de Remuneración	118
Tabla 61: Presupuesto de Remuneración	119
Tabla 62: Presupuesto de Remuneración	119
Tabla 63: Presupuesto de Remuneración	120
Tabla 64: Presupuesto de Remuneración	120
Tabla 65: Cronograma de capacitación	128
Tabla 66: Encuesta laboral	131
Tabla 67: Cronograma de Implementación	132
Tabla 68: Cronograma de Implementación	132
Tabla 69: Socios	134
Tabla 70: Cronograma de implementación	136
Tabla 71: Presupuesto para la constitución	137
Tabla 72: Criterios de clasificación	138
Tabla 73: Regímenes tributarios	147
Tabla 74: Regímenes tributarios	148
Tabla 75: Derechos Laborales de los trabajadores	151
Tabla 76: Régimen Laboral de la micro y pequeña empresa - SUNAT	152
Tabla 77: Presupuesto de equipos	155
Tabla 78: Cronograma de Implementación	159
Tabla 79: Presupuesto de Implementación	167
Tabla 80: Proyección del volumen de ventas	169
Tabla 81: Cálculo de días laborables	169
Tabla 82: Estimación de ventas	169
Tabla 83: Presupuesto de ingresos	170
Tabla 84: Presupuesto de egresos	172
Tabla 85: Inversión fija	173
Tabla 86: Inversión fija Activos tangible e intangibles	174

Tabla 87: Inversión fija de recuperero	175
Tabla 88: Capital de trabajo	176
Tabla 89. Inversión total	176
Tabla 90. Estructura de Capital	177
Tabla 91: Servicio del pago de deuda	178
Tabla 92: Punto de equilibrio ponderado	179
Tabla 93: Punto de equilibrio a 1 año	180
Tabla 94: Punto de equilibrio	181
Tabla 95: Flujo de caja económico	183
Tabla 96: Flujo de caja financiero	184
Tabla 97: Estado de ganancia y pérdidas	185
Tabla 98: Evaluación de datos OUTPUT	185
Tabla 99: Análisis del riesgo	187

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Pregunta 1. Encuesta	55
Anexo 2. Pregunta 2. Encuesta	56
Anexo 3. Pregunta 3. Encuesta	56
Anexo 4. Pregunta 4. Encuesta	57
Anexo 5. Pregunta 5. Encuesta	58
Anexo 6. Pregunta 6. Encuesta	59
Anexo 7. Pregunta 7. Encuesta	60
Anexo 8. Pregunta 8. Encuesta	60
Anexo 9. Pregunta 9. Encuesta	62
Anexo 10. Pregunta 10. Encuesta	62
Anexo 11. Pregunta 11. Encuesta	63
Anexo 12. Pregunta 12. Encuesta	64

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de mercado aplicado a nuestro público objetivo, mediante la técnica de recolección de datos cuantitativa y cualitativa, se pudo comprobar el interés de parte de nuestro público objetivo hacia el producto MORINGA JAMPI S.A.C.

MORINGA JAMPI S.A.C se caracteriza a la vez, por utilizar empaques de material biodegradable, que contribuye al cuidado del medio ambiente.

Nuestro producto está elaborado de hojas de moringa 100% natural y procesado con maquinarias que cumplen con los estándares de calidad.

Nuestro talento humano cuenta con capacitaciones e inducción de sus funciones a cumplir a parte de ello tenemos cronogramas de capacitación anual para reforzar su efectividad y cumplimiento de objetivos

El diferenciador que caracteriza a nuestro producto, son las asesorías nutricionales online que se brindarán una vez al mes por un profesional especializado. Nuestros competidores no ofrecen ese diferenciador.

Dentro del análisis legal, evaluamos todos los pasos a realizar a fin de dar por hecha la constitución y formalización de MORINGA JAMPI S.A.C. Nuestra empresa tendrá la participación de 5 accionistas, los cuales aportaran de manera igualitaria.

El proyecto se está iniciando con una inversión propia de S/49,030 soles, y préstamo financiero de S/32,687.

ABSTRACT

The market study applied to our target audience, through the quantitative and qualitative data collection technique, it was possible to verify the interest of our target audience towards the product MORINGA JAMPI S.A.C.

MORINGA JAMPI S.A.C is characterized at the same time by using packaging made of biodegradable material, which contributes to caring for the environment.

Our product is made from 100% natural moringa leaves and processed with machinery that meets quality standards.

Our human talent has training and induction of their functions to fulfill, apart from that we have annual training schedules to reinforce their effectiveness and fulfillment of objectives.

The differentiator that characterizes our product is the online nutritional advice that will be provided once a month by a specialized professional. Our competitors don't offer that differentiator.

Within the legal analysis, we evaluated all the steps to be carried out in order to take for granted the constitution and formalization of MORINGA JAMPI S.A.C. Our company will have the participation of 5 shareholders, who will contribute equally.

The project is starting with an own investment of S/49,030 soles, and a financial loan of S/32,687.

INTRODUCCIÓN

Para llevar a cabo el presente plan de negocio, tuvimos que hacer una recaudación de 7 ideas, para luego descartarlas una a una, considerando la necesidad y la viabilidad que se puede obtener de nuestro mercado objetivo.

Para conseguirlo, hemos tenido que considerar tres criterios, el primero que sea deseable, segundo que sea factible y tercero que sea viable; iniciamos evaluando la ubicación de nuestro establecimiento, las maquinarias, proveedores y la estructura general de nuestro proyecto. Los criterios antes mencionados nos van a permitir poder gestionar la materia prima de calidad con la ayuda de las maquinarias que nos brindará una elaboración óptima, que será el soporte para nuestro proceso de comercialización del Polvo hecho a base de Moringa.

Por lo anteriormente mencionado, nosotros creamos MORINGA JAMPI SAC, una organización que se dedicará a la elaboración y comercialización de polvo hecho en base a Moringa, incursionando en el ámbito de un producto que brindará muchos beneficios en la salud de nuestros clientes, por lo que nos preocupamos en salvaguardar los intereses de nuestros compradores, brindando un producto de gran calidad, confianza y fidelizándolos con nuestra marca.

Consideramos que nuestro público objetivo son personas entre 25 y 65 años de edad del sector A y B pertenecientes a Lima Moderna, lo que nos permite un desarrollo sostenible de nuestro proyecto.

CAPÍTULO I: IDEA DE NEGOCIO

1.1 FORMULACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

N°	IDEA DE NEGOCIO	EXPLICACIÓN
1	Bikinis con plástico reciclado.	Cuidando el medio ambiente con el reciclaje de botellas
2	Comida Vegana	Negocio de comida vegetariana.
3	Mantenimiento de carro a domicilio	Mantenimiento preventivo de autos a domicilio
4	Economía naranja	Ideas de Negocio que favorezcan la cultura
5	Pitahaya	Elaboración de productos hechos a base de Pitahaya
6	Peluquería a Domicilio	Servicio de peluquería a domicilio.
7	Té de Moringa	Té nutritivo a base de Moringa

Tabla 1. Reconocimiento de la idea de negocio.

Fuente: Elaboración propia

1.2 FASE DE DEPURACIÓN

N°	IDEA DE NEGOCIO	EXPLICACIÓN	CRITERIO			APLICA	
			DESEABLE	FACTIBLE	VIABLE	SI	NO
1	Bikinis con plástico reciclado.	Cuidando el medio ambiente con el reciclaje de botellas	X	X			X
2	Comida Vegana	Negocio de comida vegetariana.	X				X
3	Mantenimiento de carro a domicilio	Mantenimiento preventivo de autos a domicilio		X			X
4	Economía naranja	Ideas de Negocio que favorezcan la cultura					X
5	Pitahaya	Elaboración de productos hechos a base de Pitahaya	X	X			X
6	Peluquería a Domicilio	Servicio de peluquería a domicilio.	X		X		X
7	Té de Moringa	Té nutritivo a base de Moringa	X	X	X	X	

Tabla 2. Fase de depuración.

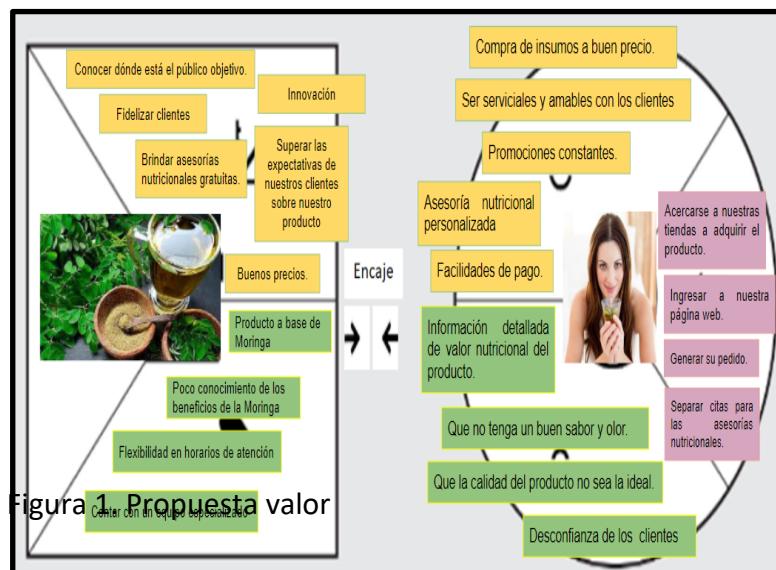
Fuente: Elaboración propia.

1.3 PERFIL DEL CLIENTE

Nuestro producto está dirigido a hombres y mujeres entre 25 a 65 años de edad en los niveles socioeconómicos A y B de los distritos de Lima Moderna, personas preocupadas por su calidad de vida y que tengan alguna condición o enfermedades preexistentes.

Actualmente, debido a la crisis sanitaria, las personas están mucho más preocupadas por mantener un estilo de vida mucho más saludable, con ello podemos decir que las personas están más comprometidas por su cuidado personal y de su salud, lo que nos permite tener un amplio mercado.

1.4 MAPA DE VALOR



Fuente: Elaboración propia

1.5 MODELO CANVAS

ALIADOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
Agricultores Alianzas estratégicas Licencias y Franquicias Proveedores	Procesos de producción Campañas de publicidad Desarrollo de plataforma web Chat bot Comunicaciones Expansión a nuevos mercados Marketing	Gran Calidad Asesorías nutricionales Online Gran disponibilidad y accesibilidad Producto Moringa en Polvo Con el 2% de las ganancias se donará Para albergues o casas hogar La moringa, considerada un antibiótico natural, es una planta con múltiples usos y beneficios medicinales. Sus propiedades antiinflamatorias, antimicrobianas, antioxidantes, anticancerígenas, cardiovasculares, y hepatoprotectoras, la hacen útil en el tratamiento de diversas enfermedades. La moringa es también popular como remedio natural para disminuir los niveles de azúcar en la sangre, siendo especialmente beneficiosa para personas diabéticas.	Asesor de ventas presencial y virtual Alto involucramiento en redes sociales Servicio post venta Asesorías nutricionales personalizadas Fidelización Servicio al cliente ágil y efectivo Webinar 1 vez por semana	Personas entre 25 a 65 años de los niveles socioeconómicos A y B de los distritos de Lima Moderna. Personas preocupadas por su calidad de vida. Personas con enfermedades preexistentes.
	RECURSOS CLAVES Recursos Naturales Recursos humanos. Recursos Físicos. Recursos Digitales. Programas de equidad con productores		CANALES DIRECTO: Servicio a domicilio Tienda Propia INDIRECTO: Whatsapp empresarial Plataforma web Redes sociales	
FRECUENCIA DE COSTES Costos Fijos: Salarios, equipos, internet, muebles y enseres, impuestos, alquiler del local Costos Variables: Personal extra, materia prima, publicidad, luz. Licencias (dominio, software y hospedado) Gasto de ventas Gastos de producción		FLUJOS DE INGRESOS Venta directa de los productos. Tarjeta de crédito o débito Transferencias bancarias Pago paypal Pago en efectivo Pago con moneda virtual		

Figura 2. Modelo CANVAS.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II : ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis PESTEL

2.1.1 Aspecto Político

En la actualidad, nuestro país está atravesando una inestabilidad política debido a la elección del actual Presidente Pedro Castillo quien presenta una tendencia socialista y carente de experiencia, que podría perjudicar mucho a todos los sectores económicos.

El INA (Instituto Nacional de Innovación Agraria) del Ministerio de Agricultura y Riego, se encargará de promover condiciones para el manejo del cultivo y aprovechamiento total en la comercialización, además, tiene como objeto ordenar, regularizar y formalizar la producción, transformación y comercialización que favorece a los pequeños agricultores, en busca de lograr un desarrollo rural, impulsando o apoyando a aquellos sembríos o centros de acopio de moringa que no tienen un acceso privilegiado a los riesgos de sus cultivos, por lo que, como empresa consideramos que pertenecer a este rubro de comercialización de la planta de la moringa sería muy beneficioso.

Así mismo, es importante evaluar las distintas variantes que podrían suceder en el futuro y que tanto nos podría favorecer o perjudicar como empresa.

		MORINGA			LA PLANTA MILAGROSA				
		CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	TIPO DE IMPACTO		
							NEGATIVO	POSITIVO	
POLÍTICO	Debido que el Gobierno actual está enfocado en el apoyo a los agricultores, podría ser que incursionar en el cultivo y comercialización de la planta de la Moringa sea oportuno, debido que nos brindaría un apoyo y retorno rápido de inversión	POSIBILIDAD	ALTA				X		
			MEDIA						
			BAJA						
	Debido al interés del Gobierno en los agricultores, podría ser que impulse que los sembríos que tienen baja cercanía a los riegos o a los centros de acopio de la Moringa, debido que ello sería muy beneficioso.	POSIBILIDAD	ALTA					X	
			MEDIA						
			BAJA						

Tabla 3. Aspecto Político

Fuente: Elaboración propia

2.1.2 Aspecto Económico

Como se mencionó anteriormente, el aspecto político está generando bastante inestabilidad al país, esto también se refleja en el aspecto económico de una forma muy directa, evidenciándose con el alza del dólar y precios de los productos.

Así mismo, se ha observado que en la actualidad se está brindando bastante apoyo al sector agrícola, beneficiando a nuestra materia prima que son los cultivos de planta de Moringa debido que sería muy provechoso y nos podría garantizar una sostenibilidad en la materia prima.

		MORINGA			LA PLANTA MILAGROSA				
		CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	TIPO DE IMPACTO		
							NEGATIVO	POSITIVO	
ECONÓMICOS	Debido que el Gobierno actual está brindando apoyo a los sectores agrícolas, podría ser que el cultivo de comercialización de la planta de la Moringa sea provechoso, debido que nos garantizaría un retorno de nuestra inversión.	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA					X	
			BAJA						
	Debido a inestabilidad política que genera el Estado frente a su oposición a inversiones extranjeras, podría ser que nuestra empresa presente inconvenientes para importar o exportar, por lo que necesitaremos investigar estrategias para lograr beneficiarnos.	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA				X		
			BAJA						

Tabla 4. Aspecto Económico

Fuente: Elaboración propia.

2.1.3 Aspecto Social

De acuerdo a la encuesta realizada en el Perú de demografía y salud familiar que se realizó en el 2020, dio como resultado que el 39.9% de personas mayores a 15 años, al parecer, presentan una morbilidad asociada o factor de riesgo para su salud, por ejemplo, obesidad, diabetes mellitus o hipertensión arterial. Así mismo, la Dirección de Prevención y Control de Enfermedades No Transmisibles, Raras y Huérfanas del MINSAs (Ministerio de Salud), informa que este tipo de enfermedades son las principales causantes de la disminución de la calidad de vida de las personas y de muertes prematuras, en nuestro país, 7 de cada 10 muertes se le atribuye a las ENT (Enfermedades No Transferidas), y se observa que de las personas que fallecen, la mitad, son también menores de 70 años.

Cabe mencionar que en la actualidad, gran parte de la población se preocupa por mantenerse en buen estado de salud, comiendo sano y realizando actividades que ayuden a ejercitarse, por ello, se promulgó en 2013, la Ley de Promoción de la

Alimentación Saludable, que se enfoca en salvaguardar la salud de los peruanos mediante políticas para educar, fomentar la actividad física y supervisar la publicidad e información de alimentos, a fin de eliminar enfermedades que se vinculen con sobrepeso y otras no transmisibles, por lo que, el consumo del Té de Moringa sería muy beneficioso para la salud, puesto que, las hojas de moringa se puede consumir con fines terapéuticos como por ejemplo para aliviar nuestra respiración, disminuir el estrés, pérdida de peso y hasta moderar los niveles de glucosa en la sangre.

		MORINGA LA PLANTA MILAGROSA			TIPO DE IMPACTO			
		CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	NEGATIVO	POSITIVO
SOCIALES	Debido que existen muchas personas que sufren de enfermedades como la diabetes, podría ser que, con el consumo de la Moringa se logren beneficiar por sus nutrientes, por lo que el impacto en nuestra salud sería muy positiva.	POSIBILIDAD	ALTA					X
	Debido al fuerte impacto en el sector salud que se ha enfrentado durante la pandemia, podría ser que en el futuro, se considere una nueva alternativa, por lo que es importante investigar más sobre las nuevas Opciones.	POSIBILIDAD	ALTA					X

Tabla 5. Aspecto Social

Fuente: Elaboración propia.

2.1.4 Aspecto Tecnológico

Actualmente existen diversos sistemas que impactarán de manera favorable a nuestra empresa, debido que, promocionaremos fuertemente a través de redes sociales, páginas web y además contrataremos un sistema ERP que nos ayude tener un control más detallado de nuestros procesos, esto nos permitirá gestionar de manera digitalmente ágil a la empresa.

		MORINGA			LA PLANTA MILAGROSA				
		CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD				TIPO DE IMPACTO		
				ALTA	MEDIO	BAJA	NEGATIVO	POSITIVO	
TECNOLOGICOS	Debido que la planta de Moringa tiene una utilidad muy versátil, podría ser que las maquinarias que se necesiten para las variantes de nuestros productos deban ser especializadas, por lo que es importante adquirir maquinarias específicas para el correcto tratamiento de la Moringa y no se pierdan sus propiedades.	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA					X	
			BAJA						
	Debido que nuestro negocio será novedoso en el mercado Peruano, podría ser que necesitemos promocionarlo fuertemente a través de las redes sociales, páginas web, por lo que se necesitará contratar un sistema óptimo para nuestro negocio	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA					X	
			BAJA						

Tabla 6. Aspecto Tecnológico.

Fuente: Elaboración propia

2.1.5 Aspecto Ecológico

La planta de la Moringa, presenta una actitud tolerante a muchas condiciones ambientales, sin embargo, a pesar de ser muy resistente a la sequía, existen condiciones que no matan la planta pero puede que genere una baja o insuficiente producción de hojas y en algunas ocasiones daños permanentes a su follaje, a su vez las raíces necesitan una que los suelos sean aireados y drenados por que el encharcamiento, pone en riesgo la planta, por lo que, será importante para nosotros que nuestros proveedores agricultores cuenten con profesionales especializados como Ingenieros agrónomos que nos garantice el suministro de nuestra materia prima

Cabe mencionar que, gracias al gran potencial nutricional del árbol de la Moringa, así como también la contribución al medio ambiente, puesto que ésta planta absorbe CO2 generando un impacto ecológico positivo, se podría lograr impulsar el comercio de los distintos derivados, considerándolo un insumo muy provechoso

para explorar, generando un gran beneficio tanto para nosotros como empresa como a nuestros proveedores agrícolas.

		MORINGA			LA PLANTA MILAGROSA				
		CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	TIPO DE IMPACTO		
				NEGATIVO	POSITIVO				
ECOLÓGICOS	Debido al gran potencial nutricional en el árbol de la Moringa, podría ser que en el futuro los cultivadores de esta planta logren impulsar este negocio, por lo que nuestra empresa lo considera como un insumo para explorar.	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA					X	
			BAJA						
	Debido que en el Perú existe bajo conocimiento y uso de la planta de la Moringa, podría ser que nosotros como empresa impulsando el conocimiento de sus nutrientes y beneficios ambientales absorbiendo CO2 logremos posicionar nuestro producto, por lo que el impacto ecológico sería muy positivo.	POSIBILIDAD	ALTA						
			MEDIA					X	
			BAJA						

Tabla 7. Aspecto Ecológico

Fuente: Elaboración propia

2.1.6 Aspecto Legales

Debido a la postura radical del actual gobierno, se considera un riesgo directo, ya que, el aspecto legal ha tambaleado constantemente porque se ha querido realizar cambios regulatorios y hasta reformas por parte de las autoridades gubernamentales competentes a la normativa, ello puede afectar adversamente a la posición de la empresa e incurrir en pérdidas, puesto que, según el instituto de estudios peruanos, la primera reforma resultó con la expropiación de 10,5 millones de hectáreas, lo que equivale al 56% de la superficie agrícola, la incertidumbre de un segundo error con la nueva propuesta se considera un riesgo alto para la empresa.

Por lo anteriormente mencionado, es importante establecer en nuestro contrato la manera correcta en la que se determinará la adquisición de nuestros insumos y

materia prima, ya que, si no tomamos las medidas necesarias nos podría generar grandes pérdidas de liquidez y flujo de ingresos para nuestra empresa.

	MORINGA		LA PLANTA MILAGROSA			TIPO DE IMPACTO	
	CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	NEGATIVO	POSITIVO
LEGALES	Debido que el Perú presenta un alto riesgo de cambio regulatorio por parte de las autoridades gubernamentales competentes de la normativa, podría ser que de alguna forma esto afecte adversamente a la posición de la empresa, por lo que el incurrir en pérdidas podría ser un riesgo alto para la empresa.	POSIBILIDAD	ALTA				X
			MEDIA				
			BAJA				
	Debido a la inestabilidad económica y política de nuestro país es importante establecer en nuestro contrato la manera correcta en la que se determinará la moneda para cobro de nuestro producto, podría ser que ello nos haga incurrir en pérdidas, por lo que afectaría la liquidez de nuestra empresa.	POSIBILIDAD	ALTA				X
			MEDIA				
			BAJA				

Tabla 8. Aspecto Legal

Fuente: Elaboración propia.



Figura 3. Productividad del Sector Agrario

Fuente: Departamento de agricultura de EE.UU

	MORINGA		LA PLANTA MILAGROSA			TIPO DE IMPACTO	
	CAUSA / FACTOR EXTERNO / EFECTO	POSIBILIDAD	ALTA	MEDIO	BAJA	NEGATIVO	POSITIVO
POLÍTICO	Debido que el Gobierno actual está enfocado en el apoyo a los agricultores, podría ser que incursionar en el cultivo y comercialización de la planta de la Moringa sea oportuno, debido que nos brindaría un apoyo y retorno rápido de inversión	POSIBILIDAD				X	
	Debido al interés del Gobierno en los agricultores, podría ser que impulse aquellos sembreros que tienen baja cercanía a los riegos o a los centros de acopio de la Moringa, debido que ello sería muy beneficioso.	POSIBILIDAD					X
ECONÓMICOS	Debido que el Gobierno actual está brindando apoyo a los sectores agrícolas, podría ser que el cultivo de comercialización de la planta de la Moringa sea provechoso, debido que nos garantizaría un retorno de nuestra inversión.	POSIBILIDAD					X
	Debido a inestabilidad política que genera el Estado frente a su oposición a inversiones extranjeras, podría ser que nuestra empresa presente inconvenientes para importar o exportar, por lo que necesitaríamos investigar estrategias para lograr beneficiarnos.	POSIBILIDAD				X	
SOCIALES	Debido que existen muchas personas que sufren de enfermedades como la diabetes, podría ser que, con el consumo de la Moringa se logren beneficiar por sus nutrientes, por lo que el impacto en nuestra salud sería muy positiva.	POSIBILIDAD					X
	Debido al fuerte impacto en el sector salud que se ha enfrentado durante la pandemia, podría ser que en el futuro, la medicina alterna se considere una nueva alternativa, por lo que es importante investigar más sobre las nuevas Opciones.	POSIBILIDAD					X
TECNOLÓGICOS	Debido que la planta de Moringa tiene una utilidad muy versátil, podría ser que las maquinarias que se necesiten para las variantes de nuestros productos deban ser especializadas, por lo que es importante adquirir maquinarias específicas para el correcto tratamiento de la Moringa y no se pierdan sus propiedades.	POSIBILIDAD					X
	Debido que nuestro negocio será novedoso en el mercado Peruano, podría ser que necesitemos promocionarlo fuertemente a través de las redes sociales, páginas web, por lo que se necesitará contratar un sistema óptimo para nuestro negocio	POSIBILIDAD					X
ECOLÓGICOS	Debido al gran potencial nutricional en el árbol de la Moringa, podría ser que en el futuro los cultivadores de esta planta logren impulsar este negocio, por lo que nuestra empresa lo considera como un insumo para explorar.	POSIBILIDAD					X
	Debido que en el Perú existe bajo conocimiento y uso de la planta de la Moringa, podría ser que nosotros como empresa impulsando el conocimiento de sus nutrientes y beneficios ambientales absorbiendo CO2 logremos posicionar nuestro producto, por lo que el impacto ecológico sería muy positivo.	POSIBILIDAD					X
LEGALES	Debido que el Perú presenta un alto riesgo de cambio regulatorio por parte de las autoridades gubernamentales competentes de la normativa, podría ser que de alguna forma esto afecte adversamente a la posición de la empresa, por lo que el incurrir en pérdidas podría ser un riesgo alto para la empresa.	POSIBILIDAD				X	
	Debido a la inestabilidad económica y política de nuestro país es importante establecer en nuestro contrato la manera correcta en la que se determinará la moneda para cobro de nuestro producto, podría ser que ello nos haga incurrir en pérdidas, por lo que afectaría la liquidez de nuestra empresa.	POSIBILIDAD				X	

Tabla 9. Análisis Pestel

Fuente: Elaboración propia

2.2 Análisis del entorno específico de la empresa

2.2.1 Amenaza de nuevos competidores:

Si bien es cierto, nosotros como empresa iniciaremos adquiriendo la materia prima a cultivadores de la planta de moringa, se logra identificar que tener un amplio conocimiento o experiencia de la producción y comercialización de nuestra materia prima genera una barrera alta para que puedan ingresar al sector.

Además, buscamos en algún momento tener nuestros propios cultivos, ello nos resulta favorable a fin de manejar nuestro negocio a gran escala, se conoce también, que el contar con profesionales del rubro como ingenieros agrónomos, el mantenimiento del terreno, el conocimiento del cuidado de los cultivos y la experiencia en el proceso de transformación de las hojas serán puntos muy importantes para que se genere una barrera alta para que puedan ingresar en el sector.

Cabe mencionar, que existe un amplio mercado de suplementos alimenticios naturales que en su mayoría manejan un proceso de producción igual o estandarizado, sin alguna notable diferencia con respecto al producto, generando que se confundan las marcas o haciéndolas poco identificables con una alta facilidad de copia, por lo que se busca mantener un valor agregado para la diferenciación de nuestro producto.

Para nuestro caso como empresa se podría considerar como amenaza la existencia de marcas extranjeras o el consumo de marcas extranjeras.

2.2.2 Poder de los proveedores

Se conoce que la producción en el mercado agrícola se singulariza por tener un limitado valor agregado, debido a la gran cuantía de intermediarios en el transcurso de la comercialización, así como también, se observa que, los campesinos que se ubican en las zonas más lejanas tienen un limitado acceso a mercados de productos, recursos e insumos, por lo que, su poder de negociación es reducido y se debe a la poca manufactura que logran ofrecer al mercado, así como por la falta de planificación y estandarización de sus productos. Considerándose que la fuerza de los proveedores es baja.

Las estrategias más importantes para no supeditarse a un solo proveedor o detectar mejores opciones son:

- Incrementar el portafolio de nuestros proveedores
- Implementar las alianzas o asociaciones a largo plazo con nuestros proveedores
- Cultivar nuestra propia materia prima.

2.2.3 Poder de Negociación con los clientes:

Las personas que pertenecen a los niveles socioeconómicos A y B de Lima Metropolitana, consumen este tipo de productos esencialmente por sus atributos alimenticias, comprando en su mayoría en tiendas naturistas, encontrándose con vendedores que no son profesionales en salud o con instrucciones de instituciones sin carácter académico, quienes confieren de manera equivocada propiedades a los productos, en ocasiones, brindan un mensaje que no es claro sobre las ventajas y desventajas de la utilidad de los productos.

Por ello nosotros, utilizaremos una estrategia de diferenciación de asesorías gratuitas de manera mensual con profesionales en nutrición y salud.

2.2.4 Productos sustitutos:

En la industria existen numerosas compañías que se dedican a la producción y comercialización de productos naturales con propiedades muy similares de acuerdo con las necesidades de cada consumidor. En su mayoría se encuentran dentro de la clasificación de suplementos alimenticios que son naturales y también aquellos que son elaborados químicamente. Aquellos son sustitutos entre sí. Ocasionando una tendencia de cambio medianamente alta por parte de la población y con respecto a la sustituibilidad del producto brindado, esta se considera intermedia.

Sin embargo, el cambio o sustituibilidad no resulta probable para aquellas organizaciones que se especializan en comercializar productos naturales en base de una o más materias primas.

MARCA	EMPRESA
HERBALIFE	HERBALIFE LTD
CENTRUM	PFIZER INC
OMNIPLUS	OMNILIFE SA
VITA ENERGÍA	FUXIONBIOTECH SAC
OPTIMUS	OMNILIFE SA
SUPRADYN	BAYER AG
REDOXON	BAYER AG
VITAMINA B	BRISTOL-MYERS SQUIBB CO
BEROCCA	BAYER AG
OTROS	OTROS

Tabla 10. Productos sustitutos

Fuente: Elaboración propia

2.2.5 Rivalidad entre competidores existentes

En el sector o ámbito de suplementos alimenticios naturales se observa una gran cantidad de competidores y una oferta muy variada. Tan solo en el Perú se encuentran más de 150 tiendas naturistas. En el sector, se presenta cierta agresividad debido a una gran posibilidad de sustitutos cercanos, se evidencia, además, la amplia oferta a la que los consumidores están propensos y que provocaría un cambio.

En este sentido, nos debemos enfocar en afianzar los componentes importantes que influyen directamente en la competición del mercado, como por ejemplo, el desarrollo de la industria, los costos fijos, las barreras de salida, variedad de competidores, las limitaciones gubernamentales, el rendimiento estratégico, entre otros.

2.2.6 Porter

PORTER

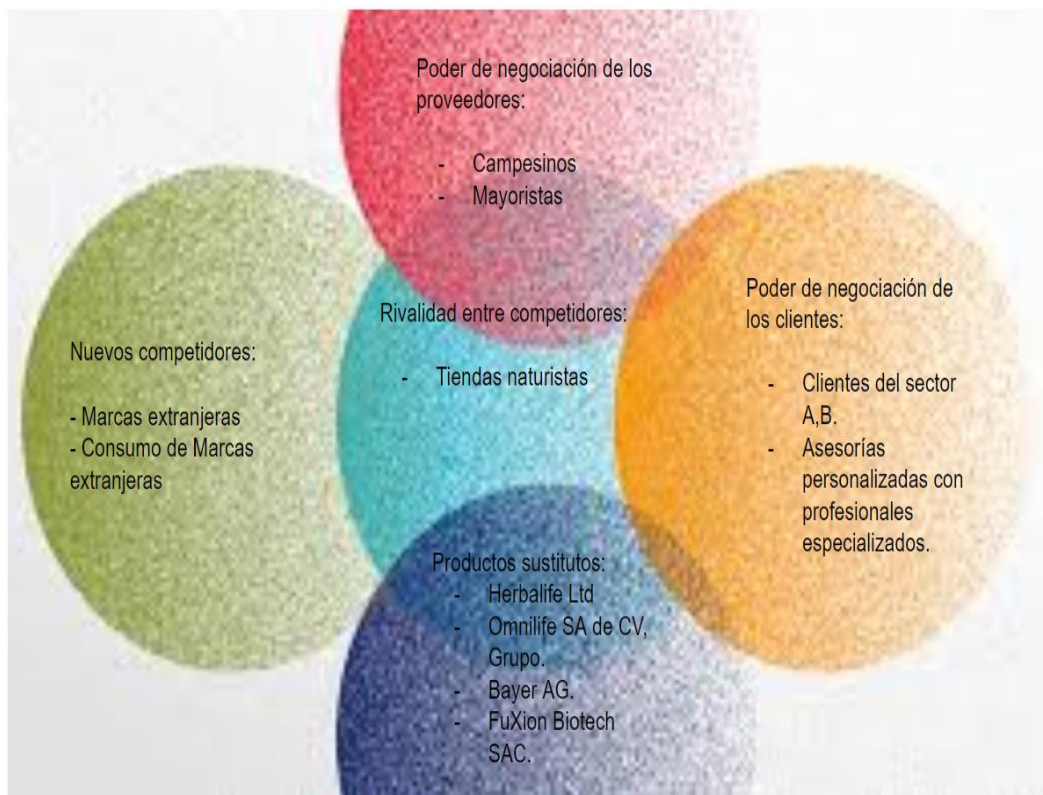


Figura 4. Las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración Propia.

2.3 Análisis del entorno interno

2.3.1 Cadena de Valor

El presente análisis nos permitirá poder identificar los factores internos de nuestra empresa tales como nuestras fortalezas y debilidades, se considerará el desagregado de todos los componentes de la actividad empresarial que estamos realizando, identificaremos las principales actividades y las de apoyo, además los generadores de fuentes de valor siendo éstos de gran importancia para que podamos conocer cada una de nuestras actividades y poder llevar a cabo nuestro proyecto.

2.3.2 Logística de entrada

Consideraremos todos los insumos que ingresaran en nuestros almacenes tales como: Las hojas de moringa, empaques, entre otros que se utilizaran para la elaboración del té de moringa en polvo, en esta etapa encontraremos una alta probabilidad de recepcionar alguna mercadería defectuosa por lo que se tiene que ser muy detallista a la hora de recepcionar nuestros insumos.

	Causa / factor interno / efecto		Impacto			Tipo de impacto	
			Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo
LOGÍSTICA INTERNA	Debido que como empresa llevaremos un control de los requisitos especificados, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega, podría ser que nuestros costos de productos no conformes se mantengan bajos, por lo que vamos a optar por obtener el Iso 9001 que garantice la prevención, identificación y control de aquellos productos que no cumpla con lo estipulado.	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				
	Debido que consideraremos el Lean Manufacturing, que apunta directamente a la identificación y eliminación de actividades que no agregan valor en todos los procesos en que está involucrada la empresa como por ejemplo: en el diseño, la producción, distribución, cadena de suministro y la relación con los clientes, podría ser que nuestros costos por deterioros de materiales en el transporte se reduzcan, por lo que se evitaría un excesivo manejo de la carga, el uso de equipo inadecuado, recorridos excesivos de materiales y almacenamiento temporal del producto.						
	Debido que usaremos plataformas de compras y la estrategia win to win, podría ser que se minimicen rotundamente los errores en las solicitudes y órdenes de compra, por lo que se obtendrá una automatización de procesos.	Probabilidad	Alta				
			Media				
			Baja				

Tabla 11. Logística Interna

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Producción u Operaciones

En esta etapa, llevaremos a cabo la conversión de la materia prima en producto final, donde nuestra distribución del área lo realizaremos basado en Layout que nos permitirá tener una distribución adecuada ahorrando espacios.

PRODUCCION U OPERACIONES	Debido que nuestro plan de operaciones estará enfocado en optimizar los recursos y mantener una inspección constante de nuestro producto, podría ser que se obtenga altos estándares de productividad, por lo que se garantizaría un producto final de calidad.	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido que nuestro producto contará con un proceso especial de moliación y con un empaque Biodegradable, podría ser que las Características de calidad sean de gran aceptación por nuestros clientes, por lo que nos brindaría un gran posicionamiento en el mercado.	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido que se contratará personal especializado y capacitado en la elaboración de nuestro producto, podría ser que la Velocidad o rapidez debido a la capacidad instalada de producción y con el tipo de distribución de planta adoptada sea la esperada, por lo que se logrará un producto con una calidad superior a la que se encuentra en el mercado.	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						

Tabla 12. Producción u Operaciones

Fuente: elaboración propia.

2.3.4 Logística de Salida

Se hace mención al proceso de envasado, empaquetado y embalaje conocido como el picking y packing donde salen los pedidos de acuerdo con las solicitudes.

	Causa / factor (interno) / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
			Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
LOGÍSTICA EXTERNA	Debido a que nuestra nueva planta de producción se encuentra en una ubicación estratégica, podría ser que nuestros costos de transporte para abastecimiento de materias primas disminuya, por lo que mejoraría nuestra productividad	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					
	Debido que nuestro producto se producirá y almacenará en un empaque especializado que beneficiaría su conservación, podría ser que el costos por deterioro de productos en el almacenamiento sea bajo, por lo que nuestra productividad se vería beneficiada.	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					
	Debido que nuestra plan de producción tendrá una ubicación estratégica en Miraflores, podría ser que el Tiempo de demora (ubicación de productos, manipulación, conservación, procesamiento de pedidos y transporte hacia el destino final) sea óptimo, por lo que se puede tener un control sobre el abastecimiento y distribución de nuestro producto.	Probabilidad	Alta					
			Media					
			Baja					

Tabla 13. Logística Externa

Fuente: elaboración propia.

2.3.5 Marketing

En este punto será importante evaluar que el tipo de estrategias que implementaremos para nuestras ventas del polvo de Moringa – Jampi SAC, por lo que, en este caso emplearemos estrategias B2C que en inglés se dice business to consumer (empresa a consumidor) para llevar a cabo las ventas.

MARKETING	Probabilidad	Alta					
		Media					
		Baja					
	Probabilidad	Alta					
		Media					
		Baja					
Debido que nuestro segmento de mercado será medible (determinar el tamaño, perfil y poder adquisitivo), accesible (puedan ser atendidos por la empresa) y sustancial (rentables), podría ser que resulte eficaz la segmentación, por lo que se identificarán las variables de nuestro segmento, se desarrollarán los perfiles de clientes y se evaluará el atractivo y rendimiento de nuestro producto.							
Debido que identificaremos a nuestro público objetivo y éste se convertirá en comprador, podría ser que logremos la efectividad en la captación de las necesidades de los clientes, por lo que mejoraría nuestro negocio logrando aumentar las ventas, reconocimiento de la marca y expansión.							

Tabla 14. Marketing

Fuente: Elaboración propia.

2.3.6 Servicio (Soporte al cliente)

En este punto, nos referimos al servicio de post venta por quejas, reclamos, devolución de pedidos con algún defecto por lo que tenemos que dar soluciones óptimas y acertadas para una futura compra.

VENTAS	Debido que se necesita medir la satisfacción del cliente, se podría decir que el servicios post venta nos permitirá obtener información necesaria para mejorar la experiencia, por lo que mantener contacto con los cliente ofrece una sensación seguridad después de la compra.	Probabilidad	Alta						
		Media							
		Baja							
	Debido que nuestro producto busca brindar beneficios en la salud del consumidor, se podría decir que el Tipo de negociación vendedor - cliente deberá concentrarse en conocer los intereses de nuestros clientes, por lo que al crearse una relación positiva se reflejaría en el incremento de nuestras ventas	Probabilidad	Alta						
		Media							
		Baja							

Tabla 15. Ventas

Fuente: Elaboración propia.

2.3.7 Tecnología

Emplear herramientas digitales es de suma importancia ya que en la pandemia del COVID-19 muchas empresas han puesto más énfasis en el uso de herramientas digitales, en nuestra empresa emplearemos ERP con la finalidad de tener un mejor control de mercadería, clientes, ordenes de pedidos. Cuando hablamos de tecnología también nos referimos al uso de maquinaria especializada en la elaboración del Té de Moringa en polvo.

	Causa / factor interno / efecto		Impacto			Tipo de impacto		
			Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo	
I + D + I	Debido a la investigación realizada respecto a nuestro producto considerándolo original y nuevo en el mercado, se podría decir que el tiempo de desarrollo del producto nos permitirá posicionarnos en el mercado, por lo que buscamos ser vistos como innovadores y con gran aceptación.	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						
	Debido que queremos implantar un proceso adecuado que nos permita seguir una tendencia de calidad, se podría decir que al implantar y mantener un proceso de Sistemas de diseño y desarrollo de productos lograremos mantenernos competitivos en el mercado, por lo que la innovación es clave para nuestra organización.	Alta						
		Media						
		Baja						
	Debido que como organización de debe establecer etapas para planificación del diseño y del desarrollo, se podría decir que todos debemos estar involucrados en la actividad de nuestra empresa respecto al producto, por lo que se debe considerar procesos de control de calidad, inspección, ensayos para validarlos y nos brinde buenos resultados.	Probabilidad	Alta					
		Media						
		Baja						

Tabla 16. Tecnología de la Información

Fuente: Elaboración propia.

2.3.8 Recursos Humanos

Como empresa lograremos encontrar un balance en la gestión de capital humanos, que son los colaboradores y son considerados de suma importancia en toda empresa, trabajaremos en las contrataciones que se realicen, horas de trabajo y las motivaciones de los colaboradores y capacitación del personal.

	Causa / factor interno / efecto	Probabilidad	Impacto			Tipo de impacto	
			Bajo	Medio	Alto	Negativo	Positivo
RRHH	Debido que el rendimiento de la mano de obra es una variable que afecta la productividad, se podría decir que es importante determinar una metodología que permita medir la afectación de los rendimientos, por lo que se debe implemetar procedimientos laborales adecuados.	Alta			■		■
		Media					
		Baja					
	Debido que se busca fidelizar no sólo a los clientes si no que se cuenta con personal comprometido, se podría decir que la cartera de personas leales es importante para nuestro negocio, por lo que nuestro personal debe sentirse involucrado con el producto.	Alta					
		Media		■			■
		Baja					
	Debido que nuestra organización busca atraer colaboradores especializados en la elaboración de nuestro producto, se podría decir que la capacidad de reclutamiento será una parte importante de nuestros objetivos organizacionales, por lo que la selección adecuada de nuestros colaboradores nos brindará el éxito y buen funcionamiento de la organización.	Alta					
		Media		■		■	
		Baja					

Tabla 17. Recursos Humanos

Fuente: Elaboración Propia

2.3.9 Finanzas

Encontramos actividades que van a prestar apoyo a toda la organización tales como las finanzas y la contabilidad que son muy importantes en la organización.

FINANZAS	Debido que nuestro producto final es Té de Moringa en polvo es importante contar con proveedores de material y además recursos clave, se podría decir que de ello depende que nuestro negocio funcione, por lo que es importante poder identificarlos y mantener una buena relación.	Probabilidad	Alta							
		Media								
		Baja								
	Debido que como empresa necesitamos mantener suficiente efectivo disponible para las operaciones que se efectuarán, se podría decir que, el análisis del flujo de efectivo es un estudio importante, por lo que nos permitirá determinar patrones adecuados para el funcionamiento de nuestra empresa.	Probabilidad	Alta							
		Media								
		Baja								
	Debido que con liquidez hará que nuestra empresa funcione, se podría decir que la disponibilidad de fondos en nuestras cuentas es importante, por lo que ello nos permitiría generar utilidad.	Probabilidad	Alta							
		Media								
		Baja								

Tabla 18. Finanzas

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Análisis FODA

En la elaboración del análisis FODA se está contemplando los impactos del entorno externo general que es el PESTEL y el análisis externo que afecta a nuestra industria que es el PORTER que nos arrojaran nuestras oportunidades y amenazas. Para determinar nuestras fortalezas y debilidades, así mismo, debemos de tener en cuenta nuestro factor interno que es la cadena de valor.

Fortaleza:

- Alianza estratégica con los proveedores que nos abastece la materia prima.
- Innovación del producto.
- Supervisión y fiscalización en el área de producción para mantener la calidad.
- Supervisión al área de atención al cliente.
- Fuerte creación de contenidos en redes sociales y Marketing.
- Manejo de Software ERP.



Oportunidades:

- Poca comercialización de Té de Moringa en polvo.
- Materia Prima se encuentra en distintas regiones de nuestro Perú.
- Incremento de productos de procedencia Natural.
- Implementación de tecnologías.
- Gran aceptación por el mercado de productos naturales.

Amenazas:

- Incremento de empresas informales.
- Pérdidas de lotes de cultivo.
- Incremento de la tasa de interés del sistema financiero por la inestabilidad política.
- Entrada de empresas afines a nuestro negocio.

Debilidades:

- Materia prima defectuosa por compras masivas.
- Alquiler del local para producción.
- Alza del precio de la hoja de moringa.
- Dependencia de proveedores.
- Temporadas de cultivos.

Figura 5. Análisis Foda

Fuente: Elaboración Propia.

2.5 CAME (FODA cruzado)

FODA / CAME		FORTALEZAS		DEBILIDADES							
		F1. Innovación del producto	F2. Alianza estratégica con los proveedores que nos abastece la materia prima.	F3. Supervisión y fiscalización en el área de producción para mantener la calidad.	F4. Supervisión al área de atención al cliente.	F5. Fuerte creación de contenidos en redes sociales y Marketing Y Manejo de Software ERP.	D1. Materia prima defectuosa por compras masivas.	D2. Alquiler del local para producción.	D3. Alza del precio de la hoja de moringa.	D4. Dependencia de proveedores.	D5. Temporadas de cultivos.
OPORTUNIDAD	O1. Poca comercialización de Té de Moringa en polvo.	FO1. Ser pioneros y aprovechar en lograr un posicionamiento fuerte en el mercado.	FO2. Establecer contratos a largo plazo con nuestro proveedores.	FO3. Las supervisiones nos puede ayudar a brindar productos de calidad y lograr abarcar más mercados.	FO4. Crear encuestas de satisfacción al cliente mediante redes o correo electrónico.	FO5. Con la creación de campañas y publicidad captaremos nuestro público objetivo que va en ascenso.	DO1. Inscribir al personal a cursos gratuitos de control de calidad modalidad online.	DO2. Realizar una distribución de la planta basada en nuestro layout y actualizar la información ingresada en el ERP en relación a nuestra materia prima.	DO3. Establecer contratos de 3 años como mínimo que nos permita controlar de alguna manera la variante del precio	DO4. Ampliar la búsqueda de nuestros proveedores, usando nuestros medios digitales y conseguir la mejor oferta del mercado.	DO5. Mantener la información actualizada de la materia prima en el ERP para no sufrir desabastecimiento de nuestros insumos.
	O2. Materia Prima se encuentra en distintas regiones de nuestro Perú.										
	O3. Incremento de productos de procedencia Natural.										
	O4. Implementación de tecnologías.										
	O5. Gran aceptación por el mercado de productos naturales.										
AMENAZA	A1. Incremento de empresas informales.	FA1. Capacitar siempre a nuestros colaboradores para que brinden información precisa.	FA2. Lograr mantener un abastecimiento programado y fijado mediante contrato.	FA3. Buscar previamente al proveedor que nos brindará las maquinarias especializadas y garantizar el buen tratamiento de nuestra materia prima en la producción sin perder nutrientes claves.	FA4. Logrando un gran posicionamiento en el mercado y con un excelente servicio al cliente se limitarán las competencias y empresas informales.	DA1. Contratar una certificación de calidad como el Iso 9001 que garantice la excelente calidad de nuestros productos.	DA2. Realizar un contrato de alquiler por un plazo mínimo de 03 años que nos permita desarrollar mi actividad económica.	DA3. Participar de ferias para emprendedores que nos brinde algún beneficio como apoyo económico y publicidad.	DA4. Considerar el cultivo propio de la planta de Moringa, convirtiéndonos en cultivador y comercializador de esta planta.		
	A2. Pérdidas de lotes de cultivo.										
	A3. Incremento de la tasa de interés del sistema financiero por la inestabilidad política.										
	A4. Entrada de empresas afines a nuestro negocio.										

Tabla 19. CAME

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO

3.1 Misión

“Empresa dedicada a elaborar y comercializar té de moringa en polvo que ofrece salud, nutrición y bienestar.”

3.2 Visión

“Ser reconocida como una empresa líder a nivel nacional, como la mejor empresa productora, comercializadora y distribuidora de productos naturales de calidad y con una excelente atención.”

3.3 Valores

3.3.1 Responsabilidad

Como empresa seremos responsables al planificar nuestros procesos e inculcaremos a nuestros colaboradores este valor para garantizar la excelencia de nuestro producto y procesos.

3.3.2 Respeto

Es fundamental empoderar el respeto, puesto que, favorece el diálogo y participación de cada puesto de trabajo, generando una sana convivencia laboral.

3.3.3 Compromiso

Tanto nuestra empresa como nuestros colaboradores deben tener la capacidad de tomar conciencia sobre la importancia de cumplir con lo que se acuerda.

3.3.4 Confianza

Se busca con este valor que las relaciones internas entre los trabajadores sean dinámicas, fluidas y eficaces con alta productividad.

3.3.5 Puntualidad

Inculcar en nuestros colaboradores este valor, es importante porque fomentamos el cambio y evolución constante.

3.3.6 Innovación

Actualmente, nos encontramos actualizando y mejorando nuestros procesos a fin de brindar un producto de calidad y mejorado.

3.3.7 Excelencia

Fundamentos como la conducción hacia los resultados, orientación hacia el cliente, liderazgo, perseverancia y estandarización de los procesos son un conjunto de procedimientos que se practicarán en la gestión de nuestra organización.

3.3.8 Transparencia

Este valor es fundamental puesto que se adopta una manera de potenciar el servicio y acrecentar la lealtad de los clientes.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivos Generales

Convertirnos en una compañía líder en la producción, comercialización y distribución de Té de Moringa en polvo de alta calidad y gran valor nutricional para nuestros clientes.

3.4.2 Objetivos Específicos

-Se busca para el segundo trimestre del 2023 incrementar un 10% la carpeta de datos de los clientes.

-Para el primer trimestre del 2024 se desea aumentar las ventas online en un 20%.

-Establecer alianzas estratégicas con dos o tres proveedores que nos garanticen estándares de calidad para el 2023.

-Para medir el buen desempeño de nuestros colaboradores se establecerán políticas para conservar el buen clima laboral, salud y seguridad en el trabajo, para el segundo trimestre del 2023.

-Se desea disminuir en un 15% las incidencias por error de sistema en el segundo trimestre del 2023.

-Para el quinto año de iniciada las ventas de nuestros productos se buscará obtener una utilidad del 10%.

3.5 Estrategias

FO1. Ser pioneros y aprovechar en lograr un posicionamiento fuerte en el mercado.

FO2. Establecer contratos a largo plazo con nuestros proveedores.

FO3. Las supervisiones nos pueden ayudar a brindar productos de calidad y lograr abarcar más mercados.

FO4. Crear encuestas de satisfacción al cliente mediante redes o correo electrónico.

FO5. Con la creación de campañas y publicidad captamos nuestro público objetivo que va en ascenso.

FA1. Capacitar siempre a nuestros colaboradores para que brinden información precisa.

FA2. Lograr mantener un abastecimiento programado y fijado mediante contrato.

FA3. Buscar previamente al proveedor que nos brindará las maquinarias especializadas y garantizar el buen tratamiento de nuestra materia prima en la producción sin perder nutrientes claves.

FA4. Logrando un gran posicionamiento en el mercado y con un excelente servicio al cliente se limitarán las competencias y empresas informales.

DO1. Inscribir al personal a cursos gratuitos de control de calidad modalidad online.

DO2. Realizar una distribución de la planta basada en nuestro layout y actualizar la información ingresada en el ERP en relación a nuestra materia prima.

DO3. Establecer contratos de 3 años como mínimo que nos permita controlar de alguna manera la variante del precio

DO4. Ampliar la búsqueda de nuestros proveedores, usando nuestros medios digitales y conseguir la mejor oferta del mercado.

DO5. Mantener la información actualizada de la materia prima en el ERP para no sufrir desabastecimiento de nuestros insumos.

DA1. Contratar una certificación de calidad como el Iso 9001 que garantiza la excelente calidad de nuestros productos.

DA2. Realizar un contrato de alquiler por un plazo mínimo de 03 años que nos permita desarrollar mi actividad económica.

DA3. Participar de ferias para emprendedores que nos brinde algún beneficio como apoyo económico y publicidad.

DA4. Considerar el cultivo propio de la planta de Moringa, convirtiéndonos en cultivador y comercializador de esta planta.

3.5.1 Estrategias corporativas:

Ya que somos una nueva empresa vamos a desarrollar en el corto plazo penetración de mercado.

		MATRIZ DE ANSOFF	
		PRODUCTO	
MERCADO	ACTUALES	PENETRACION DE MERCADO EL producto actual "te de moringa en polvo" esta dirigido a Lima moderno, clase social A y B, edad promedio 25 a 65 años	LANZAMIENTOS DE NUEVOS PRODUCTOS
	NUEVOS	DESARROLLO DE MERCADO	DIVERSIFICACIÓN

Tabla 20. Matriz Ansoff.

Fuente: Elaboración propia.

3.5.3 Estrategia genérica de PORTER:

Nuestro equipo ha elegido diferenciación, ya que, se busca que nuestros clientes nos diferencien de la competencia, lo lograremos de la siguiente manera:

		MATRIZ DE PORTER	
		PRODUCTO	
MERCADO	ENTODA LA INDUSTRIA	Costo inferior LIDERAZGO DE COSTO	Diferenciación DIFERENCIACIÓN
	SOLO UN SEGMENTO	ENFOQUE DE COSTOS	ENFOQUE EN DIFERENCIACIÓN En Lima moderna se va a plantear estrategias de diferenciación específicamente para la clase social A y B con respecto a la competencia, diferenciándonos por: - Las asesorías nutricionales personalizadas mensuales.

Tabla 21. Matriz de Porter.

Fuente: Elaboración propia.

3.5.4 Reloj estratégico de Bowman.

De acuerdo con el reloj de Bowman, como empresa hemos seleccionado la diferenciación sin prima en el precio, ya que, nuestros precios son de acorde al mercado, se busca que los clientes observen el valor añadido que ofrecemos sin competir en precios bajos.

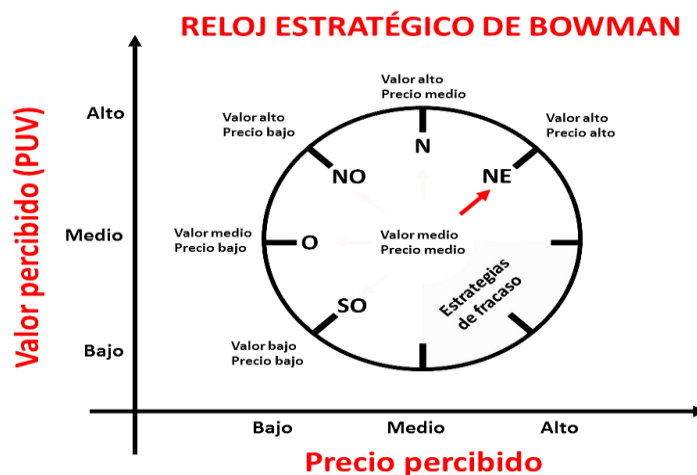


Figura 6. Reloj Estratégico de Bowman

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Identificación de las necesidades de la información

Aplicaremos el diseño de investigación cualitativa y cuantitativa que nos permitirá obtener las mejores decisiones para el proyecto.

4.2 Objetivo de la Investigación

a) General

Determinar las cualidades y características del producto moringa en polvo que ofertaremos.

b) Específico

- Identificar la acogida de la moringa en el NSE AB de lima moderna, entre los 25 años a más.
- Identificar los sustitutos del producto que estaríamos ofertando.
- Identificar el rango de precio del producto ofertado.
- Identificar los canales de comunicación de los clientes.

4.3 Cronograma de Actividades

Nuestra investigación será desarrollada en cumplimiento del siguiente cronograma:

ACTIVIDADES		SEMANA			
		1	2	3	4
PLANEACIÓN	Definición de los propósitos del estudio y objetivos	x			
	Levantar información secundaria	x			
PREPARACIÓN	Redactar el cuestionario para la encuestas	x			
	Redactar el cuestionario para las entrevistas en profundidad	x			
	Programar las encuestas	x			
	Programar las entrevistas en profundidad	x			
DESARROLLO	Realización de las encuestas			x	
	Análisis de las encuestas			x	
	Realización de las entrevistas en profundidad				x
	Análisis de las entrevistas				x
TRABAJO DE CAMPO	Realizar las encuestas			x	
	Realizar las entrevistas				x
TABULACIÓN	Pasar los datos de las encuestas			x	
	Generar cuadros sobre las encuestas			x	
INFORME	Análisis de resultados de las encuestas			x	
	Redacción del informe de las encuestas			x	
	Análisis de resultados de las entrevistas				x
	Redacción del informe de las entrevistas				x

Tabla 22. Gantt de actividades

Fuente: Elaboración propia.

4.4 Diseño de la investigación y fuentes de datos

En la presente investigación de mercado se ha hecho uso del método de investigación cualitativa y cuantitativa, con la finalidad de desarrollar el estudio de mercado.

TÉCNICA	INSTRUMENTO	TAMAÑO MÍNIMO DE LA MUESTRA
Cualitativa	Entrevista de profundidad	- Entrevista a 5 personas. - Muestreo no prababilístico. - Criterio tomando en cuenta la representatividad.
Cuantitativa	Encuestas	- Sondeo de mercado (no concluyente). - Se desarrollará con tipo de muestreo no probabilístico.

Tabla 23. Instrumentos de la investigación.

Fuente: Elaboración propia.

4.5 Procedimiento de recolección de datos

a. Investigación cualitativa:

Para desarrollar la investigación cualitativa, se procederá a realizar los siguientes pasos:

- Desarrollar las preguntas que serán expuestas en la entrevista.
- Seleccionar a los entrevistados.
- Se coordinará con el entrevistado la programación de la entrevista, debido a la emergencia sanitaria que vivimos

actualmente, la sesión será grabada por la plataforma zoom.

- Finalizada la entrevista se analizarán los resultados para obtener el informe.

b. Investigación cuantitativa:

Se procederá a realizar los siguientes pasos:

- Se identificará el objetivo de la encuesta y la población que va a ser muestreada.
- Se definirá el orden de las preguntas específicas y generales para poder redactar la encuesta.
- Se realizará una prueba piloto para identificar algún tipo de error y corregir antes del lanzamiento de la encuesta.
- Finalizada la encuesta se analizarán los resultados para obtener el informe.

4.6 Diseño la muestra

Esta investigación será no probabilística ya que se realizará un muestreo por conveniencia, para generar facilidad de acceso y disponibilidad de las personas que formen parte de esta muestra, en un tiempo dado.

Por consiguiente, al conocer nuestra población finita pasaremos a hallar la muestra por medio de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Parámetro	Insertar valor
N	622.3
Z	1.96
p	50%
q	50%
e	10%

$$n = \frac{622.3 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.10 * (622.3 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{598}{7}$$

$$n = 83$$

Tabla 24. Diseño de la muestra

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Recolección de datos

FICHA TÉCNICA	
Encuestadora	Jampi SAC
Metodología	Encuestas
Sistema de muestreo	No probabilístico
Tamaño de la muestra	126
Márgen de error	10%
Nivel de confianza	95%
Fecha de trabajo de campo	Del 08 al 13 de Febrero 2022
Universo	Lima Moderna

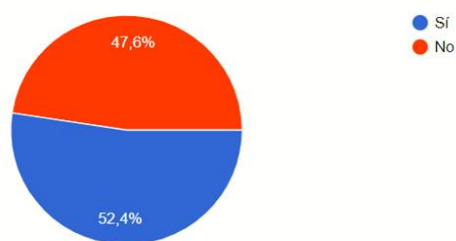
Tabla 25. Ficha técnica.

Fuente: Elaboración propia.

4.8 Procesamiento de datos

Población encuestada: 126

Figura N° 1: ¿Conoce usted la moringa?

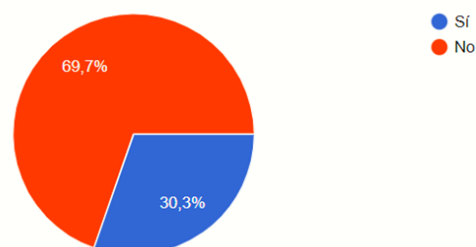


Anexo 1. Pregunta 1. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Referente al conocimiento de la moringa, el 47.6 % manifiesta que no conoce y el 52.40% manifiesta que sí.

Figura N° 2: ¿Has consumido en alguna oportunidad la moringa?

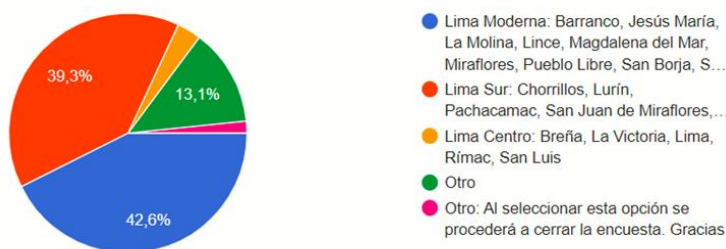


Anexo 2. Pregunta 2. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Referente al consumo se observa que el 69.7% manifiesta que no ha consumido moringa, mientras que el 30.3% manifiesta que sí.

Figura N° 3: ¿En qué distrito actualmente vive?

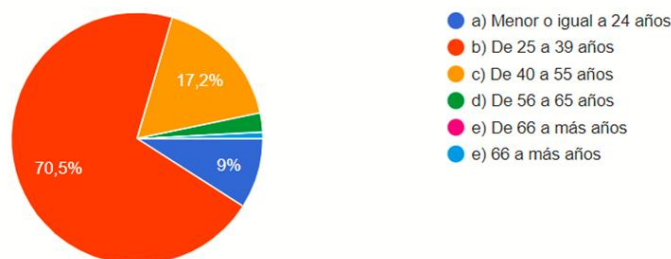


Anexo 3. Pregunta 3. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Referente al gráfico observamos que el 42.6% vive actualmente en Lima Moderna, el 57.4% viven en otros distritos de Lima Metropolitana.

Figura N° 4: ¿En qué rango de edad te encuentras?

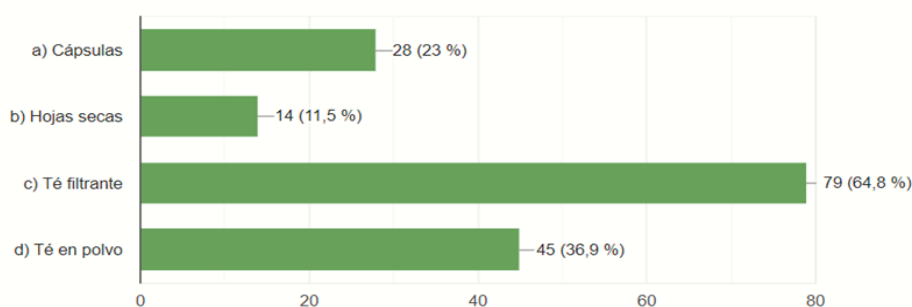


Anexo 4. Pregunta 4. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Referente a la edad observamos que el 70,5% se encuentra en el rango entre 25 y 39 años, el 17.20% entre 40 y 55 años, el 9% es menor a 24 años, 2.5% entre 56 y 65 años y 0.8% de 66 años a más.

Figura N° 5: ¿Qué productos naturales en base a moringa comprarías?



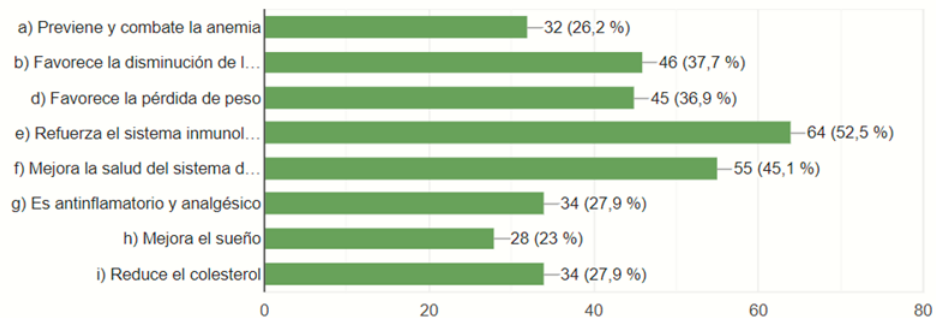
Anexo 5. Pregunta 5. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Referente a los tipos de productos en base a moringa que comprarían los encuestados se observa que el 64.80 % compraría la

moringa en té filtrante, el 36.9% en té en polvo, el 23% en cápsulas, y el 11.5% en hojas secas.

Figura N° 6: ¿Por qué motivo consumiría un producto en base a moringa?



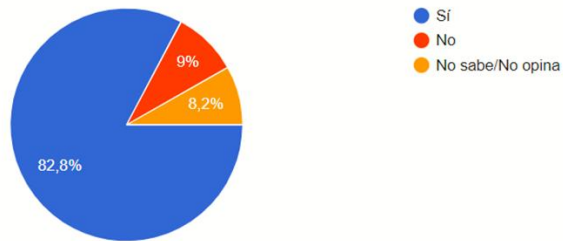
Anexo 6. Pregunta 6. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Con respecto al gráfico observamos que el 52.5% de encuestados manifiesta que consumiría un producto de moringa porque refuerza el sistema inmunológico, el 45.1% refuerza el sistema digestivo, el 37.7% favorece la disminución de los niveles de azúcar en la sangre, el 36.9% favorece la pérdida de peso, el 27.9% es antiinflamatorio, analgésico y reduce el colesterol y el 23% mejora el sueño.

Figura N° 7: ¿Comprarías la moringa en esta presentación?



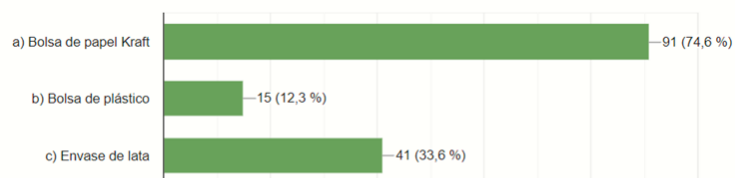


Anexo 7. Pregunta 7. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico se observa que el 82,8% de encuestados afirma que compraría la moringa en dicha presentación, el 9% afirma que no lo compraría y el 8.2% no sabe / no opina.

Figura N° 8: ¿Qué tipo de empaque le gustaría para el producto?

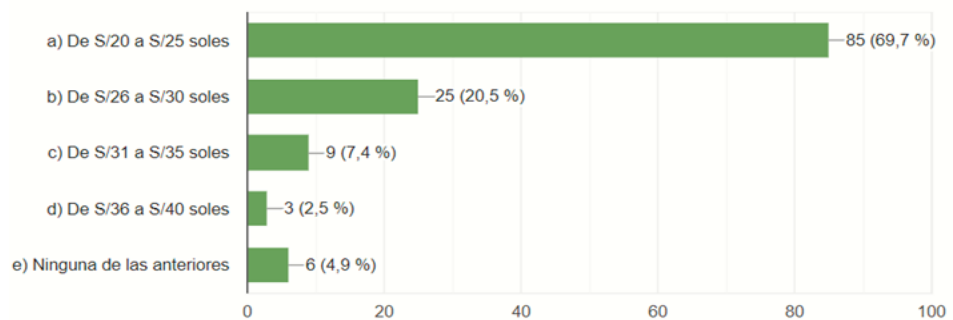


Anexo 8. Pregunta 8. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Respecto al material del empaque que le gustaría tenga el producto el 74.60% expresa que le gustaría que fuera de bolsa de papel Kraft, mientras que el 33.6 % le gustaría el envase de lata, el 12.30% le gustaría bolsa de plástico y el 4.1% ninguna de las anteriores.

Figura N° 9: ¿Qué rango de precio pagaría por la presentación de moringa en polvo en 200 gramos?

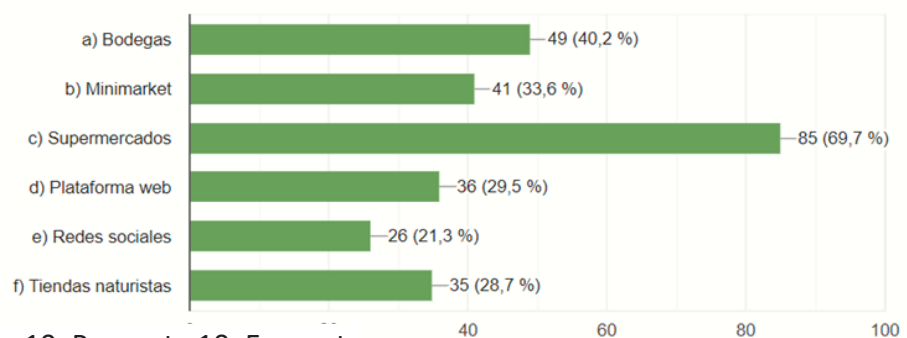


Anexo 9. Pregunta 9. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Con respecto al gráfico observamos que el 69,7% manifiesta que pagaría entre S/20 a S/25 soles, el 20,5% pagaría de S/26 a S/30 soles, el 7.4% de S/31 a S/35 soles, el 4,9% ninguna de las anteriores y el 2,5% de S/36 a S/40 soles.

Figura N° 10: ¿Le gustaría que se venda el producto en estos lugares?



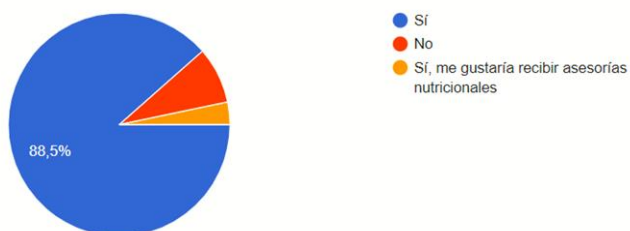
Anexo 10. Pregunta 10. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico el 69.7% de encuestados manifiesta que le gustaría que se venda en lo supermercados, el 40.2% le gustaría en las

bodegas, el 33.60% quisiera que fuera en el minimarket, el 29.5% en plataformas web, el 28.7% en tiendas naturistas y el 21.3% en las redes sociales.

Figura N° 11: ¿Te gustaría recibir asesorías nutricionales personalizadas online por la compra de la moringa en polvo?

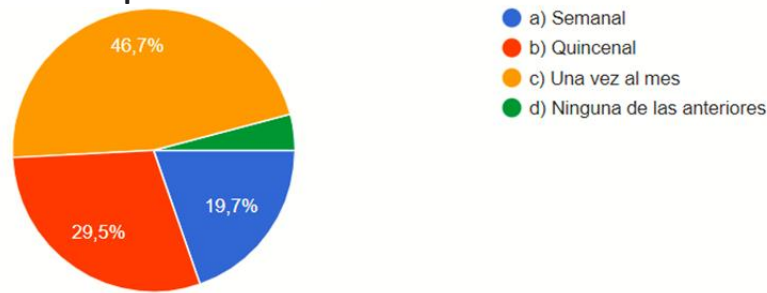


Anexo 11. Pregunta 11. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Con respecto al gráfico observamos que el 91.8% afirma que le gustaría recibir asesorías nutricionales online, mientras que el 8.2% manifiesta que no le gustaría.

Figura N° 12: ¿Con qué frecuencia te gustaría recibir las asesorías nutricionales personalizadas?



Anexo 12. Pregunta 12. Encuesta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Con respecto al gráfico el 46.7% afirma que le gustaría recibir asesorías nutricionales una vez al mes, el 29.5% le gustaría recibir las asesorías quincenales, mientras que el 19.7 % manifiesta que le gustaría semanales y el 4.1% indica ninguna de las anteriores.

4.9 Análisis de los resultados

El 52.4% de los encuestados manifiesta que si conoce la moringa y por los beneficios que ofrece la moringa el 82% de encuestados estaría dispuesto a comprar el producto en la presentación de la moringa en polvo.

El 74,6% de encuestados le gustaría que el empaque de nuestro producto sea bolsa de papel Kraft, eso demuestra la gran preocupación por el medio ambiente.

El 69,70% de las personas manifiestan que les gustaría que se venda nuestro producto en los supermercados, también es importante resaltar que les gustaría comprar por nuestra plataforma web y redes sociales.

Para finalizar el 88,5% le gustaría recibir asesorías nutricionales por la compra del té de moringa en polvo y el 46.7% nos manifiesta que le gustaría recibir las asesorías una vez al mes.

4.10 Entrevista en Profundidad

Entrevista en Profundidad						
N°	Preguntas	Luz Robledo	Ross Herrera	Jackie Amayo	Cristina Lavado	María Reyna Valle
1	¿Ha oído hablar acerca de la Moringa?	Si, actualmente lo consumo.	Si	Si	Si, actualmente lo consumo.	Si
2	¿Qué beneficios conoces con relación a la moringa?	Refuerza el sistema inmunológico.	Ayuda a bajar de peso.	Ayuda al sistema inmunológico y a bajar de peso.	Ayuda a bajar de peso y reforzar el sistema inmunológico.	Es beneficioso para la anemia y la diabetes.
3	¿Conociendo sus propiedades, estaría dispuesto(a) a comprar un producto en base a moringa?	Por supuesto que sí, por los beneficios que ofrece.	Si, lo compraría.	Si, lo compraría, por los beneficios que tiene.	Si, lo compraría por los beneficios que ofrece para la salud.	Si, lo compraría por sus beneficios.
4	¿Comprarías la moringa en esta presentación?	Si, porque que el material es ecológico y tiene cierre hermético que mantiene el producto.	Si, por la bolsa ecológica y el cierre hermético porque lo conserva mejor.	Claro que sí, me gusta la presentación que se muestre el producto en polvo.	Si, me gusta la presentación del papel Kraft.	Si, me gusta que sea de material biodegradable que cuida nuestro planeta.
5	¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar en esta presentación de 200 gramos?	De S/25 a S/30	De S/25 a S/30	De S/30 a S/35	De S/25 a S/30	De S/25 a S/30
6	¿En qué lugares le gustaría que se venda el producto?	Me gustaría que se venda en los supermercados, porque actualmente compra los productos por internet.	Por la web me gustaría comprar el producto y con delivery a su casa.	En supermercados y por la web que se lo entreguen por delivery.	En Supermercados y tiendas naturistas.	En Supermercados de fácil acceso.
7	¿Te gustaría recibir asesorías nutricionales personalizadas online por la compra del té de moringa en polvo?	Si, me gustaría recibir asesorías de un especialista que me oriente de como tomar el té.	Si, me gustaría para que me indique la medida exacta que debo tomar.	Si, me gustaría recibir asesorías personalizadas.	Por supuesto que sí, me gustaría.	Si, me encantaría que me asesoren como tomar el producto.
8	¿Con qué frecuencia te gustaría recibir las asesorías nutricionales personalizadas?	Me gustaría recibir las asesorías quincenales por vía zoom, más personalizado.	Una vez al mes me gustaría recibir las asesorías.	Me gustaría quincenalmente las asesorías por zoom.	Me gustaría quincenalmente las asesorías por videollamada.	Una vez al mes le gustaría que la asesoren por zoom.
9	¿En su opinión, le llama la atención el producto mostrado?	Si, me gusta la presentación por que se preocupan por el cuidado del medio ambiente.	Si, me gusta porque es un producto natural con muchos beneficios y la presentación en polvo me gusta porque puede tomarlo con jugos en mi desayuno.	Si, me gusta la presentación en papel Kraft y que se muestre el producto.	Si, me gusta la presentación del papel Kraft y que se muestre el polvo en moringa.	Si, me gusta porque es un producto natural, además del empaque que es biodegradable.

Tabla 26. Entrevista de profundidad

Fuente: Elaboración propia.

4.11 Resultados

Terminada la entrevista en profundidad, se concluye que nuestro público prefiere productos naturales en beneficio de la salud, les gusta la presentación de la moringa en polvo, porque puede cuantificar la cantidad, a diferencia de las cápsulas que muchas veces tienen dificultades para tomarlas.

Otro a punto a favor, es el empaque les gusta mucho que el material sea de papel Kraft porque es un material ecológico que cuida el medio ambiente, la cantidad de 200 gramos también es muy importante en la compra, están dispuestos a pagar en promedio de S/25 a S/30, se aproxima al monto que hemos considerado en el producto y está acorde al mercado.

Por otro lado, a la mayoría de los entrevistados les gustaría comprar el producto en los supermercados, porque aprovecharían a comprarlo cuando realizan sus compras para la casa; y en algunos casos les gusta comprar vía online con servicio de delivery.

El valor agregado de las asesorías personalizadas por la compra del producto, ha sido muy aceptado por los entrevistados, les gusta mucho la propuesta de las asesorías para que les expliquen el uso del producto y la mayoría prefiere que se realicen una vez al mes.

CAPÍTULO 5: PLAN DE MARKETING

5.1 Análisis de la situación

Este proyecto nace porque hemos identificado que muchas personas sufren de enfermedades crónicas que se manifiestan como la diabetes, la obesidad, sobrepeso y anemia. Es por eso que hemos decidido introducir al mercado el té en polvo hecho de moringa.

La moringa, llamada también el árbol de la vida contiene carotenoides, quercetina, ácido clorogénico, polifenoles vitaminas, minerales entre otros. Es antioxidante y antiinflamatorio, se utiliza para controlar en los diabéticos la glucosa sanguínea, ayuda a tratar las enfermedades respiratorias, disminuye la ansiedad, favorece la pérdida de peso, refuerza el sistema inmunológico y aporta alto nivel vitamínico para las personas.



Figura 7. Valor nutricional

Fuente: Alimentos nutritivos, Google

5.2 Definición del Target

- Personas de 25 años a más del NSE A y B de los distritos de Lima Moderna.
- Personas preocupadas por su calidad de vida.
- Personas con enfermedades preexistentes.

5.3 Elección de Canales

Directo: Servicio a domicilio y 2 stand ubicados en los supermercados:

- Wong - Malecón Balta 626, Miraflores
- Plaza Veá - Av. República de Panamá 515, Barranco

Indirecto: WhatsApp Empresarial, Plataforma Web y Redes sociales.

5.4 Objetivos específicos del área de Marketing

- **Objetivos generales**

Lograr el posicionamiento de nuestro producto hacia el target.

- **Objetivos específicos:**

- Reconocer en el mercado las oportunidades que existen.
- Establecer las estrategias en las RRSS para captar usuarios que nos permita incrementar usuarios en un 20% para el año 2022.
- Se proyecta incrementar un 10% en las ventas para el año 2023.

5.5 Estrategias de Marketing Tradicional

5.5.1 Segmentación:

- **Segmentación Geográfica:** Personas que residen en Lima Moderna, el número de habitantes es de 1,493,500 M.

Zonas	Distritos	Población		Estructura NSE (% horizontal)			
		Miles	%	AB	C	D	E
Lima Norte	Carabayillo, 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	Barrancón, Cercas Verdes, Chusquea, Chusquea 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, Chacabayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho	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

Tabla 27. Estructura socioeconómica

FUENTE: CPI - Estructura socioeconómica 2021

- **Segmentación Demográfica:**
 - **Nivel socioeconómico:** AB
 - **Género:** Hombres y Mujeres
 - **Edad:** De 25 años a más
- **Segmentación Psicográfica:**
 - **Estilo de vida:** Modernos, Progresistas, los Afortunados y los Adaptados.
 - **Generación:** Millennials, Generación X y Baby Boomers.
- **Segmentación Conductual:**
 - Personas que conozcan los beneficios que ofrece la moringa.
 - Personas que con frecuencia consumen productos naturales para reforzar su sistema inmunológico.
- **Tamaño del mercado:**

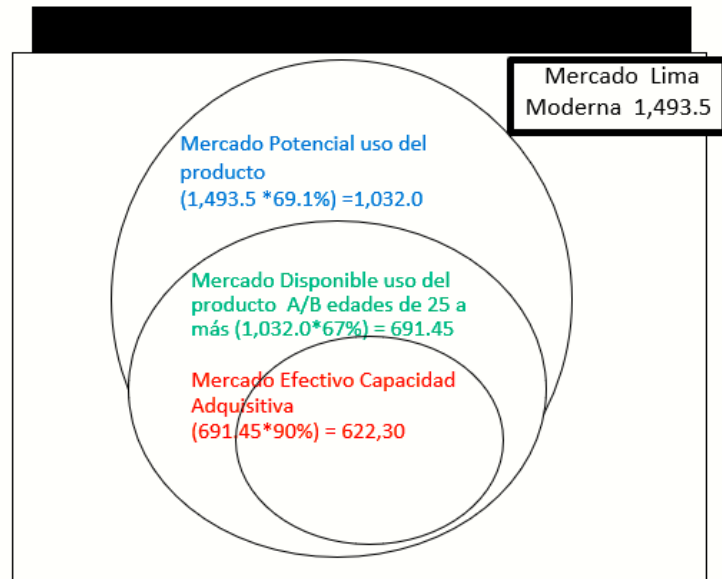


Figura 8. Tamaño de mercado

Fuente: Elaboración Propia

5.5.2 Posicionamiento

Nuestra estrategia de posicionamiento es fidelizar al cliente a la compra del té en polvo en moringa por los beneficios que ofrece para la salud, además de ofrecer un valor agregado con las asesorías nutricionales online que se darán una vez al mes por un profesional especializado.

5.5.3 Diferenciación

El diferenciador que caracteriza a nuestro producto, son las asesorías nutricionales online que se brindarán una vez al mes por

un profesional especializado. Nuestros competidores no ofrecen ese diferenciador.

5.6 Estrategias de Marketing Digital

5.6.1 Atracción del tráfico

- Capturar los leads por medio de la publicidad digital, redes sociales y página web.
- Se llevarán a cabo webinars a cargo de una nutricionista y expertos en salud; quiénes se encargarán de orientar sobre el consumo de nuestro producto.

5.6.2 Conversión

- Monitorear nuestros canales digitales es estratégico para identificar la conversión de los leads orgánicos.
- Levantamiento de leads en los webinars para incrementar nuestra base de datos digital para la difusión de nuestro producto.

5.6.3 Fidelización

- Publicación de contenido valioso en nuestras redes sociales para incrementar los seguidores.
- Monitorear y registrar las incidencias como parte del servicio post venta.

5.6.4 Prescripción

No tendremos prescripción.

5.7 Tácticas de Marketing Tradicional

5.7.1 Producto

Este producto que presentamos es 100% natural a base de moringa y semillas de esta, el cual está orientado principalmente a personas con enfermedades crónicas como diabetes, anemia, obesidad y sobrepeso. Nuestra propuesta de valor son las asesorías nutricionales online que se brindarán una vez al mes a cargo de un profesional especializado.

Logo

Respecto al nombre de nuestra marca **JAMPI** significa “Curativo”, en nuestro idioma quechua.



Figura 9. Empaque

Fuente: Elaboración Propia

5.7.2 Precio

Nuestro producto de moringa tendrá un precio de S/ 35.00 incluye IGV, gracias al valor agregado de la moringa y el empaque de papel kraft la mayoría de nuestro público objetivo está dispuesto a pagar dicha cantidad.

Estudio de mercado	
TAM	622,301.13
Tasa de crecimiento anual del mercado (TAM)	5.6%
Tasa de crecimiento anual de las ventas de la empresa	22%
Unidades vendidas diariamente	10605
Cantidad de días efectivas de venta al año por parte de la empresa	303
Precio unitario del producto	S/ 29.66
Precio unitario del producto con IGV	S/ 35.00

Tabla 28. Precio de lanzamiento al mercado

Fuente: Elaboración propia.

Precios de la competencia		
Be natural Moringa 200 gramos	S/ 35.00	
Inkanat Moringa 160 gramos	S/ 35.00	
Nibray Moringa 200 gramos	S/ 34.90	

Tabla 29. Precios competencia

Fuente: Elaboración propia.

5.7.3 Distribución

- Contaremos con 2 stand ubicados en los supermercados:
 - Wong - Malecón Balta 626, Miraflores
 - Plaza Veá - Av. República de Panamá 515, Barranco
- También contaremos con una tienda online; ofreceremos el producto por medio de las plataformas virtuales y que permitirá al cliente realizar su compra de forma directa.
- La distribución se realizará por delivery, contaremos con un motorizado propio, la programación se distribuirá por zonas y horarios.
- El horario al público para la atención es de 8 am a 8 pm.

5.7.4 Promoción

- Dar descuentos especiales por realizar compras online.
- Promociones según días festivos.
- Sostener por medio del marketing digital una comunicación activa con el cliente.

5.8 Tácticas de Marketing Digital

5.8.1 Analítica con Semrush

Utilizaremos la versión gratuita de Google, que nos permitirá realizar la búsqueda diaria con un máximo de 10 y nos da acceso solo a las 10 primeras palabras clave listadas.

5.8.2 Analítica de las redes sociales

Consideramos la suscripción a la plataforma “Later” que nos ayudará a aumentar la interacción y dirigir tráfico a nuestro sitio web.

5.9 Requerimientos del área de marketing

5.9.1 Requerimiento de equipos:

- 1 laptop (Coordinador de Ventas)
- 3 Equipos móviles (1 Coordinador de Ventas + 2 Vendedores)

5.9.2 Requerimiento de software:

ERP: Nos ayudará a potenciar nuestro canal de ventas en línea.

- **Plataforma Omnicanal:** Nos permite hacer uso integrado de múltiples canales de comunicación.

5.9.3 Requerimiento de materiales:

- Servicios telefónicos.
- Conexión a internet.

5.9.4 Requerimiento de otros insumos (servicios básicos):

- Redes sociales (Facebook, Instagram).
- WhatsApp Empresarial.

- Página web.
- Branding (creación de marca).

5.9.5 Requerimiento de espacios físicos:

- Coordinador de Ventas - Trabajo remoto.
- Vendedores - Tienda física.

5.9.6 Requerimiento de personal:

- Coordinador de Ventas (1)
- Vendedores (2)

5.10 Cronograma de implementación del área de marketing

		CRONOGRAMA PLAN DE MARKETING																																											
Actividades		feb				mar				abr				may				jun				jul				ago				set				oct				nov				dic			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
WEB	Diseño																																												
	Mantenimiento Web																																												
BLOG	Webinars																																												
REDES SOCIALES	Facebook																																												
	Instagram																																												
EMAIL MARKETING	Base de datos																																												
	Envío Newsletter																																												
SEGUIMIENTO Y CONTROL	Monitorización																																												
	Control																																												

Tabla 30. Plan de medios

Fuente: Elaboración propia.

5. 11 Presupuesto de implementación y operación del área de marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING												
Actividades	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	Total S/.
Publicidad pagada en Facebook	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,100
Publicidad pagada en Instagram	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,100
Análítica de redes sociales		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	600
Branding (creación de marca)	200											200
Total S/.	400	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3,000

Tabla 31. Presupuesto digital

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO VI: PLAN DE OPERACIONES

6.1 Misión

Elaborar y producir polvo de Moringa 100% natural para nuestros consumidores ejecutando todos los procesos estrictos de control y calidad en nuestros productos.

6.2 Objetivos

- **Objetivos General**

Queremos que nuestros clientes conozcan sobre nuestro producto y los beneficios que tiene el polvo de Moringa, elaboramos un producto de calidad para ellos, contamos con un especialista en nutrición que asesorará a nuestros clientes. Con la única finalidad de generar una propuesta que fomente el consumo como un suplemento alimenticio en bebidas para los jóvenes y adultos de Lima Moderna

- **Objetivos Específico**

- ✓ Elaborar y procesar un producto de calidad minimizando todos los costos.
- ✓ Hacer seguimiento a los proveedores de nuestra materia prima, llevando un óptimo control de inventarios para llegar a cumplir con las entregas oportunas en los tiempos establecidos.
- ✓ Cumplir un proceso de producción eficiente de las hojas de moringa, determinando los espacios adecuados para el área de producción y poder cumplir con los objetivos operativos.

- ✓ Crecimiento constante en innovación y tecnología para agilizar nuestros procesos en el cuarto año.
- ✓ Que nuestros proveedores de las hojas de moringa nos garanticen los estándares de calidad de la materia prima y el cumplimiento de los plazos establecidos para un abastecimiento eficiente y una excelente entrega final de nuestro producto.

6.3 Estrategias

- Contaremos con maquinarias de gran capacidad de producción y podremos cumplir con las metas de producción.
- Contaremos con una lista de abastecedores de la materia prima, los cuales podrán participar de manera anual según su propuesta de oferta.
- Contaremos con personal calificado y capacitado según a las áreas al que pertenece
- Contaremos con equipos modernos según nuestro crecimiento aproximadamente para el 4to año.

6.4 Abastecimiento

Consiste en que gestionaremos las necesidades y requerimientos de cada área, así como los productos, las materias, los equipos para que se proceda con la ejecución de nuestra área de producción y se dé inicio las actividades de la organización.

Realizar un diagrama de Gantt con las actividades, necesidades del área de Operaciones ya que ello permita planificar y tener los requerimientos según necesidad de las áreas y así optimizar los costos.

- Optimizar el flujo de materiales.
- Cumplir con las demandas del cliente
- Buscar alianzas estratégicas
- Proponer un plan de ejecución con plazos y fechas determinados, los cuales nos ayudan a una mejora constante y continua tanto en la calidad y precio de nuestros productos.

6.4.1 Compras

El proceso de compras de MORINGA JAMPI S.A.C, es el corazón de nuestro negocio, dado que nos permite analizar y plantear un abastecimiento adecuado de nuestro producto y cumplir con los objetivos, estrategias establecidas.

Nuestros Proveedores:

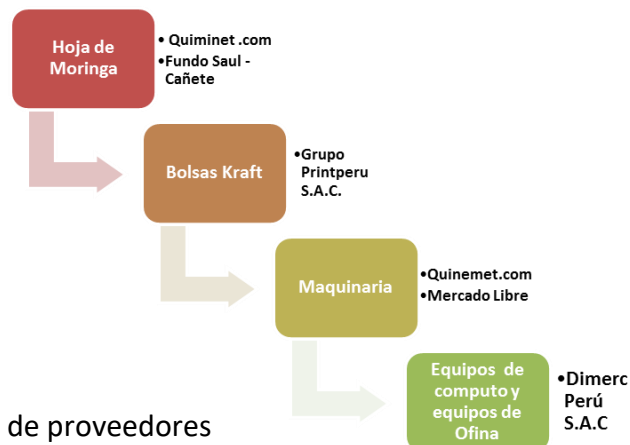


Figura 10: Lista de proveedores

Fuente : Elaboración Propia



Figura 11: Muestra Polvo de Moringa

Fuente: Moringa en polvo Google

6.4.2 Gestión de inventarios

Nosotros consideramos el uso mínimo de los espacios de nuestro local para almacenamiento de los materiales y para la recepción de nuestros insumos primarios, para el proceso de los productos y el almacenamiento de producto final.

Por ello calcularemos la cantidad idónea para satisfacer a nuestros clientes.

Valores	Cantidad	Detalles
D	10,302	Unidades al año
S	5	Costo de emitir una orden S/.
H	0.01	Costo de almacenamiento unitario en un año
Lead Time	15	días

Tabla 32. Cálculo gestión de Inventarios

Fuente: Elaboración propia.

$$Q = 2.D.S/H = \frac{\sqrt{(10302)(5)(0.01)}}{2} = 515.10 = 515 \text{ Tamaño de pedido}$$

$$D = \frac{D365 \text{ días}}{365} = \frac{10302}{365} = 28.22 = 28 \text{ Unidades por día}$$

$$ROP = dL = 28.22 \times 15 \text{ días} = 423.3 = 423 \text{ Unidades}$$

Q= mi pedido Óptimo

Conclusión: Nos quiere decir que cuando tengamos un stock mínimo de 423 unidades se debe hacer el pedido de 515 unidades equivalente a 103 kilos de Moringa a nuestro proveedor considerando un Lead Time de 15 días.

6.5 Producción

Estimamos un promedio de crecimiento de nuestro producto a través de nuestra área de producción con la elaboración del polvo de Moringa. Por ende podemos mencionar los procesos que se ejecutan en nuestro local, iniciando con la de ventas y finalizando con nuestros clientes.

- Nosotros elaboramos y producimos Polvo de Moringa, 100% natural.
- Moringa Jampi S.A.C cuenta con proveedores en Lima y Cañete, que nos proveerá las hojas de Moringa ya que ellos tienen planta por hectáreas para que nos puedan abastecer.
- Los medios que se requiere para producir es contar con las hojas de moringa, contar con el molino para que sea procesado.

- El tiempo de producción será según la rotación de nuestro producto es decir al día se tendría que producir 34 bolsas de Moringa.

Centros de Distribución:

- Wong - Malecón Balta 626, Miraflores
- Plaza Veá - Av. República de Panamá 515, Barranco

6.5.1 Ficha Técnica del Producto

Moringa Jampi S.A.C diseña de la siguiente manera su ficha técnica de nuestro

Producto



FICHA TÉCNICA		MORINGA JAMPI S.A.C	
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
NOMBRE DEL PRODUCTO:	MORINGA JAMPI S.A.C		
PROCEDENCIA:	Cañete - Perú		
DESCRIPCIÓN FÍSICA:	Bolsas de Moringa en polvo de 200 gr. Elaborados a base de hojas de moringa planta medicinal 100% natural. Consumo en bebidas energéticas, infusiones, postres, preparados líquidos, extractos, ensaladas de fruta y verduras.		
COMPOSICIÓN	Hojas de moringa molida		
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS			
CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS	Color		Verde
	Olor		Agradable
	Sabor		Suave
	Tamaño		Regular
CONSUMO	1 cucharada de polvo de moringa al día		
PRESENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS			
PRESENTACIÓN	Bolsa de 200 gr.		
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO			
CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES DE	Conservar en lugar fresco, seco y proteger de la luz directa para garantizar su conservación.		
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO	Temperatura ambiente 30 – 32°C		
VIDA UTIL:	18 meses		
INFORMACION NUTRICIONAL			
COMPONENTE			
Vitamina A (ug)	11%		
Vitamina C (ug)	14%		
Calcio (mg)	22%		
Potasio (mg)	10%		
Proteínas (mg)	43%		

Figura 12: Ficha Técnica

Fuente: Elaboración propia

6.5.2 Selección del proceso

Proceso de Producción de Moringa Jampi S.A.C

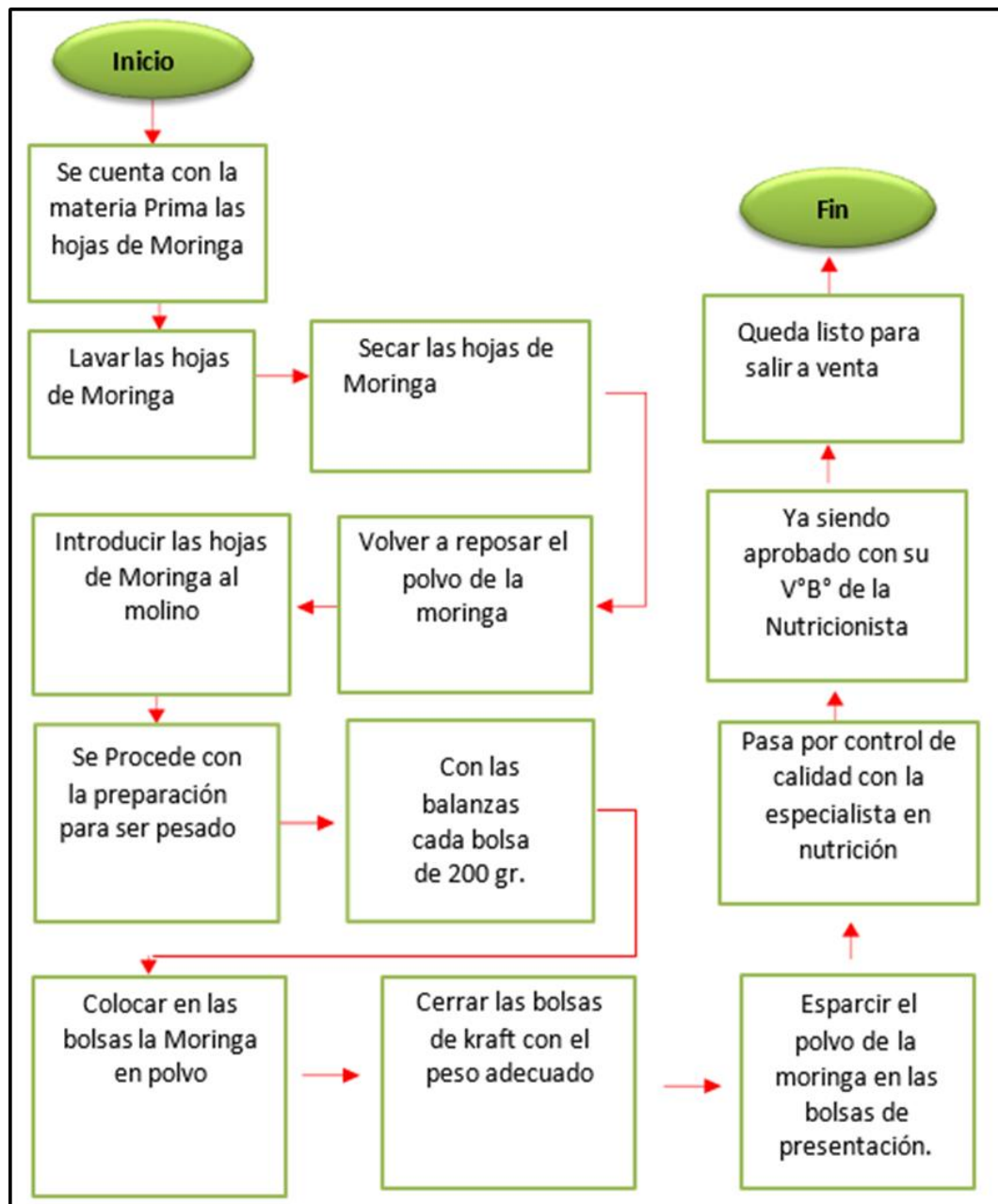


Figura 13: Proceso de Producción

Fuente: Elaboración Propia

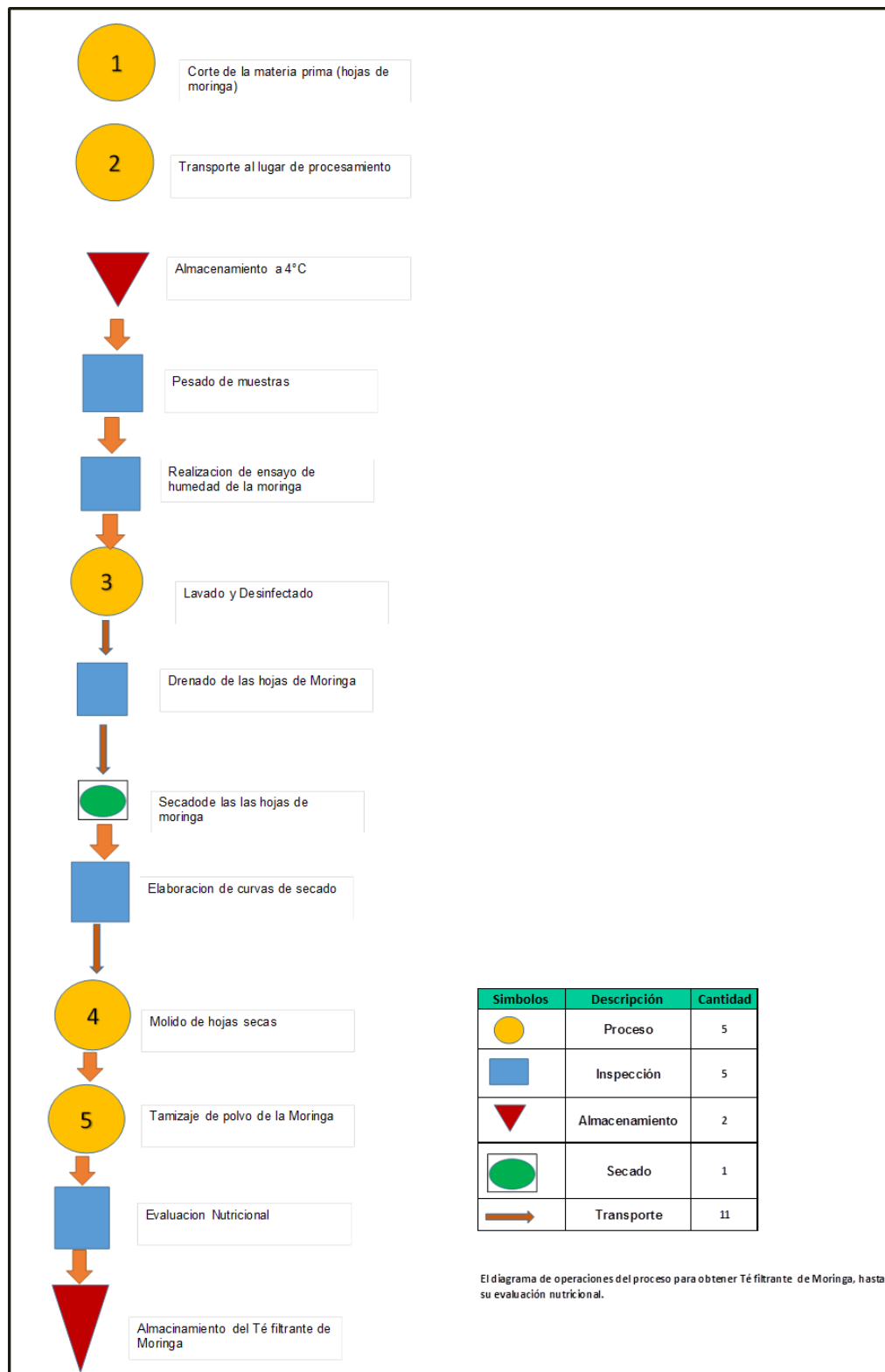


Figura 14: Diagrama de Operaciones

Fuente: Elaboración Propia

6.5.3 Requerimientos del Área de Operaciones

Se detallan los requerimientos de maquinaria y equipos para la elaboración del Moringa Jampi S.A.C.

- **Requerimiento de equipos**



ITEM	DETALLE	PRECIO UNI.	SUB TOTAL	IGV	TOTAL	IMAGEN	VIDA UTIL
1	Maquina multifuncional, Trituradora automática de hojas pequeñas, máquina de molienda de polvo, trituradora de hojas de moringa seca, molino triturador, pulverizador.	S/. 7,520.00	S/. 7,520.00	S/. 1,353.60	S/. 8,873.60		8 años
1	Horno de secado, secador de hojas de moringa	S/. 3,008.00	S/. 3,008.00	S/. 541.44	S/. 3,549.44		10 años
TOTAL			S/. 10,528.00	S/. 1,895.04	S/. 12,423.04		

Tabla 33. Pedido de maquinarias

Fuente: Elaboración propia.

- **Requerimiento de Maquinarias y equipos**

Listado de equipamiento de producción

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNI.	SUB TOTAL	IGV	TOTAL
1	Balanza Gramera Electrónica Digital, Capacidad 500gramos, resolución 0.01gr, Medidas de peso (gramos, onzas y libras)	2	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
2	Anaqueles	2	S/. 996.25	S/. 1,992.50	S/. 358.65	S/. 2,351.15
3	Selladora de bolsa 40 cm	1	S/. 239.00	S/. 239.00	S/. 43.02	S/. 282.02
4	Bolsa de Papel Kraft	1	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.36	S/. 2.36
5	Modulo Stand (Alquiler)	2	S/. 1,750.00	S/. 3,500.00	S/. 630.00	S/. 4,130.00
6	Jabón Para Lavar frutas y verduras	4	S/. 15.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 70.80
7	Bandeja de Acero 32x26 x 15 cm	8	S/. 116.00	S/. 928.00	S/. 167.04	S/. 1,095.04
Total			S/3,218.25	S/ 6,921.50	S/ 1,245.87	S/ 8,167.37

Total de maquinaria y Equipos de Producción	S/ 17,449.50	S/ 3,140.91	S/ 20,590.41
----------------------------------------------------	---------------------	--------------------	---------------------

Tabla 34. Equipos del área de Producción

Fuente: Elaboración propia.

Equipos de Computo

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNI.	SUB TOTAL	IGV	TOTAL
1	Laptop Lenovo 14 Core I3-8145u Ram 4gb,dd 1 Tb Nuevo	1	S/. 2,289.00	S/. 2,289.00	S/. 412.02	S/. 2,701.02
2	Laptop Gamer Lenovo Ideapad Gaming 3 Intel I5 Gtx 1650 Ti	2	S/. 3,999.00	S/. 7,998.00	S/. 1,439.64	S/. 9,437.64
3	Pos Poket Full Vendemás	2	S/. 349.00	S/. 698.00	S/. 125.64	S/. 823.64
4	Samsung Galaxy A22 128GB	3	S/. 919.00	S/. 2,757.00	S/. 496.26	S/. 3,253.26
5	Impresora Multifuncional Epson Ecotank L4260 Duplex A4 Wifi	1	S/. 1,219.00	S/. 1,219.00	S/. 219.42	S/. 1,438.42
Total			S/. 8,775.00	S/. 14,961.00	S/. 2,692.98	S/. 17,653.98

Tabla 35. Equipos de Computo

Fuente: Elaboración propia.

El costo total de maquinarias y equipos de producción para la elaboración de Té de Moringa suma S/. 20,590.41 si le descontamos el impuesto general a las ventas nos da un total de S/.17,449.50.

- **Requerimiento de materiales**

Los insumos necesarios para la elaboración y producción de Té de Moringa son los siguientes:

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
1	Hojas de moringa	200 gm	S/. 1.50	
2	Agua	1 unid	S/. 1.50	
3	Jabón Para Lavar las hojas	1/4 litro	S/. 3.75	
4	Electricidad	1 unid	S/. 2.50	
5	Bolsa de Papel Kraft	1 unid	S/. 2.00	
Total			S/. 11.25	S/. -

Tabla 36. Requerimiento de Materiales

Fuente: Elaboración propia

- **Requerimiento de otros insumos (servicios básicos)**

Moringa Jampi considera como insumos generales a todos aquellos que formaron parte del proceso de la elaboración del polvo de Moringa.

INSUMOS GENERALES			
ITEM	INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL
1	Energia Electrica	m2	S/. 200.00
2	Agua	kw	S/. 300.00
Total			S/. 500.00

Tabla 37. De servicios básicos para la producción

Fuente: Elaboración Propia

6.5.4 Requerimiento de espacios físicos

Moringa Jampi S.A.C requiere contar con un espacio adecuado para distribuir con las áreas correspondientes entre ellos área de Operaciones, Almacén el mismo que detallamos a continuación.

- **Almacén de Materia Prima (MP)**

Se guardará toda la mercadería para la elaboración de nuestro producto los cuales serán ubicados en anaqueles en un ambiente fresco y aislado de temperaturas altas.

- **Almacén de Productos terminados (PT)**

Se guardarán las bolsas de moringa entre 50 a 100 bolsas para su distribución. Este espacio deberá tener una temperatura fresca.

- **Producción**

Nuestra área de producción tendrá un ambiente amplio para que los operarios realicen las labores de producción de manera cómoda, contará con mesas para el proceso de preparación y molido de las hojas de moringa y luego serán trasladados al almacén de PT.

Oficinas:

- 1 Jefe de Producción
- 2 operarios
- 2 ventas
- 1 Gerente General (Teletrabajo)
- 1 Coordinador de Ventas (Teletrabajo)

Servicios Higiénicos: Se contará con 1 baños, para el uso de nuestro personal

6.6 Capacidad de Producción

La empresa contará con una capacidad de producción basada en nuestra inversión financiera, que detallamos a continuación.

DIAS CALENDARIOS - LABORABLES		365
1	Feridos	7
2	Domingos	52
3	Sabados	52
4	Mantenimiento	12
DIAS LABORABLES		242

Tabla 38. Capacidad de Producción

Fuente: Elaboración propia

La empresa establece laborar 242 días anuales para las estimaciones de su capacidad productiva, solo se descansará 3 domingos, Día del Trabajador, Navidad y Año nuevo.

- El Proceso establecido para la elaboración de las bolsas de Moringa Jampi S.A.C es del siguiente tiempo y la capacidad de la maquinaria.

TIEMPO DE PROCESO		
1	Lavado - hoja de Moringa	5 min
2	Secado	1 hora
3	Molido	40 min
4	Reposo del polvo de moringa	10 min
5	Pesado - Balanza	2 min
6	Sellado de Bolsa	3 min
7	Empaquetado	2 min
DIAS LABORABLES		2 Horas y 12 min

Tabla 39. Cálculo tiempo de proceso

Fuente: Elaboración propia

6.6.1 Capacidad de Producción

ITEM	Molino	Canridad de Moringa	Operario	Producción por hora / por cada Operario	Producion diario por Oprario	Tiempo / Horas	Producion diaria de Moringa / bolsas de 200 gr.
1	1	7 kilos	2	3	18	2	
Total						6	36

Tabla 40. Capacidad de producción por persona

Fuente: Elaboración propia

Producción Diaria	Variable Conservadora	Capacidad de Producción Diaria	
36	0.75	27	Unidades- Día

Tabla 41. Capacidad de producción diaria

Fuente: Elaboración propia

Capacidad de Producción Diaria	Días Laborables	Capacidad Anual	
36	303	10,908	Unidades- Año

Tabla 42. Capacidad de Producción anual

Fuente: Elaboración propia

6.6.2 Requerimiento de personal

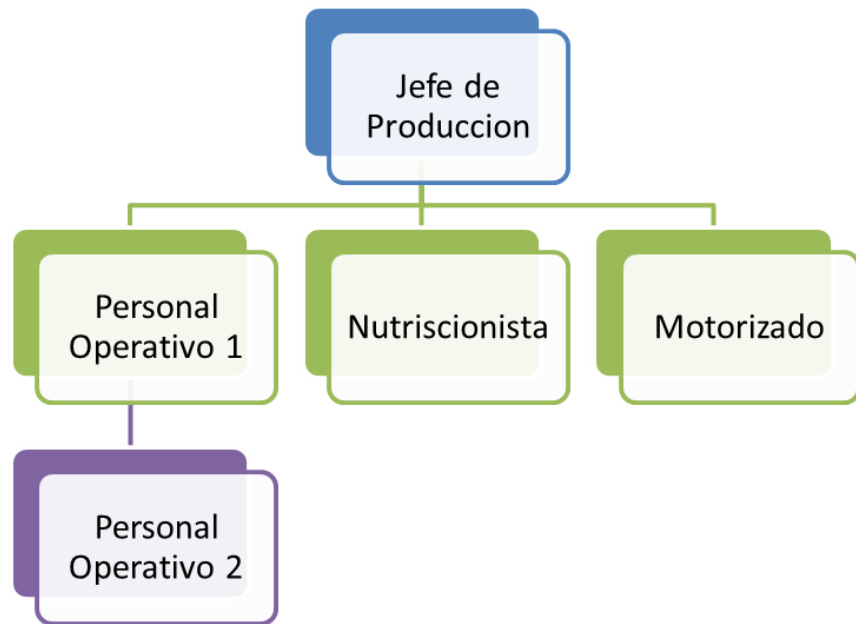


Figura 15. Organigrama del personal

Fuente: Elaboración propio

6.6.3 Cronograma de Mantenimiento de Equipos

Nuestro Cronograma de mantenimiento de equipos es según la necesidad de cada equipo.

N°		CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS				
ACTIVIDAD ANUAL		1	2	3	4	5
1	Maquina multifuncional, Trituradora					
2	Horno de secado, secador de hojas de moringa					
3	Balanza Gramera Electrónica Digital					
4	Laptops					

Tabla 43: Cronograma de mantenimiento de equipos

Fuente: Elaboración propia

6.6.4 Presupuesto del área de operaciones

Presentamos nuestra proyección a 5 años de nuestro personal de producción que es una de las áreas muy importante.

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Jefe de Producción						
Número		1	1	1	1	2
Sueldo básico mensual por persona		1300	1300	1300	1300	1300
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		16,237	16,237	16,237	16,237	16,237
Sueldo total por puesto de trabajo		16,237	16,237	16,237	16,237	32,474
Ayudante						
Número		1	1	2	3	4
Sueldo básico mensual por persona		930	930	930	930	930
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		11,616	11,616	11,616	11,616	11,616
Sueldo total por puesto de trabajo		11,616	11,616	23,231	34,847	46,463
Almacenero						
Número		1	1	1	2	2
Sueldo básico mensual por persona		930	930	930	930	930
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		11,616	11,616	11,616	11,616	11,616
Sueldo total por puesto de trabajo		11,616	11,616	11,616	23,231	23,231
Total número de trabajadores de producción		3	3	4	6	8
TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA		39,468	39,468	51,084	74,316	102,168

Tabla 44: Presupuesto de operaciones

Fuente: Elaboración propio

6.7 Localización de instalaciones

- **Macro localización**

Nuestro local se ubicará en Surco de los distritos de Lima moderna, ello favorece a nuestra empresa debido a que nuestro público objetivo está en zonas aledañas.

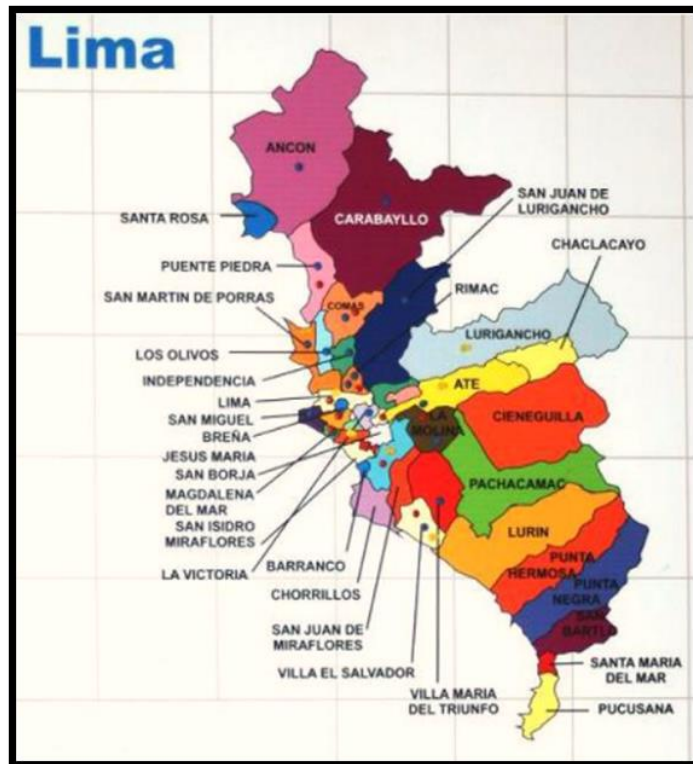


Figura 16: Zonas de Lima

Fuente: Google Maps Perú

- **Micro localización**

Nuestro negocio va dirigido a los distritos de Lima moderna según detallamos a continuación

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, 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	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

Tabla 45: Estructura socioeconómica

Fuente: CPI - Estructura socioeconómica 2021

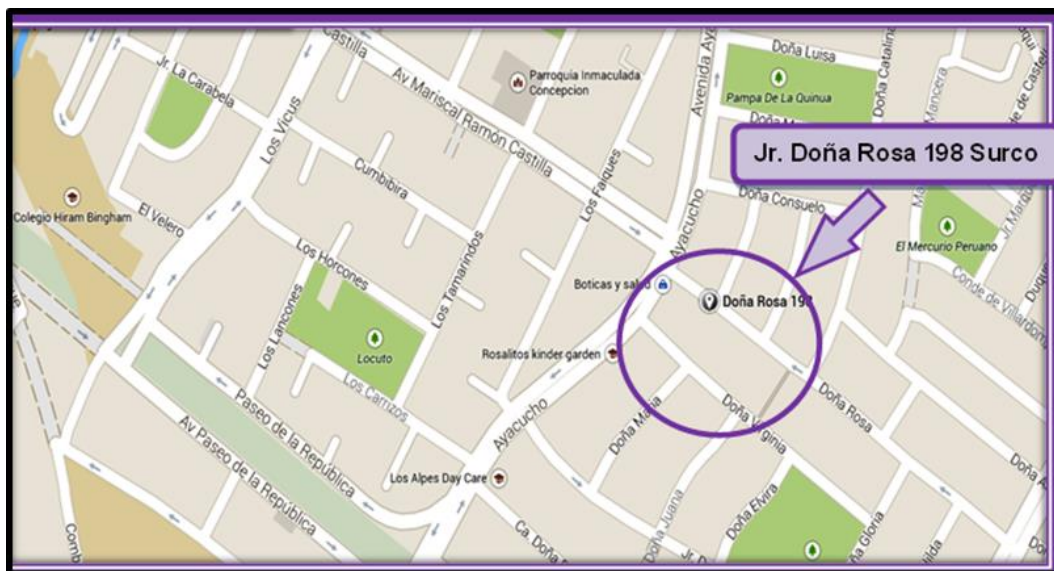


Figura 17: Zonificación del Local

Fuente: Google Maps Perú

- Mapa de alquiler de nuestro local

Nuestra infraestructura de nuestro local se ubicará en Doña Rosa 198 Surco, tiene 5.30 x 4.30 metros los cuales se distribuirán del siguiente manera según la necesidad de Moringa Jampi.

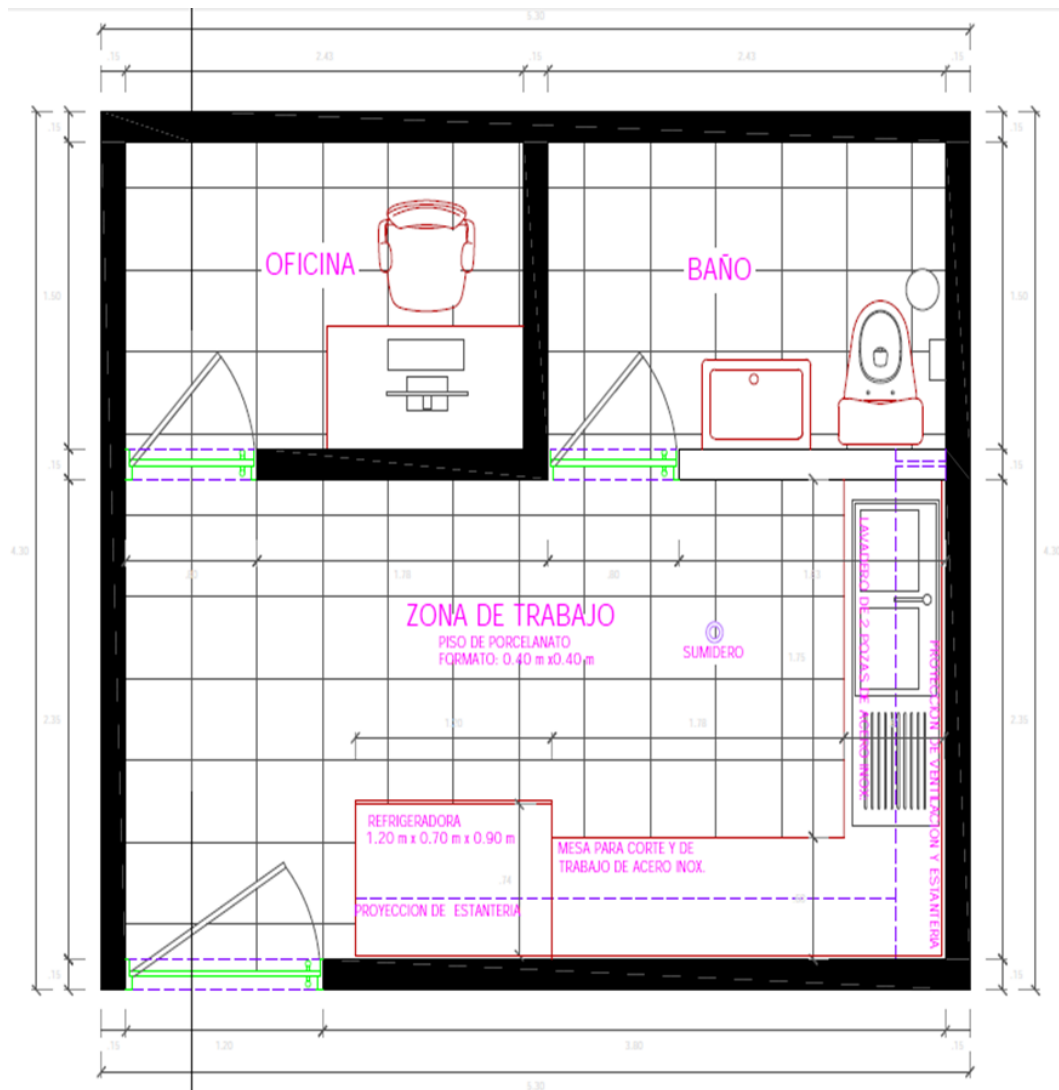


Figura 18: Estructura del local

Fuente: Elaboración propia

6.8 Distribución interna o layout

Nuestro local se muestra amplio con una entrada de 1.20m, el cual facilita el acceso al almacén de nuestros insumos, materias primas los cuales se ubicarán en ello, en el lado derecho se ubica la refrigeradora junto con la mesa de trabajo del día a día también el lavadero se encuentra al fondo cerca al baño, para brindar facilidades al personal.

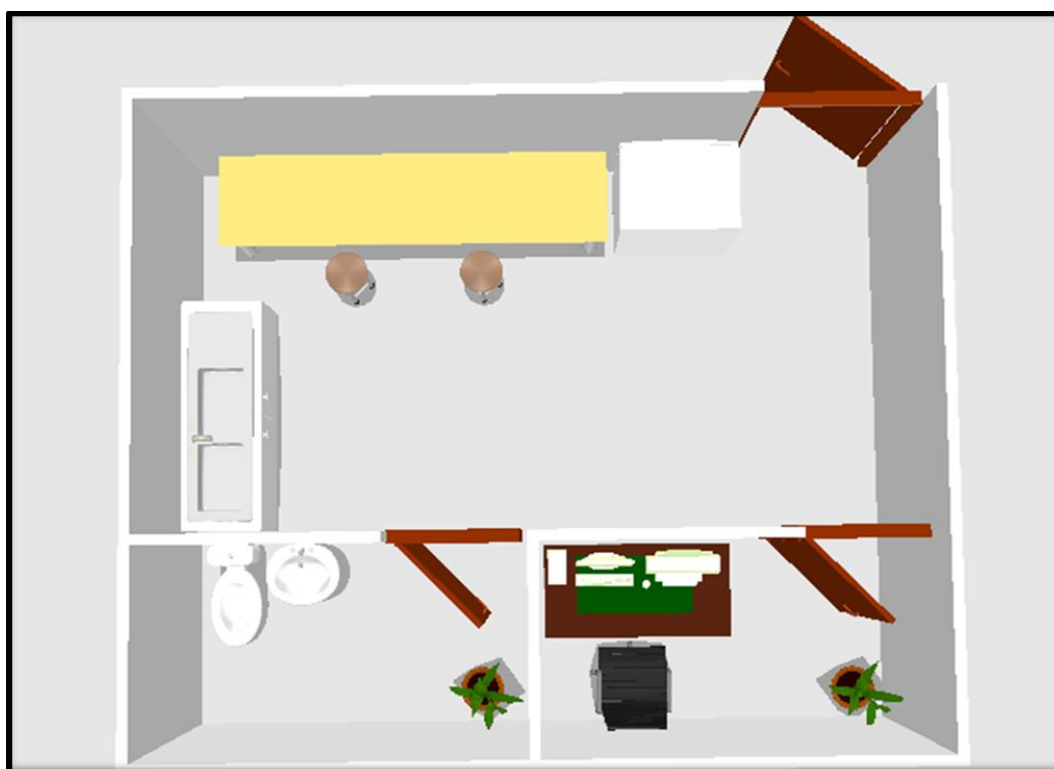


Figura 19. Layout general

Fuente: Elaboración propia

6.9 Cronograma de implementación y operación

Nuestro diagrama de Gantt nos ayuda a organizarnos de manera ordenada e idóneo para el proceso de implementación, ejecución y hasta el inicio de operatividad de Moringa Jampi S.A.C

- **Almacén de Materia Prima (MP)**

Se guardará toda la mercadería para la elaboración de nuestro producto los cuales serán ubicados en anaqueles en un ambiente fresco y aislado de temperaturas altas.

- **Almacén de Productos terminados (PT)**

Se guardarán las bolsas de moringa entre 50 a 100 bolsas para su distribución. Este espacio deberá tener una temperatura fresca

- **Producción**

Nuestra área de producción tendrá un ambiente amplio para que los operarios realicen las labores de producción de manera cómoda, contará con mesas para los procesos previos para el molido de las hojas de moringa y luego serán trasladados al almacén de PT.

- **Entrega Final:**

Finalmente nuestro producto será entregado a nuestro cliente según requerimiento, y enviado con nuestro motorizado.

6.11 Presupuesto de Área de Operaciones

Presupuesto proyectado a 5 años para nuestro personal de producción que es una de las áreas muy importantes.

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Jefe de Producción						
Número		1	1	1	1	2
Sueldo básico mensual por persona		1300	1300	1300	1300	1300
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		16,237	16,237	16,237	16,237	16,237
Sueldo total por puesto de trabajo		16,237	16,237	16,237	16,237	32,474
Ayudante						
Número		1	1	2	3	4
Sueldo básico mensual por persona		930	930	930	930	930
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		11,616	11,616	11,616	11,616	11,616
Sueldo total por puesto de trabajo		11,616	11,616	23,231	34,847	46,463
Almacenero						
Número		1	1	1	2	2
Sueldo básico mensual por persona		930	930	930	930	930
Sueldo anual considerando beneficios sociales por persona		11,616	11,616	11,616	11,616	11,616
Sueldo total por puesto de trabajo		11,616	11,616	11,616	23,231	23,231
Total número de trabajadores de producción		3	3	4	6	8
TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA		39,468	39,468	51,084	74,316	102,168

Tabla 47: Presupuesto de operaciones

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VII: PLAN DE RRHH

7.1 Misión

Nuestra área de RR.HH se encargará de Reclutar a los más talentosos que formen parte de nuestra empresa y nosotros poder contribuir con su desarrollo personal para así Incitar el crecimiento continuo en ellos, que les permita cumplir sus metas y objetivos, logrando un alto grado de eficiencia y un excelente ambiente laboral

7.2 Objetivos

- Optimizar los procedimiento de trabajo para obtener eficiencia en nuestro personal así lograr las metas establecidas en las diferentes áreas de Moringa Jampi.

- Captar a los mejores empleados, ofreciéndoles crecimiento profesional y personal dentro de nuestra empresa.
- El crecimiento de nuestros empleados es muy importante para nosotros para lograrlo tendrán capacitaciones constantes según necesidad de sus áreas
- Brindar feedback a nuestro personal de manera semanal para aumentar la productividad y saber sus necesidades de cada uno para poder brindarles capacitaciones continuas.
- Cumplir con el reglamento interno, políticas y conocer la cultura de la empresa así como cumplir las normativas y legislaciones establecidas en la actualidad.

7.3 Organigrama

En nuestro organigrama presentamos los niveles jerárquicos por cada área que no permite tener claridad de los procesos y las diversas funciones y finalidades.

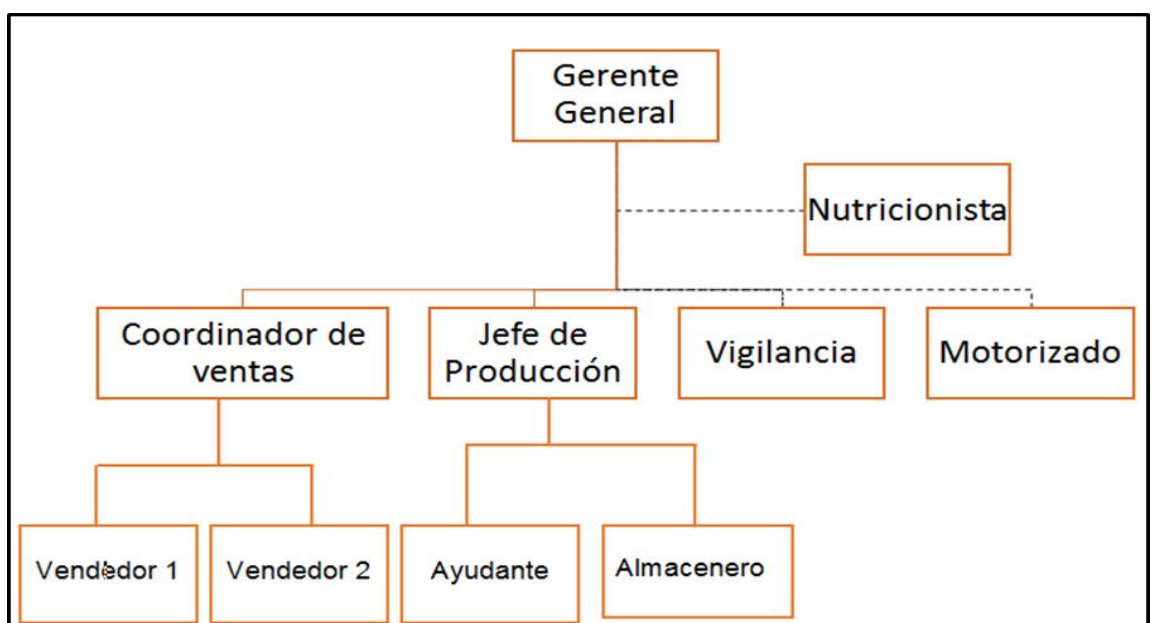


Figura 21. Organigrama General

Fuente: Elaboración propia

7.4 Requerimiento de personal

● **Gerente General:**

PERFIL GERENTE GENERAL			
OBJETIVO DEL PUESTO			
Dirigir y administrar el funcionamiento de MORINGA JAMPI S.A.C de acuerdo a sus fines y políticas establecidos, y ejercer la representación legal, comercial y administrativa, establecidas en la Ley General de Sociedades y las que le confiera o delegue el Directorio.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Disponibilidad completa		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad para planificar. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas.		
Características.	El gerente deberá contar con copia de cédula y RUC.		
Criterio de evaluación	Detalle		Puntaje
Perfil	Título universitario en administración de empresas.		20
	Cursos de negocios y/o marketing		10
Experiencia general	Experiencia profesional recomendable de 5 años como supervisor comercial y/o gerencia comercial. (4 puntos por cada año)		20
Experiencia específica	Experiencia de 3 años en proyectos de desarrollo empresarial (5 puntos por cada año)		15
	Experiencia de 5 años en cargos de administrador, supervisor, gerencia y manejo de personal (3 puntos por cada año)		15
	Experiencia de 5 años en el sector de pequeñas empresas (2 puntos por cada año)		10
	Experiencia en manejo de cartera de clientes (2 puntos por cada año)		10
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> El Gerente será el responsable de liderar, dirigir, coordinar y controlar la gestión operativa, administrativa y financiera según sea el caso. Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión de Moringa Jampi S.A.C Realizar gestión de análisis sobre los informes financieros que incluirá: gestión operativa, administrativa y financiera de la empresa de manera mensual. Coordinar con él con las jefaturas de la empresa las reuniones para revisar metas y cumplimiento de ventas. Deberá garantizar la distribución y venta de los productos de manera equitativa para cada Stand. El gerente establecerá metas y objetivos a largo plazo en cuanto a la posición de la empresa en el mercado. A corto plazo de manera trimestral en base a las cantidades a vender. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. Planificar reuniones operativas Bimestrales para la definición de los aspectos operativos de las ventas de la empresa. Visitas de supervisión de manera continua a las jefaturas de cada área para supervisar el buen cumplimiento de las mismas. Responsable del manejo administrativo de la empresa Controlar y aprobar informes financieros/contables. Ejecutar Plan Estratégico Institucional y el Plan Operativo Anual. 			

Tabla 48: Descripción del perfil del talento humano

Fuente: Elaboración propio

● **Coordinador De Ventas**

CORDINADOR DE VENTAS			
OBJETIVO DEL PUESTO			
Coordinar las actividades de la fuerza de ventas, los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr los objetivos de ventas y el posicionamiento de la empresa deseado, en base a políticas establecidas para la promoción, distribución y venta de Polvo der Moringa en presentación de 200gr.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Para visitas a los centros comerciales		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad para planificar. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.		
Características.	Expertos en Ventas o afines		
Criterio de evaluación	Detalle	Puntaje	
Perfil	Título universitario en administración de empresas, marketing, ventas	30	
Experiencia general	Experiencia profesional recomendable de 5 años como supervisor comercial, coordinador, jefe comercial. (4 puntos por cada año)	20	
Experiencia específica	Experiencia de 3 años en ventas o coordinador de ventas (5 puntos por cada año)	15	
	Experiencia de 3 años en cargos jefe, coordinador de ventas (5 puntos por cada año)	15	
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)	10	
	Experiencia en manejo de cartera de clientes (2 puntos por cada año)	10	
Funciones			
1.- Realizar y ejecutar el presupuesto mensual de ventas 2.- Emitir reportes semanales y mensuales, del nivel de ventas. 3.- Supervisar el nivel de facturación por cliente durante y al final de cada mes 4.- Coordinar con la jefatura de producción para cumplir con los requerimientos de los clientes. 5.- Definir el plan de mercadeo 6.- Proponer mecanismos de promoción y publicidad de ventas. 7.- Supervisar el cumplimiento en los métodos, normas y procedimientos definidos en el Sistema de Calidad 8.- Supervisar el involucramiento y la participación de los colaboradores en las actividades y programas de Seguridad e ISO 14000, para la integración del personal. 9.- Controlar los niveles de gastos del área 10.- Definir el plan de capacitación del personal de la Gerencia Comercial 11.- Analizar las tendencias del mercado para determinar hacia donde apunta la demanda de los consumidores, volumen estimado de ventas y el efecto en las operaciones de la competencia 12.- Trabajar en conjunto con otros departamentos (Ventas, Marketing, Operaciones e Investigación) y Gerentes a los fines de ejecutar las mejores estrategias de mercado			

Tabla 49: Descripción de perfil

Fuente: Elaboración propio

- **Asesor de ventas:** El encargado de ventas tiene que cumplir ciertos requisitos esenciales como ser un personal apto para captar clientes ya que el crecimiento de nuestra empresa depende ello.

ASESOR DE VENTAS			
OBJETIVO DEL PUESTO			
Los vendedoras cumplen las actividades de la fuerza de ventas, los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr los objetivos de ventas y el posicionamiento de la empresa deseado, en base a políticas establecidas para la promoción, distribución y venta de polvo de moringa.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.		
Características.	Expertos en Ventas o afines		
Criterio de evaluación	Detalle	Puntaje	
Perfil	Estudios técnicos o egresado de las carreras administración de empresas, marketing, ventas	30	
Experiencia general	Experiencia en ventas de productos medicinales	20	
Experiencia específica	Experiencia de 3 años en ventas en supermercados (5 puntos por cada año)	15	
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)	10	
	Experiencia en manejo de cartera de clientes (2 puntos por cada año)	10	
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar a los clientes acerca de los productos que ofrecemos para satisfacer sus necesidades y deseos. 2. Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas con el objetivo de cumplir la cuota asignada. 3. Reportar diariamente las ventas. 4. Brindar asesoría profesional a los clientes actuales y potenciales, para generar ventas efectivas y cumplir con los objetivos de ventas fijados por la empresa. 5. Realizar seguimiento al servicio post venta que garantice la fidelización de los clientes. 6. Cumplir con los indicadores asignados por el área de venta en la empresa 7. Realizar visitas a clientes actuales y potenciales, y hacer el seguimiento correspondiente para el cierre de las ventas. 8. Coordinar con su Supervisor las solicitudes al Área Comercial para autorización de descuentos de productos. 9. Mantener constante coordinación con área de producción por algún requerimiento. 10. Cumplir con los indicadores asignados por el área de Venta Empresa. 			

Tabla 50: Descripción de perfil

Fuente: Elaboración propio

● **Jefe de Producción**

JEFE DE PRODUCCION			
OBJETIVO DEL PUESTO			
Un jefe de producción es el responsable de dirigir, planificar y coordinar la producción de la empresa gestionando de forma equilibrada los recursos que le proporciona la entidad para así garantizar los niveles de calidad necesarios.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.		
Características.	Expertos en Ventas o afines		
Criterio de evaluación	Detalle	Puntaje	
Perfil	Titulado en Ingeniería Industrial carreras a fines.	30	
	Conocimiento en procesos de producción.		
Experiencia general	Experiencia comprobada en trabajos similares	20	
	Experiencia de 3 años mínimo como jefe de producción en áreas similares(5 puntos por cada año)	15	
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)	10	
	Experiencia comprobada en trabajos similares (2 puntos por cada año)	10	
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la planificación y control de la producción. 2. Verificar y hacer seguimiento de la entrega de las materias primas, insumos y equipos, para planificar la producción de polvo de Moringa. 3. Administrar las prioridades de las áreas de ventas. 4. Evaluar el requerimiento de personal de producción y distribuirlo. 5. Coordinar con Logística los requerimientos de materia prima, insumos y equipos. 6. Coordinar disponibilidad de personal de producción para realizar trabajos de producción según requerimiento. 7. Cumplir con el programa de mantenimiento preventivo y coordinar la ejecución del mantenimiento correctivo de las máquinas y equipos de producción. 8. Analizar la mejor la ubicación y distribución de las maquinas en planta. 9. Realizar anualmente el Plan de inversión de máquinas y equipos. 10. Elaborar mensualmente la planilla de sueldos del personal de producción. 11. Realizar seguimiento a los indicadores para lograr las metas establecidas. 12. Elaborar mensualmente informes de los indicadores de su área con el respectivo análisis estadístico y acciones de mejora. 13. Realizar la evaluación de desempeño de su personal a cargo y proponer acciones de mejora. 14. Cumplir con otras funciones que su superior le asigne. 15. Cumplir con la documentación establecido por el Sistema de Gestión de la Calidad. 16. Cumplir con la documentación establecido por el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. 17. Manajo de Kardex para el control de las salidas e ingresos de la empresa. 			

Tabla 51: Descripción de perfil

Fuente: Elaboración propio

● **Ayudante de Producción**

AYUDANTE DE PRODUCCIÓN			
OBJETIVO DEL PUESTO			
Encargados del área de producción es el responsable de dirigir, planificar y coordinar la producción de la empresa gestionando de forma equilibrada los recursos que le proporciona la entidad para así garantizar los niveles de calidad necesarios.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.		
Características.			
Criterio de evaluación	Detalle		Puntaje
Perfil	Carrera técnica en Administración o carreras a fines.		30
	Conocimiento en procesos de producción.		
Experiencia general	Experiencia comprobada en trabajos similares		20
	Experiencia de 1 años mínimo en producción en áreas similares(5 puntos por cada año)		
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)		
	Experiencia comprobada en trabajos similares (2 puntos por cada año)		10
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la planificación y control de la producción. 2. Proceso adecuado del Secado de la Moringa 3. Verificar y hacer seguimiento de la entrega de las materias primas, insumos y equipos, para planificar la producción de polvo de Moringa. 4. Apoyo a las áreas de ventas. 5. Evaluar el requerimiento de personal de producción y distribuirlo. 6. Coordinar con Logística los requerimientos de materia prima, insumos y equipos. 7. Coordinar disponibilidad de personal de producción para realizar trabajos de producción según requerimiento. 8. Cumplir con el programa de mantenimiento preventivo y coordinar la ejecución del mantenimiento 9. Cumplir con otras funciones que su superior le asigne. 10. Cumplir con la documentación establecido por el Sistema de Gestión de la Calidad. 11. Cumplir con la documentación establecido por el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. 12. Manejo de Kardex para el control de las salidas e ingresos de la empresa. 			

Tabla 52: Descripción del perfil de puesto

Fuente: Elaboración propio

● **Almacenero**

PERSONAL DE ALMACEN		
OBJETIVO DEL PUESTO		
Buscamos un trabajador de almacén para participar en nuestras operaciones y actividades de almacén. Entre las responsabilidades del trabajador de almacén se incluyen almacenar materiales, preparar pedidos, embalarlos y escanearlos. El objetivo es aumentar la eficiencia, la satisfacción del cliente y la rentabilidad.		
Variable	Requerido	
Género	M	F: Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima: Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata Disponibilidad completa e inmediata	
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.	
Características.		
Criterio de evaluación	Detalle	Puntaje
Perfil	Contar con secundaria completa (certificado de estudio indispensable)	30
	Experiencia laboral demostrable como trabajador de almacén (indispensable)	
Experiencia general	Experiencia laboral demostrable como trabajador de almacén	20
	Excelentes habilidades organizativas y de gestión del tiempo	15
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)	10
	Experiencia comprobada en trabajos similares (2 puntos por cada año)	10
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener la acepción de las hojas de Moringa de manera adecuada 2. Preparar y completar pedidos para entregas o recogidas según la planificación (cargar, empaquetar, envolver, etiquetar y enviar) 3. Recibir y procesar existencias del almacén (recoger, descargar, etiquetar y almacenar) 4. Llevar a cabo controles de inventarios y mantener altos los niveles de calidad para las auditorías 5. Mantener un entorno de trabajo despejado y seguro para optimizar el uso del espacio 6. Cumplimentar registros diarios en el inventario 7. Informar de cualquier desfase 8. Comunicarse y cooperar con supervisores y compañeros de trabajo 9. Utilizar los vehículos y equipos del almacén y realizar labores de mantenimiento en ellos 10. Seguir normas de servicio de calidad y cumplir procedimientos, normas y normativas 11. Mantener actualizado el Kardex. 		

Tabla 53: Descripción del perfil I

Fuente: Elaboración propio

● **Especialista en Nutrición**

ESPECIALISTA EN NUTRICIÓN			
OBJETIVO DEL PUESTO			
El especialista en Nutrición, va velar para aclarar las dudas y consultas de nuestros clientes y contribuir al tratamiento de una buena salud del cliente y ofrecer valor a nuestra empresa Moringa Jampi S.A.C.			
Variable	Requerido		
Género	M	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata		
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.		
Características.	Expertos en Ventas o afines		
Criterio de evaluación	Detalle		Puntaje
Perfil	Titulado(a) en nutrición, Medicina General con especialidad en Nutrición		30
	Experiencia demostrable como nutricionista		
Experiencia general	Amplios conocimientos de métodos de investigación y análisis de datos		20
	Experiencia de 3 años mínimo como nutricionistas (5 puntos por cada año)		15
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)		10
	Experiencia comprobada en trabajos similares (2 puntos por cada año)		10
Funciones			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Valorar las necesidades dietéticas de un cliente evaluando su salud y niveles de ejercicio, sueño, hábitos alimentarios, dando a conocer nuestro producto. 2. Aclarar la información a los clientes y explicar los efectos de los nutrientes en el estado de salud general 3. Ofrecer asesoramiento y sugerir cambios positivos en la alimentación para abordar las restricciones dietéticas de los clientes 4. Crear planes nutricionales completos y personalizados que favorezcan un estilo de vida saludable 5. Establecer objetivos claros y prestar apoyo a los clientes para ayudarles en su progreso 6. Realizar investigaciones científicas para ampliar los conocimientos relacionados con este campo, como las repercusiones de los nutrientes, los beneficios de las dietas para las funciones corporales. 7. Redactar y publicar artículos para informar a la población 8. Realizar presentaciones sobre una variedad de temas, por ejemplo, cómo afecta la nutrición al rendimiento en el deporte, las escuelas. 			

Tabla 54: Descripción de perfil

Fuente: Elaboración propio

● **Motorizado**

PERSONAL DE MOTORIZADO		
OBJETIVO DEL PUESTO		
Encargado de la entrega oportuna de los pedidos de nuestros clientes de los distintos distritos que realicen su requerimiento a nuestra empresa Moringa Jampi S.A.C.		
Variable	Requerido	
Género	M	F: Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima: Indistinto: X
Disponibilidad	Inmediata Disponibilidad completa e inmediata	
Habilidades	Liderazgo motivación. Capacidad técnica. Capacidad de convencimiento. Capacidad de control. Adaptabilidad. Trabajo en equipo. Innovación y solución de problemas. Manejo de relaciones interinstitucionales.	
Características.		
Criterio de evaluación	Detalle	Puntaje
Perfil	Contar con secundaria completa (certificado de estudio indispensable)	30
	Contar con moto lineal mecánica propia, Soat y brevete BIIC vigente	
Experiencia general	1 año de experiencia	20
	Contar con experiencia CERTIFICADA mayor A 06 meses en posiciones similares como, mensajero, delivery, notificador, repartidor de mercadería o Courier (con certificado de trabajo INDISPENSABLE)	15
	Experiencia de 2 años en cargos similares (5 puntos por cada año)	10
	Experiencia comprobada en trabajos similares (2 puntos por cada año)	10
Funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar la entrega oportuna de pedidos de Moringa Jampi S.A.C y coordinación con los clientes siguiendo las políticas de la empresa. 2. Realizar la entrega de Los pedidos a los diferentes puntos de destino en Lima Moderna o según solicitud de nuestros clientes. 3. Entrega oportuna según requerimiento de nuestros clientes. 		

Tabla 55: Descripción de perfil

Fuente: Elaboración propio

7.5 Remuneración por puesto de trabajo

Proyección anual por cada área según requerimiento de nuestra empresa, bajo el régimen de la Micro Empresa.

- **Gerente General**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DEL GERENTE GENERAL			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 3,000.00	11 meses	S/ 33,000.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/. 1,500.00	15 Días	S/ 1,500.00
Gratificación (2)	S/ -		S/ -
CTS (3)	S/ -		S/ -
Asignación familiar (4)	S/ -		S/ -
Essalud (5)	S/ 247.50	12 meses	S/ 2,970.00
	S/ 1,747.50		S/ 4,470.00
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/ 37,470.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual)			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 2,970.00			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/.	37,470	S/ 4,747.50
Sueldo sin beneficios	S/.	33,000	S/ 3,000.00
Beneficios	S/.	4,470	S/ 1,747.50

Tabla 56: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

- **Coordinador De Ventas**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DEL COORDINADOR DE VENTAS			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 1,500.00	11 meses	S/ 16,500.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/. 750.00	15 Días	S/ 750.00
Gratificación (2)	S/ -		S/ -
CTS (3)	S/ -		S/ -
Asignación familiar (4)	S/ -		S/ -
Essalud (5)	S/ 123.75	12 meses	S/ 1,485.00
	S/ 873.75		S/ 2,235.00
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/ 18,735.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual)			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 1,485.00			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/.	18,735	S/ 2,373.75
Sueldo sin beneficios	S/.	16,500	S/ 1,500.00
Beneficios	S/.	2,235	S/ 873.75

Tabla 57: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

● **Asesor de Ventas**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DE ASESOR DE VENTAS			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 930.00	11 meses	S/. 10,230.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/. 465.00	15 días	S/. 465.00
Gratificación (2)	S/.		S/.
CTS (3)	S/.		S/.
Asignación familiar (4)	S/.		S/.
Essalud (5)	S/. 76.73	12 meses	S/. 920.70
	S/. 541.73		S/. 1,385.70
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/. 11,615.70
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual)			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/.			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9%			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/.	11,616	S/. 1,471.73
Sueldo sin beneficios	S/.	10,230	S/. 930.00
Beneficios	S/.	1,386	S/. 541.73

Tabla 58: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

● **Jefe de Producción:**

PRESUPUESTO DE REMUNERACION ANUAL DEL JEFE DE PRODUCCIÓN			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 1,300.00	11 meses	S/. 14,300.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/. 650.00	15 Días	S/. 650.00
Gratificación (2)	S/.		S/.
CTS (3)	S/.		S/.
Asignación familiar (4)	S/.		S/.
Essalud (5)	S/. 107.25	12 meses	S/. 1,287.00
	S/. 757.25		S/. 1,937.00
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/. 16,237.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual)			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/.			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9%			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/.	16,237	S/. 2,057.25
Sueldo sin beneficios	S/.	14,300	S/. 1,300.00
Beneficios	S/.	1,937	S/. 757.25

Tabla 59: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

- **Ayudante de Producción**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DEL AYUDANTE			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 930.00	11 meses	S/ 10,230.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/ 465.00	15 Días	S/ 465.00
Gratificación (2)	S/ -		S/ -
CTS (3)	S/ -		S/ -
Asignación familiar (4)	S/ -		S/ -
Essalud (5)	S/ 76.73	12 meses	S/ 920.70
	S/ 541.73		S/ 1,385.70
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/ 11,615.70
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual) 0.00%			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 920.70			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/ 11,616	S/ 1,471.73	
Sueldo sin beneficios	S/ 10,230	S/ 930.00	
Beneficios	S/ 1,386	S/ 541.73	

Tabla 60: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

- **Personal de Almacén**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DEL ALMACENERO			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/. 930.00	11 meses	S/ 10,230.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/ 465.00	15 Días	S/ 465.00
Gratificación (2)	S/ -		S/ -
CTS (3)	S/ -		S/ -
Asignación familiar (4)	S/ -		S/ -
Essalud (5)	S/ 76.73	12 meses	S/ 920.70
	S/ 541.73		S/ 1,385.70
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/ 11,615.70
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual) 0.00%			
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -			
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 920.70			
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/ 11,616	S/ 1,471.73	
Sueldo sin beneficios	S/ 10,230	S/ 930.00	
Beneficios	S/ 1,386	S/ 541.73	

Tabla 61: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

● **Especialista en Nutrición**

PRESUPUESTO DE REMUNERACION ANUAL DEL NUTRICIONISTA				
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/	
Sueldo sin beneficios sociales	S/ 1,500.00	11 meses	S/	16,500.00
BENEFICIOS SOCIALES				
Vacaciones (1)	S/ 750.00	15 Días	S/	750.00
Gratificación (2)	S/ -		S/	-
CTS (3)	S/ -		S/	-
Asignación familiar (4)	S/ -		S/	-
Essalud (5)	S/ 123.75	12 meses	S/	1,485.00
	S/ 873.75		S/	2,235.00
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/	18,735.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual) 0.00%				
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -				
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 1,485.00				
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)				
		Anual	Mensual	
Sueldo con beneficios	S/	18,735	S/	2,373.75
Sueldo sin beneficios	S/	16,500	S/	1,500.00
Beneficios	S/	2,235	S/	873.75

Tabla 62: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

● **Personal Motorizado**

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL DEL MOTORIZADO				
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/	
Sueldo sin beneficios sociales	S/ 1,300.00	11 meses	S/	14,300.00
BENEFICIOS SOCIALES				
Vacaciones (1)	S/ 650.00	15 Días	S/	650.00
Gratificación (2)	S/ -		S/	-
CTS (3)	S/ -		S/	-
Asignación familiar (4)	S/ -		S/	-
Essalud (5)	S/ 107.25	12 meses	S/	1,287.00
	S/ 757.25		S/	1,937.00
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/	16,237.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual) 0.00%				
(4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ -				
(5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 9% 1,287.00				
(6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)				
		Anual	Mensual	
Sueldo con beneficios	S/	16,237	S/	2,057.25
Sueldo sin beneficios	S/	14,300	S/	1,300.00
Beneficios	S/	1,937	S/	757.25

Tabla 63: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN ANUAL SERVICIO DE VIGILANCIA			
Concepto	Monto mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo sin beneficios sociales	S/ 1,200.00	11 meses	S/ 13,200.00
BENEFICIOS SOCIALES			
Vacaciones (1)	S/ -		S/ -
Gratificación (2)	S/ -		S/ -
CTS (3)	S/ -		S/ -
Asignación familiar (4)	S/ -		S/ -
Essalud (5)	S/ -		S/ -
Sueldo total anual con beneficios (6)			S/ 13,200.00
(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 se provisiona en forma mensual (8.33% de la remuneración mensual) 0.00% (4) El concepto de asignación familiar corresponde al 10% del ingreso mínimo legal Ingreso mínimo legal 2022 = S/ - (5) Se considera 9% de su remuneración total anual por concepto de Essalud (SUNAT) 0% (6) No considera el reparto de utilidades. Sin embargo los trabajadores las perciben anualmente (Decreto Legislativo 892)			
		Anual	Mensual
Sueldo con beneficios	S/ 13,200	S/ 1,200.00	
Sueldo sin beneficios	S/ 1,200.00		
Beneficios	S/ -	S/ -	

- **Personal de Seguridad**

Tabla 64: Presupuesto de Remuneración

Fuente: Elaboración propio

7.6 Procesos del área de RRHH

Este proceso es muy importante para todas las áreas y para el crecimiento de ambas partes por el cual se busca integrarlos empresa y empleados para que se sientan comprometidos para el cumplimiento de metas y nosotros también reconocer su esfuerzo y que sean compensados.



Figura 22: Proceso del Área de RR.HH

Fuente: Elaboración propia

7.6.1 Selección y reclutamiento del personal

Es el proceso mediante el cual se busca al mejor talento para que forme parte de nuestra empresa según el área que lo requiere, a los cuales le damos la facilidad de hacer una línea de carrera según la necesidad de Moringa Jampi.



Figura 23. Pasos selección y reclutamiento

Fuente: elaboración propio

Pasos y procedimientos para la selección e ingreso de un nuevo personal a nuestra empresa

- Iniciamos con la selección preliminar
- Aplicación de técnicas de selección de personal
- Entrevista del personal
- Proceso de información Ocupacional y Ambiental
- Proceso de Selección Final
- Requerimiento de documentos personales
- Examen Médico de Ingreso
- Proceso de contratación
- Proceso de Inducción

7.6.2 Incorporación y acogida

Para la incorporación y acogida a nuestros colaboradores que ingresan a nuestra empresa, Se hará todo el proceso para su ingreso entre ellos el recorrido de la instalación a como bienvenidos a Moringa Jampi.



Figura 24. Incorporación y acogida laboral

Fuente: Elaboración propio

7.6.3 Planes de carrera

Moringa Jampi S.A.C ofrece la opción de hacer una línea de carrera con la finalidad de retener y mantener el flujo de talento en nuestra empresa a la vez darles la oportunidad a cada colaborador de desarrollar todo su potencial y se mantengan motivados para cumplir con todos los objetivos y metas.

Aspectos generales:

- Poder identificar el talento de cada uno de los reclutados, sus aptitudes y actitudes que cumplan que permitan cumplir el perfil del puesto que se requiere de esa manera formar parte de nuestra empresa.
- El Postulante debe preparar un plan estratégico que le permita ser uno de los mejores trabajadores de nuestra organización y puedan optar por ascender de cargo o poder asumir otros cargos que le permitan hacer una línea de carrera que beneficie a ambas partes.

- También debe mantenerse en constante comunicación e investigación en cuanto a los requerimientos del área tanto prácticos y de conocimientos en general entre ellos capacitaciones, talleres, especializaciones entre otros de esa manera cumplir el perfil ante la competencia.
- Ello le ayudará a ser un talento competente en la empresa con capacidad de tomar decisiones y asumir cargos de alta jerarquía.

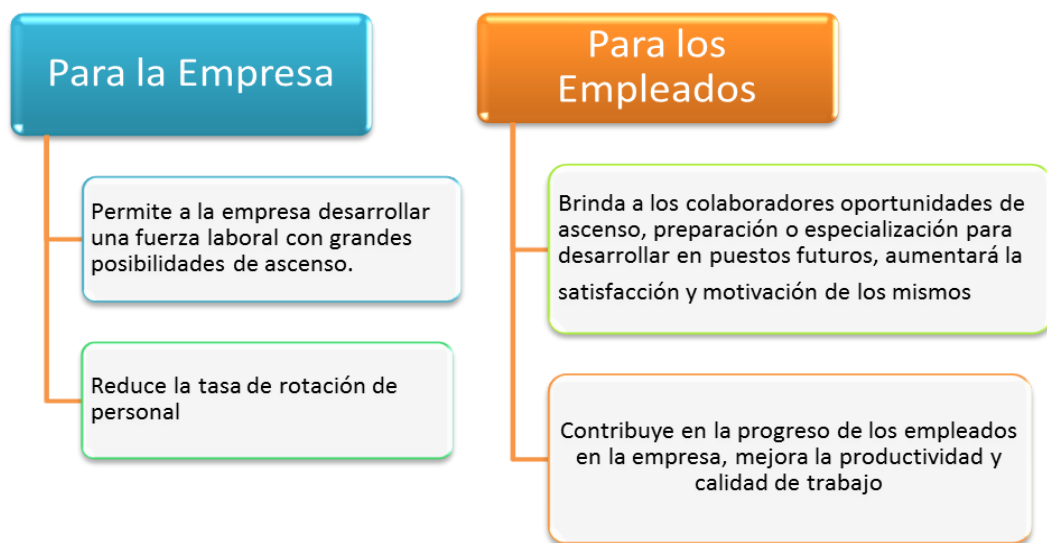


Figura 25. Planes de carrera

Fuente: Elaboración propio

Línea de carrera área de ventas

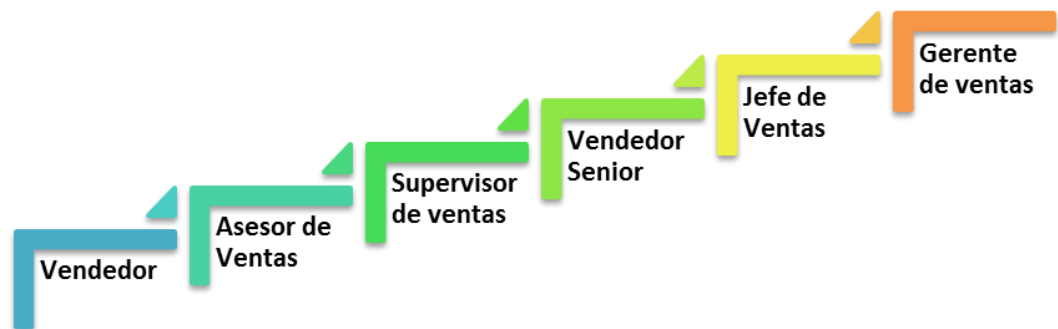


Figura 26: Escalones para línea de Carrera

Fuente: Elaboración propio

7.6.4 Plan de Formación

Objetivos Generales

- Capacitar a nuestro equipo de trabajo, para el cumplimiento de objetivos eficientes.
- Ofrecer la posibilidad de hacer una línea de carrera, que le permita crecer profesionalmente y puedan postular de manera interna para ocupar puestos de su interés.
- Involucrarse con el clima laboral de la empresa, el cual ayudará a generar un ambiente armonioso entre compañeros de trabajo por ende obtener resultados exitosos.

Objetivos Específicos

- Prever los conocimientos técnicos o específicos del personal tanto como sus habilidades blandas o duras del mismo y que le permita cumplir los requerimientos del perfil.
- Cumplir con cursos de capacitación o especialización según requerimiento del puesto al que desea postular.
- Elaborar un control de cumplimiento de objetivos y metas a manera individual y global el cual permitirá obtener resultados eficientes acerca del personal de la empresa.
- Potenciar la capacidad intelectual de los colaboradores quienes fueron captados o elegidos para formar parte de Jampi Moringa S.A.C, los mismo serán capacitados para el cumplimiento de las metas.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL - PERIODO 2022															
CURSOS	AREAS	TIPO	HORAS DE CAP.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE
Normas laborales y síntesis laboral	Trabajadores en general	Interno	1	■											
Manual de Organización y Funciones	Trabajadores en general	Interno	1		■										
Beneficios Sociales Legales y voluntarios	Trabajadores en general	Interno	1			■									
Supervisión eficaz y liderazgo	Gerente y Jefaturas	Interno	1	■				■							
Pólizas de seguro, beneficios y coberturas	Trabajadores en general	Interno	1				■								
Control almacenes	Personal Operativo	externo													
Capacitando al capacitador	Gerente y Jefaturas	Interno	1						■						
Manejo de maquina	Personal Operativo	externo	5												
Sistema Prev lavado de activos y Financiamiento del terrorismo y Código de conducta	Gerente y Jefaturas	Interno	1								■				
Manejo de materiales peligrosos	Personal Operativo	Externo	3	■											
Gestión de cambios tecnológicos	Trabajadores en general	Externo	1								■			■	
Plan de ventas	Personal de ventas	Externo	3	■									■		
Estrategia de ventas	Personal de ventas	Externo	3		■							■			■
Atención al cliente	Personal de ventas	Externo	3			■			■						

Tabla 65: Cronograma de capacitación

Fuente: Elaboración propia.

7.6.5 Evaluación de desempeño

Nuestros procesos de evaluaciones que presentamos a continuación son las más valiosas herramientas, que nos permitirá identificar habilidades y debilidades de nuestros trabajadores y poder plantear un mejor cumplimiento de objetivos.

- Ayuda a enriquecer a nuestro personal, a través de las recomendaciones por cada área.
- Califica e identifica al personal más sobresaliente y proactivo.
- Los resultados ayudan para una buena toma de decisiones y la permanencia de cada trabajador en su puesto o ascenso.
- Identificamos debilidades del personal
- Se brinda la oportunidad de hacer línea de carrera
- Dificultades dentro de las áreas.
- Resalta las deficiencias del puesto o área.
- Podemos Identificar las oportunidades y amenazas de la empresa

Métodos de evaluación de desempeño:

1. **Evaluación por Igual:** Consiste en que las jefaturas de altas jerarquías y los colaboradores del mismo nivel evalúen a la empresa de manera grupal dado que es una herramienta de mucha utilidad.
2. **Autoevaluación:** Podemos considerar que es uno de los métodos más eficientes ya que nos permite ver la honestidad de cada colaborador dentro de la organización y su compromiso con ello.

3. **Evaluación realizada por jefaturas:** Esta evaluación es cuando los encargados de cada área evalúan a sus subordinados ya que ellos conocen más que nadie sus áreas y las funciones que cumple cada personal según al área que corresponda.
4. **Evaluación realizada por subordinados:** Es una de las evaluaciones que permite evaluar a cada jefatura por cada uno de sus colaboradores.
5. **Evaluación de Clientes:** En esta oportunidad los clientes tienen la libertad de evaluar a cada colaborador por diferentes vías al culminar una atención con los buzones de sugerencia y las calificaciones vía online.
6. **Evaluación de 360:** Esta evaluación abarca un conjunto de evaluaciones completas a todos los integrantes de la organización y ello permite analizar la situación global de la empresa y poder proponer estrategias acordes ello.

Evaluación de 360°



Figura 27. Evaluación de 360°

Fuente: google Blog People Next

7.6.6 Evaluación del clima laboral

Uno de los temas muy importantes es evaluar el clima laboral en la empresa para poder saber las satisfacciones y motivaciones que existe entre los compañeros dentro de una organización.

● Encuestas de clima laboral


		ENCUESTA DE CLIMA LABORAL				
Este cuestionario tiene como único fin analizar la forma en la que el personal de la empresa percibe el ambiente de trabajo en el que se desempeña, de esta manera con la información brindada y colaboración de todos podremos mejorar nuestro entorno laboral para el bienestar de nuestro personal		Fecha: _____				
Datos del evaluado:						
Nombre:						
Departamento:						
Puesto:						
Datos del evaluador						
Nombre:						
Relación con el evaluado:						
COMPETENCIAS A EVALUAR	CALIFICACIÓN					
	Total mente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
A	INSERCIÓN AL PUESTO DE TRABAJO					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
6						
B	RELACION CON EL INMEDIATO SUPERIOR					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
6						
7						
C	LIDERAZGO DE INMEDIATO SUPERIOR					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
6						
7						
8						
9						
D	RELACIONES CON LOS COMPAÑEROS DE TRABAJO					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
5						
6						
E	CONDICIONES DE TRABAJO					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
6						
F	EVALUACIÓN DEL PERSONAL					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
G	CRECIMIENTO EN EL TRABAJO					
1	2	3	4	5		
2	3	4	5			
3	4	5				
4	5					
5						
Sugerencias y observaciones						

Tabla 66: Encuesta laboral

Fuente: Elaboración propia

7.7 Cronograma de implementación y operación del área de RRHH

En el siguiente cronograma de Implementación de nuestras áreas de operaciones y RR.HH presentamos de la siguiente manera.

PROGRAMA DE IMPLEMENTACION Y OPERACIÓN DE RR.HH - PERIODO 2022													
ACTIVIDADES	AREAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Oficinas y ambientes deben estar ok	RR.HH - Operaciones												
Reclutamiento de Personal	RR.HH - Operaciones												
Capacitación e Inducción del personal	RR.HH - Operaciones												
Entrega del MOF y bienvenida	RR.HH - Operaciones												
Entrega de materiales y equipos de uso	RR.HH - Operaciones												
Inicio de Actividades por area	RR.HH - Operaciones												
Informes general de produccion de las areas	RR.HH - Operaciones												

Tabla 67: Cronograma de Implementación

Fuente: Elaboración propia

7.8 Presupuesto del área de RRHH

Presentamos los presupuestos de todo el personal que se proyectan integrar para la elaboración de MORINGA JAMPI S.A.C es el siguiente.

GASTO DE MANO DE OBRA DEL AREA DE ADMINISTRACIÓN						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada		0%	0%	0%	0%	0%
Area de operaciones						
Número		3	3	4	6	8
Total presupuesto anual de la mano de obra de operaciones		39.468	39.468	51.084	74.316	102.168
Area comercial						
Número		5	6	7	11	15
Total presupuesto anual de la mano de obra de operaciones		73.191	89.428	101.044	162.620	224.196
Area de administración						
Número		1	1	1	1	1
Total presupuesto anual de la mano de obra de operaciones		24.980	24.980	24.980	24.980	24.980
Número de trabajadores de producción		9	10	12	18	24
PRESUPUESTO TOTAL DE REMUNERACIONES DE LA EMPRESA		137.640	153.877	177.108	261.915	351.344

Tabla 68: Cronograma de Implementación

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VIII: ASPECTOS LEGALES TRIBUTARIOS Y LABORALES

8.1 Aspectos legales

Hoy en día, emprender y/o realizar un negocio, requiere considerar varios aspectos legales.

No solo se trata de vender un producto o servicio a través de un medio físico o una página web. Actualmente, se debe de considerar todos los aspectos legales que involucren la creación de un negocio, para evitar futuras sanciones que perjudiquen directamente el negocio.

Es por ello que, MORINGA JAMPI SAC, pondrá en pie y cumplirá con cada uno de los aspectos legales, de manera que les permita una garantía total a sus clientes dentro de su proceso de compra.

8.1.1 Elección de la forma societaria de la empresa

Luego de haber analizado las diversas personerías jurídicas, como equipo hemos optado por formar una SAC, ya que nos otorgará mayor beneficio a nuestro negocio.

Las características que cumpliremos bajo esta personería jurídica, serán:

Las actividades a desarrollar estarán bajo un control moderado de accionistas y a su vez nuestra sociedad podrá prescindir del directorio; es decir, todas las funciones recaerán de manera directa en nuestro gerente general.

MORINGA JAMPI SAC estará compuesta por cinco socias, quienes a su vez son Personas Naturales.

Socios	Porcentaje %	Cargo
Castillo Alvarez, Maribel	20%	Accionista
Montero Castro, Sara	20%	Accionista
Ramos Valladolid, Katherine	20%	Accionista
Sinti Zapata, Rosa	20%	Accionista
Yaya Camacho, Larissa	20%	Accionista

Tabla 69: Socios

Fuente: Elaboración propia

8.1.2 Formalización e inscripción de la empresa

Es de conocimiento público que hoy en día muchas de las empresas son informales, es decir; por cada empresa formal hay dos que continúan en la informalidad.

La constitución de nuestro negocio traerá consigo diversos beneficios, los cuales serán vistos a corto, mediano y largo plazo.

Los pasos para la formalización hoy en día son muy sencillos.

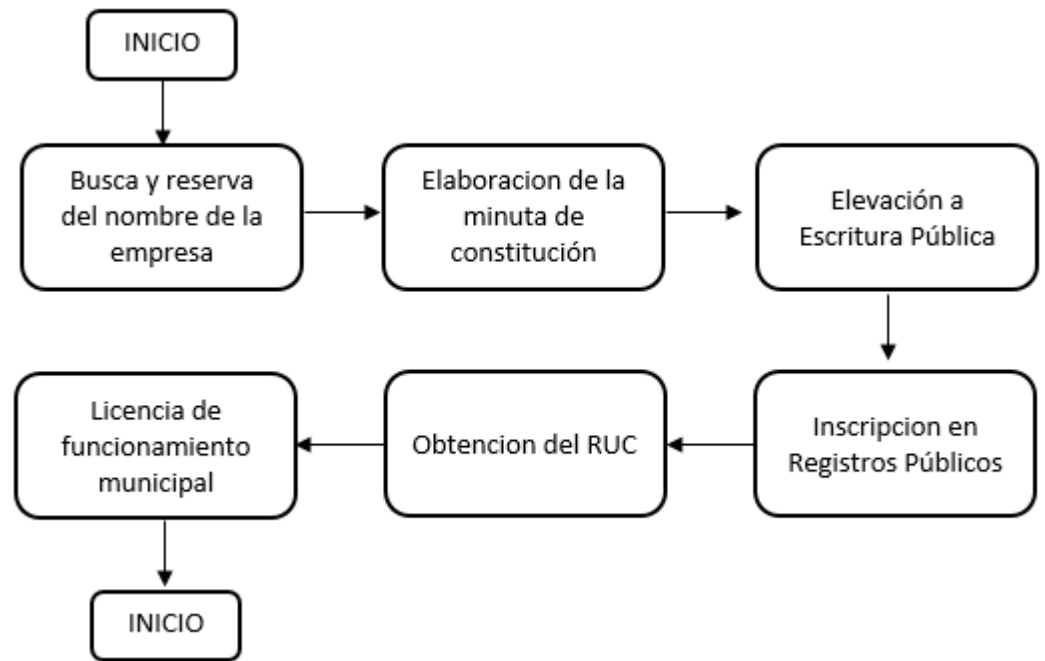


Figura 28. Procesos para Formalización de la empresa

Fuente : Elaboración Propia

Una vez constituido y formalizado nuestro negocio, puede así como muchos ser reconocidos por el estado, y a través de este podremos obtener diversos beneficios como:

- Expansión al mercado internacional.
- Mayor posicionamiento en el mercado.
- Beneficios tributarios.
- Acceso al financiamiento, otorgamiento de créditos por parte de las entidades financieras.

8.1.3 Cronograma de Implementación

Al conformarnos como una persona jurídica, debemos establecer un cronograma de actividades, y por ello hemos optado por desarrollar el Diagrama de Gantt:

TAREA	Institucion	Plazo	Días														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Busqueda de Nombre	SUNARP	1 día	█														
Reserva de Nombre	SUNARP	1 día	█														
Elaboracion de la Minuta	NOTARIA	2 días		█	█												
Elevacion a Escritura Publica	NOTARIA	2 días		█	█												
Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas	SUNARP	3 días			█	█	█										
Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes	SUNAT	1 día						█									
Inscripción de Contratos de Trabajo	SUNAT/MTPE	1 día							█								
Planilla de pago Física o Electrónica	SUNAT/MTPE	1 día							█								
Inscripción de Trabajadores en EsSalud	ESSALUD	1 día							█								
Licencia de Funcionamiento	MUNICIPALIDAD	5 días									█	█	█	█	█		
Inscripcion de Registro Sanitario	DIGESA	1 día															█

Tabla 70: Cronograma de implementación

Fuente: Elaboración propia

8.1.4 Presupuesto de implementación

En el siguiente cuadro, se detalla el presupuesto para la constitución e implementación de nuestro negocio a fin de iniciar nuestras operaciones:

Conceptos	Costo
Busqueda de Nombre	S/. 5.00
Reserva de Nombre	S/. 20.00
Elaboracion de la Minuta	S/. 150.00
Elevacion a Escritura Publica	S/. 150.00
Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas	S/. 26.00
Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes	S/. 0.00
Inscripción de Contratos de Trabajo (11.00 x trabaja)	S/. 55.00
Tramite de Registro de Marca	S/. 534.99
Planilla de pago Física o Electrónica	S/. 0.00
Inscripción de Trabajadores en EsSalud	S/. 0.00
Licencia de Funcionamiento	S/. 228.70
Inscripcion de Registro Sanitario	S/. 365.00
TOTAL	S/. 1,534.69

Tabla 71: Presupuesto para la constitución

Fuente: Elaboración propia

Dentro del presupuesto detallado para la formalización de nuestro negocio, consideramos también el pago por Trámite de Registro de Marca.

Este registro de marca nos permitirá distinguir e identificar nuestro producto dentro del mercado. Este registro dura 10 años y se puede renovar de manera consecutiva, es decir, cada 10 años y de manera indefinida.

Pago por derecho de tramitación S/ 534.99

Plazo del Procedimiento: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

8.1.5 Tamaño empresarial (Ley 30056)

Ley que fue promulgada el 02 de Julio 2013, y la que se encargó de modificar distintas leyes; con el único propósito de impulsar el crecimiento empresarial.

	Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR		Ley N° 30056	
	Ventas Anuales	Trabajadores	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa			Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites

Tabla 72: Criterios de clasificación

Fuente: <https://www.mep.pe>

La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME),

Dentro de este contexto, nuestro negocio iniciaría en la categoría de una **Microempresa**, debido a que; según la proyección de nuestras ventas anuales, estas no superan las **150 UIT**, su equivalente expresado en soles (**S/ 690 000**).

Ante esta Ley; los derechos a considerar son los siguientes:

- Toda empresa que a partir de Julio del 2013 en adelante se haya creado, podrá tener la cantidad de trabajadores que quiera siempre y cuando no sobrepase el volumen de ventas.

-La microempresa que durante 2 años calendarios consecutivos esté sobre el límite establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 1 año calendario adicional el mismo régimen laboral.

-Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de gracia durante el inicio de sus labores (Año1, Año2, Año 3).

8.1.6 Aspectos legales en empresas e-commerce

Hoy en día, debido a la coyuntura, el comercio electrónico, conocido también como E-COMMERCE, se ha vuelto el modelo de negocio más usado por muchos emprendedores, los mismos que ofertan sus productos y/o servicios mediante las diversas plataformas virtuales.

Debemos saber que antes de poner en marcha un negocio Online, es imprescindible trabajar en los aspectos legales propios del comercio electrónico.

Dentro de las principales leyes de exigencia obligatoria tenemos:

Manifestación de Voluntad - Ley 27291

Esta ley nos da la libertad absoluta de generar contratos digitales mediante la utilización de firma electrónica, es decir; sin la necesidad de realizar acuerdos presenciales o físicos.

Ley de Protección de Datos Personales - Ley 29733

Esta ley tiene como objetivo principal promover y velar por la protección de los datos personales de la ciudadanía en todo el país.

Ley de Firmas y Certificados Digitales - Ley 27269 y sus modificatorias

Esta ley es “similar” a la ley 27291, la única diferencia es que aquí se le da la misma validez a la firma electrónica que una firma escrita a mano.

Código de Protección y Defensa del consumidor - Ley 29571

Esta ley implica las exigencias y obligaciones legales que debe obedecer el proveedor sobre los productos a ofrecer.

Es importante tener presente las obligaciones legales expuestas; por ello nosotros para poder distribuir nuestros productos mediante nuestra página web, consideraremos los siguientes avisos legales:

- **Términos y Condiciones:**

Son un conjunto de conceptos legales definidos por el propietario de la página Web, es decir: estos deben ser entendidos como un acuerdo entre el propietario de la página web y los propios usuarios.

Aquí se detallarán las políticas y procedimientos; ya sea en el caso de garantías, cambios, medios de pago, condiciones de envío y devoluciones de los productos que se oferten.

- **Política de privacidad:**

Es un documento elaborado propiamente por el sitio web, este se encuentra a disposición del usuario a fin de darle toda la transparencia en relación con los datos que usa.

- **Políticas de Cookies:**

Con el fin de proteger a nuestros consumidores, como empresa asumimos el compromiso de cumplir con el Código de Buenas Prácticas en Comercio Electrónico.

Sumado a ello, CAPECE lanzó el [*Sello de Confianza Online*](#), una certificación, cuyo propósito es elevar el estándar de la industria del comercio electrónico peruano.



Figura 29. Sello de Confianza Online

Fuente: CAPECE

- **Libro de reclamaciones:**

Es una herramienta física o virtual que tiene como finalidad, que los consumidores puedan dejar registro o constancia de sus quejas o reclamos sobre el producto ofrecido.

8.2 Aspectos tributarios

Crear una empresa exige una serie de requisitos, dentro de estos están los de carácter tributario, los cuales deben cumplirse para mantener en vigencia una empresa.

Los tributos que se declaran están establecidos por ley, y bajo este escenario los regímenes tributarios son los encargados de fijar un monto destinado al pago de impuesto.

8.2.1 Impuesto a la renta

Según el TUO de la Ley del Impuesto a la Renta.

Este impuesto es calculado anualmente, se encarga de gravar las rentas que provengan del capital de trabajo y las ganancias de capital.

8.2.2 Jurisdicción del impuesto a la renta

Lo que la ley del IR nos dice:

CAP II - BASE JURISDICCIONAL DEL IMPUESTO

Art 06° Nos hace mención a lo siguiente:

Las rentas gravadas que se obtengan por los contribuyentes están afectas al impuesto y conforme a las disposiciones de esta, se consideran domiciliados en nuestro país, indistintamente de la nacionalidad de las PN, el lugar de

constitución de las PJ, mucho menos la ubicación de la fuente productora.

8.2.3 Categorías del impuesto a la renta

Actualmente existen cinco categorías de renta y según la renta se aplican diferentes tarifas al contribuyente.

Rentas de capital. -

- **Imp. a la renta 1era categoría:**

Es un impuesto que deben de cumplir todas aquellas personas que generen ingresos por alquiler de un bien o arrendamientos.

- **Imp. a la renta 2da categoría:**

Dentro de este impuesto están todas las personas naturales que perciben ingresos propios de la venta directa de un bien inmueble, así como también los intereses generados por préstamos de dinero.

Rentas empresariales. –

- **Imp. a la renta 3era categoría:**

Este impuesto está comprendido por los ingresos obtenidos tanto por PN y PJ por motivos exclusivamente de diversas actividades empresariales.

Rentas de trabajo. -

- **Imp. a la renta 4ta categoría:**

Es un impuesto que está definido exclusivamente para toda persona y/o profesional que trabaje de manera independiente.

- **Imp. a la renta 5ta categoría:**

A diferencia del impuesto anterior, aquí se hace referencia a los trabajadores dependientes. Es decir, toda aquella persona que perciba ingresos por planilla y tenga un vínculo laboral.

8.2.4 Impuesto a la renta de tercera categoría

Este tributo se graba de manera anual, como resultado de las diversas actividades empresariales legalmente constituidas tanto por personas naturales como jurídicas.

8.2.5 Regímenes tributarios

Los regímenes tributarios que hoy en día existen gracias a la Administración Tributaria son los siguientes:

NRUS	RER	RMT	RG
Nuevo Régimen Único Simplificado	Régimen Especial de Renta	Régimen MYPE Tributario	Régimen General de Renta

Tabla 73: Regímenes tributarios

Fuente: <https://emprender.sunat.gob.pe/>

Estos fueron diseñados bajo diversas características en base a los negocios que surgen día a día; desde los ingresos percibidos anuales hasta las propias actividades económicas en las que se desea incursionar.

Como empresa ya constituida, hemos visto viable optar por el Régimen Especial de Renta - RER, debido a lo siguiente:

- Nuestras ventas no superaran los S/525 000.
- Manejo del Registro de compras y ventas.
- Presentar declaraciones mensuales
- Emisión de cualquier tipo de comprobante

En la siguiente imagen se detallan los puntos antes mencionados, a su vez se puede apreciar la “diferencia” que hay con los otros regímenes vigentes.

Conceptos	Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	Régimen Especial de Renta - RER	Régimen MYPE Tributario - RMT	Régimen General de Renta
Persona Natural o Jurídica	Sólo para Personas Naturales.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.	Personas Naturales y Jurídicas.
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año.	Sin límite.
Límite de compras	Hasta S/ 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite.	Sin límite.
Comprobantes de pago que pueden emitir	Boletas de venta, Guías de remisión y tickets (*).	Facturas, boletas y todos los demás permitidos.		
Declaración Jurada Mensual/ Anual	Con el pago de la cuota mensual se tendrá por presentada la Declaración Mensual.	Sólo Declaración Mensual.	Declaración Mensual y Anual.	
Trabajadores	Sin límite.	Máximo 10 por turno.	Sin límite.	Sin límite.
Libros o registros contables que debe llevar	Ninguno	Sólo Registro de Compras y Ventas.	Según tus ingresos.	Según tus ingresos.
Valor máximo de activos fijos	S/ 70,000 (no se computan predios ni vehículos)	S/ 126,000 (no se computan predios ni vehículos)	Sin límite.	Sin límite.

Tabla 74: Regímenes tributarios

Fuente: Perucontable 2020

8.3 Aspectos laborales

Para poner en marcha nuestro proyecto, hemos considerado a los trabajadores pieza fundamental para el crecimiento de la empresa. Por ello, consideramos dos modalidades de contratación:

-Trabajador dependiente

-Trabajador independiente

Ambas modalidades se encuentran amparadas, supervisadas y fiscalizadas por el estado, a través del MTPE.

8.3.1 Trabajador dependiente

Es aquel personal que tiene un vínculo directo con la empresa, el cual percibe un sueldo fijo mensual, y una serie de beneficios y derechos, los mismos que se detallan en el contrato.

Nuestro proyecto considera trabajar bajo el vínculo de trabajador dependiente, ofreciendo todos los beneficios correspondientes a ley.

8.4.2 Inicio de la relación laboral: el contrato de trabajo

Hemos considerado trabajar inicialmente bajo contrato determinado “plazo fijo”, y la modalidad será por inicio o incremento de nueva actividad.

Este tipo de contratos no pueden extenderse más de tres años.

CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato por inicio o incremento de actividad" que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente **EL TRABAJADOR**; en los términos y condiciones siguientes:

Figura 30. Modelo de contrato

Fuente: Trabajo.gob.pe

8.4.3 Derechos y beneficios de los trabajadores dependientes

Nuestra legislación laboral establece beneficios y derechos a favor del colaborador de manera que le asegure un empleo digno y una serie de derechos mínimos aplicables.

DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
DERECHO AL REFRIGERIO	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST NATAL	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso post-natal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
LICENCIA POR PATERNIDAD	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
VACACIONES TRUNCAS	Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		

Tabla 75: Derechos Laborales de los trabajadores

Fuente:trabajo.gob.pe

8.4.4 Régimen Laboral Especial del Trabajador de las MYPES

Según ley 28015, el Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES, es aplicable a todo trabajador sujeto al régimen laboral de la actividad privada; es decir que preste servicios en las Micro y/o Pequeña Empresa.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Tabla 76: Régimen Laboral de la micro y pequeña empresa - SUNAT

Fuente: Sunat.gob.pe

8.4.5 Trabajador Independiente

Es toda aquella persona ajena a cualquier vínculo laboral con algún tipo de empresa, esta desarrolla sus labores de manera personal e individual.

8.4.6 Obligaciones Tributarias del empleador

Retención IR de 4ta Categoría:

De sobrepasar el monto límite de S/ 1500 en el RXH, la empresa aplicará sobre esta automáticamente la retención del 8% del monto.

Es decir: Un RXH generado por S/ 2000, tendrá como retención S/ 160; esto debido a lo siguiente:

$$S/2000 * 8\% = S/ 160 \text{ (Monto retenido).}$$

8.5 Planilla Electrónica

Es un aplicativo de uso obligatorio que debe manejar el empleador para tener una organización de las obligaciones laborales, así como facilitar el cumplimiento de las responsabilidades propias del empleador. Dentro de este registro se llevará la información mensual que requiere la SUNAT.

Está compuesta por dos componentes:

- El Registro de Información Laboral (T-Registro)
- La Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

8.5.1 Registro de Información Laboral (T-Registro)

Contiene la información laboral de los trabajadores, los pensionistas, los prestadores de servicios, el personal en formación, el personal de terceros, la información sobre teletrabajadores y los derechohabientes.

8.5.2 Planilla Mensual de Pagos (Plame)

Comprende información sobre: trabajadores inscritos en el T-Registro, personas que perciben renta de 4ta categoría, días laborales, horas ordinarias y extras, ingresos percibidos, días no laborados y descuentos e información de la base de cálculo y determinación de conceptos tributarios y no tributarios.

CAPÍTULO IX: PLAN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

9.1 Requerimientos para el área de TI

Hoy en día muchas de las empresas consideran esencial la implementación de un buen plan de TI, esta permitirá que los procesos de las diversas áreas internas se automaticen y en muchos de los casos la comunicación dentro de, sea mucho más fluida.

Los requerimientos que se detallan a continuación, tienen como única finalidad dar el soporte a las diversas áreas internas de la empresa.

9.1.1 Requerimiento de equipos

Para poner en funcionamiento el sistema de la empresa se requiere de la implementación de los siguientes equipos:

Producto	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Laptop Lenovo	1	S/. 2,289	S/. 2,289
Laptop Gamer Lenovo	2	S/. 3,999	S/. 7,998
Impresora Multifuncional Epson	1	S/. 1,219	S/. 1,219
Celular Samsung Galaxy	3	S/. 919	S/. 2,757
Pos Poket Full Vendemas	2	S/. 349	S/. 698

Tabla 77: Presupuesto de equipos

Fuente: Elaboración propia

9.1.2 Requerimiento de software

La implementación de un sistema integrado como el ERP, ayuda de manera significativa a la empresa optimizando los recursos; debido a que esta se encarga de facilitar las diversas tareas a todas las áreas internas de la empresa evitando retrasos que se puedan suscitar en el camino.

Consideraremos al ERP ODOO, este software nos ayudará a potenciar nuestro canal de ventas en línea, permitiéndonos tener

una mayor competitividad como empresa, además de tener un costo menor a comparación de otros.

9.1.3 Requerimiento de materiales

Para la instalación propia de los equipos electrónicos, se requiere de una serie de materiales y/o elementos cuyo uso es estrictamente obligatorio.

Estos materiales son esenciales para garantizar el buen funcionamiento de nuestro sistema; dentro de estos tenemos los siguientes:

- Transformador
- Enchufes / Interruptores
- Cables de red
- Adaptadores
- Conectores

9.1.4 Requerimiento de otros insumos

En este punto hemos visto la opción de considerar el uso de otros medios como:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, Telegram, etc.)
- WhatsApp empresarial.
- Diversos sistemas de pago (Yape, Visa, MC, Paypal, Tunki, Lukita, Pago efectivo, Pago link, etc).
- Página web corporativa.
- Actualizaciones.

9.1.5 Requerimiento de espacios físicos

Para dar inicio a nuestras actividades, se ha considerado el alquiler de un espacio físico (Domicilio Fiscal) que estará dividido en dos ambientes (Oficina Administrativa y el área de Producción).

9.1.6 Requerimiento de personal

El personal que se encargará de dar soporte técnico a los puntos de atención tanto en los STAND como en la propia oficina administrativa será el coordinador de ventas, el cual asumirá la responsabilidad de llevar ambos cargos.

Cabe precisar que esto se dará inicialmente, ya que el ERP nos será de gran ayuda y no se requerirá de un personal altamente capacitado y perenne dentro de la empresa.

9.2 Descripción de los procesos operativos de TI

La gestión efectiva realizada por TI, le permitirá a la organización optimizar los recursos tecnológicos, de manera que nos permite como empresa, tener rápido acceso a información para la toma de decisiones.

Para nuestro negocio hemos optado por seguir los siguientes procesos, los mismos que atenderán de manera directa las necesidades del cliente de afuera.

- Sistema de soporte – “servicio al cliente”

La implementación de un canal que brinde un mayor soporte a los clientes finales, de manera que les permita absolver dudas, realizar desde consultas hasta la canalización de alguna queja.

Lo principal aquí es, poder cubrir las falencias que puedan presentarse durante el proceso de compra.

- Base de datos de contenidos

Para la comercialización de nuestros productos, la cual se realizará inicialmente mediante nuestro canal virtual, es muy importante considerar que el contenido expuesto sea el apropiado; es decir, que la parte informativa del producto deba ser visible, sustituyendo así la mano de obra directa.

9.3 Cronograma de implementación

Para poner en marcha nuestro sistema operativo, debemos establecer un cronograma de actividades, de manera que nos permita saber el tiempo estimado y proyectado para el inicio de actividades.

Actividades	Semanas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Implementacion espacio fisico			X	X				
Compra e instalacion de equipos					X			
Instalacion de conectividad - Internet						X		
Instalacion de software						X		

Tabla 78: Cronograma de Implementación

Fuente: Elaboración propia

9.3.1 Front office

Inicialmente empezaremos realizando la distribución de manera virtual, posteriormente, esta funcionará paralelamente como soporte a nuestros puntos de atención (stands); razón por la cual se debe de cumplir con las normas puestas correspondientes al comercio electrónico.

La página web contará con lo siguiente:

Dominio: El dominio que se usará será “jampimoringa.pe”.

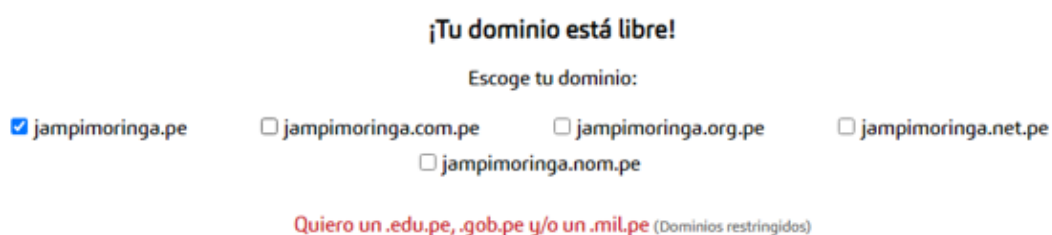


Figura 31. Disponibilidad de Dominio

Fuente : Google punto.pe

Periodo	.com.pe	.pe	nom.pe net.pe org.pe	edu.pe gob.pe mil.pe
1 año	S/. 110	S/. 110	S/. 20	S/. 110
2 años	S/. 200	S/. 200	S/. 36	S/. 200
3 años	S/. 295	S/. 295	S/. 54	S/. 295
4 años	S/. 385	S/. 385	S/. 70	S/. 385
5 años	S/. 465	S/. 465	S/. 85	S/. 465

Figura 32. Precio de Dominio

Fuente : Google punto.pe

Adicionalmente a ello se contratará un servicio de Hosting web para la página; este será asumido por la empresa Hosting Perú.

HOSTING EMPRESARIAL:	BÁSICO
Inversión Semestral S/.	S/ 289 soles
Inversión Anual S/.	S/ 469 soles
Características principales:	
Espacio en Disco	6 GB
Transferencia Mensual	60 Gigas
Panel de Control Cpanel Profesional (En Español)	✓
	✓
Servidor de Alta Velocidad (4 x Intel Xeon 2.8 Ghz)	✓
	✓
Backup Completo 24/7 en Servidores Externos	✓
Antivirus de correo actualizado cada 24 horas	✓
Alerta - Monitoreo web	✓
Estadísticas de visita web	✓
Herramienta Anti-SPAM	20
Acceso FTP	
Subdominios	500 envíos mensuales
Servicios Valor Agregado:	

Figura 33. Hosting Empresarial

Fuente : Google hostingperu.com.pe

Básicamente lo que se mostrará dentro de nuestra página web será, el producto a ofrecer, las diferentes modalidades de pago, proceso de selección y compra, política de privacidad, libro de reclamaciones, términos y condiciones, entre otros.

9.3.2 Back office - Back End

Considerada también como la parte no visible y/o privada de la aplicación.

Aquí podremos administrar todas las aplicaciones propias del ERP.

Es indispensable contar con un sistema integrado, que nos permita administrar de manera eficiente los procesos y recursos de las diferentes áreas internas.

Luego de evaluar diversas posibilidades, hemos optado por elegir ODOO-ERP, evaluando los siguientes beneficios:

- Uso fácil y adaptable.
- Código abierto.
- Multiplataforma.
- Económico.



Figura 34. Back office - Back End

Fuente: Google images Odoo

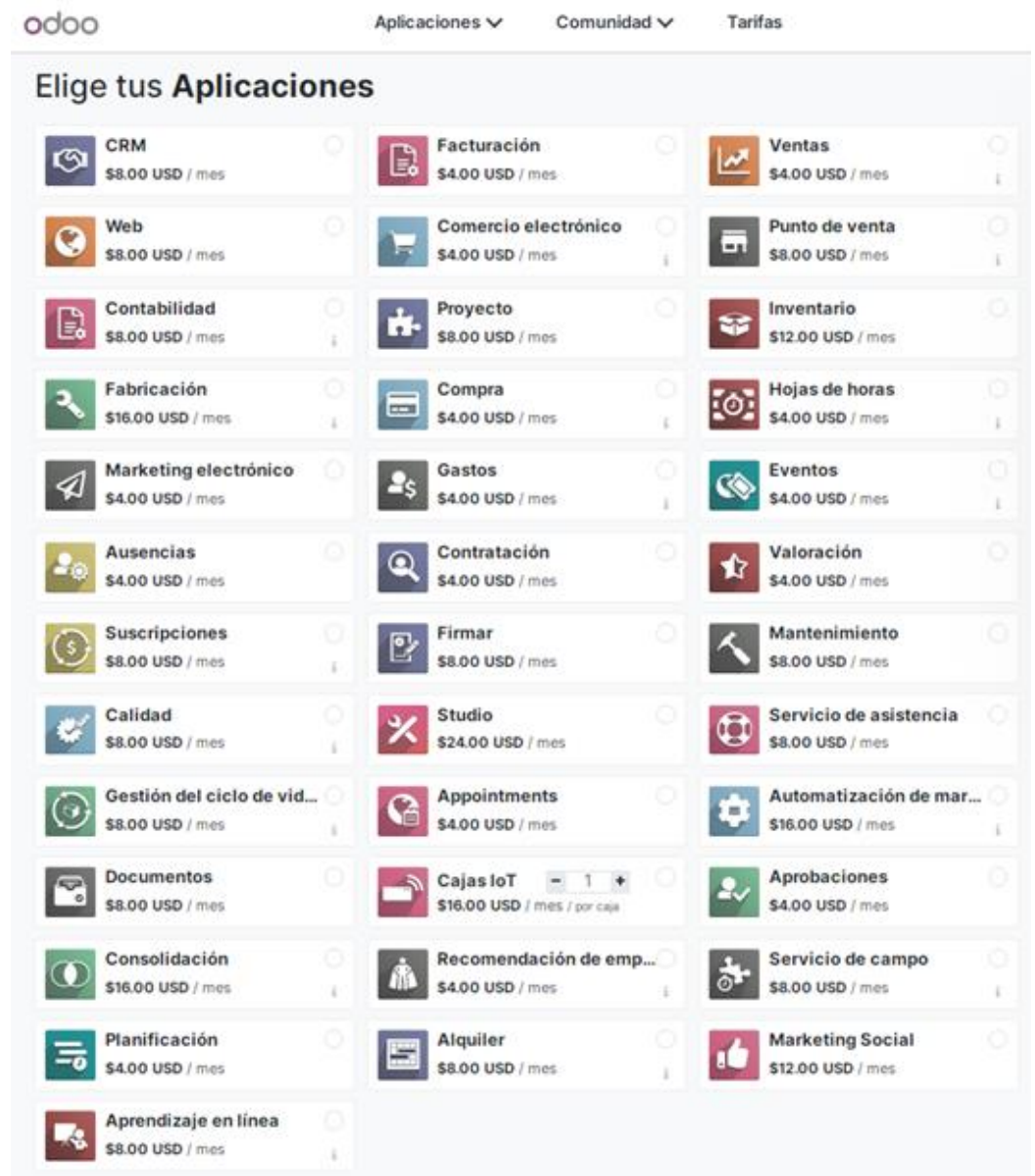


Figura 35. Disponibilidad de Aplicaciones

Fuente: Google imágenes Odoo

Dentro de este menú se detallan diversas opciones (aplicaciones), las cuales podríamos implementar dentro de nuestro negocio a medida que vayamos avanzando y viendo las necesidades que se puedan presentar en el camino.

Inicialmente consideraremos las siguientes opciones (marcadas en la figura); la cual será asignada a tres de nuestros usuarios.

Adicional a ello se elegirá **Standard Cloud Hosting - Free** (servidor), y finalmente el servicio para la implementación.



Figura 36. Precios de Odoo

Fuente: Google imágenes Odoo

9.4 Presupuesto de implementación y operación del área de TI

Para la implementación del área encargada de brindar soporte a la empresa, se requerirá de los siguientes gastos:

Descripción	Precio
Requerimiento de software	
ERP - ODOO	S/. 2,494.80
Front office	
Dominio	S/. 200.00
Hosting	S/. 469.00
Servicio de implementación	S/. 1,925.00
Inversión total	S/. 5,088.80

Tabla 79: Presupuesto de Implementación

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO X: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Para desarrollar el plan financiero de Moringa Jampi SAC ha sido necesario conseguir información para evaluar y tomar decisiones las cuales nos permitan plantear metas. A continuación, presentaremos los presupuestos realizados a nuestro proyecto.

10.1 Presupuesto de ventas

Para desarrollar el presupuesto de ventas se inicia determinando el cálculo del mercado efectivo el cual llamaremos TAM, este dato se calcula en el estudio de mercado, luego determinamos la demanda obtenida para nuestras ventas anuales

la cual refiere a 10302 en nuestro primer año con un crecimiento del 22 % durante los próximos 5 años:

Evolución del volumen de ventas de la empresa						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Población TAM	2,987,045	3,154,320	3,330,962	3,517,496	3,714,475	3,922,486
		SOM				SAM
		0.33%				0.57%
		10302				22358
Volúmenes de venta		10302	12598	15405	18838	23036

Tasa de crecimiento anual del mercado	5.6%
Tasa de crecimiento anual de las ventas de la empresa	22%

Objetivo de la empresa a corto plazo (Año 1) SOM	0.33%
Objetivo de la empresa en largo plazo (Año 5) SAM	0.57%

Tabla 80: Proyección del volumen de ventas

Fuente: Elaboración propia

A Continuación se realizo el cálculo de la demanda con los siguientes datos

Calculo de días laborables	
365	Total de días del calendario
52	Días de descanso
10	Ferriados anuales
303	Total de días laborables

Tabla 81: Cálculo de días laborables

Fuente: Elaboración propia

Estimación de ventas Moringa Jampi	
10302	Total ventas primer año
859	Cantidad de ventas mensual
34	Cantidad de venta diaria

Tabla 82: Estimación de ventas

Fuente: Elaboración propia

En base a la estimación mínima de la demanda se requiere vender 10302 bolsas del Polvo de Moringa, el cual representa una venta diaria de 34 unidades. Esto calculado por 303 días trabajados siendo descontados los feriados anuales y días domingos. Según la proyección realizada se contará con una participación del mercado en el primer año del 0.33% (SOM) y se busca tener en el 5to año el 0.57% (SAM). Para llegar a tener esa participación en el mercado se proyecta un crecimiento del 22% hasta el año 5.

10.2 Presupuesto de ingresos

Moringa Jampi SAC ha considerado un solo producto para el inicio de sus ventas, la bolsa de 200 gramos la cual será vendida con un precio sin IGV de S/29.66. La proyección de venta será proporcional según la demanda del mercado la cual para nuestro primer año se calcula realizar una venta de 10 302 unidades permitiendo

tener un flujo de ingresos por S/305,557 en el primer año.

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Precios constantes (p) (**)		S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66
Volumen de ventas (q)		10,302	12,598	15,405	18,838	23,036
Flujo de ingresos constantes (p * q)		S/ 305,557	S/ 373,647	S/ 456,910	S/ 558,727	S/ 683,233

Tabla 83: Presupuesto de ingresos

Fuente: Elaboración propia

10.3 Presupuesto de egresos

En el siguiente análisis presentaremos nuestros costos Fijo y costos variables con lo cual daremos inicio a la empresa Moringa Jampi SAC, los costos fijos son los montos que no sufrirán modificación si se diera algún cambio en el proyecto, el costo fijo para el primer año es de S/350,272. Asimismo, se ha considerado en remuneraciones un incremento del 1.3 % en el año 4 y 5 para el pago de personal adicional debido al crecimiento de nuestras ventas.

Los costos variables están sujetos a la variación de la demanda (q), los cuales equivalen a S/.38 323 en el primer año. Por lo tanto, la suma de los costos fijos y variables en el primer año asciende a S/ 388,595.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Presupuesto de egresos para estimar el IMPUESTO A LA RENTA

(*) No incluye depreciación, amortización e impuesto a la renta

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Volumen de ventas (q) unidades/ año		10,302	12,598	15,405	18,838	23,036
Bolsa Kraft con diseño (1)	S/ / año	S/ 20,604	S/ 25,195	S/ 30,810	S/ 37,675	S/ 46,071
Hojas de Moringa (2)		S/ 15,453	S/ 18,897	S/ 23,107	S/ 28,257	S/ 34,553
Agua (3)		S/ 824	S/ 1,008	S/ 1,232	S/ 1,507	S/ 1,843
Jabon (4)		S/ 515	S/ 630	S/ 770	S/ 942	S/ 1,152
Electricidad (5)		S/ 927	S/ 1,134	S/ 1,386	S/ 1,695	S/ 2,073
COSTOS VARIABLES		S/ 38,323	S/ 46,863	S/ 57,306	S/ 70,076	S/ 85,692
Pago de Remuneraciones (6)		S/ 118,905	S/ 118,905	S/ 118,905	S/ 154,577	S/ 154,577
Servicios de nutricionista (7)		S/ 16,500	S/ 16,500	S/ 16,500	S/ 16,500	S/ 16,500
Servicio de vigilancia (8)		S/ 13,200	S/ 13,200	S/ 13,200	S/ 13,200	S/ 13,200
Alquiler del local (9)		S/ 179,760	S/ 179,760	S/ 179,760	S/ 179,760	S/ 179,760
Servicio de motorizado (10)		S/ 15,400	S/ 15,400	S/ 15,400	S/ 15,400	S/ 15,400
ERP (11)		S/ 3,164	S/ 3,164	S/ 3,164	S/ 3,164	S/ 3,164
Gastos administración y ventas (12)		S/ 3,343	S/ 3,343	S/ 3,343	S/ 3,343	S/ 3,343
Depreciación y amortización (13)						
Impuesto a la renta (14)						
COSTOS FIJOS (*)		S/ 350,272	S/ 350,272	S/ 350,272	S/ 385,943	S/ 385,943
TOTAL DE EGRESOS		S/ 388,595	S/ 397,135	S/ 407,578	S/ 456,020	S/ 471,635

Tabla 84: Presupuesto de egresos

Fuente: Elaboración propia

10.4 Inversiones

Para dar inicio con la producción de Moringa Jampi SAC es necesario contar con

los siguientes activos los cuales detallamos a continuación:

INVERSIÓN FIJA			
DETALLE	unid	INVERSIONES	
		Sin IGV	Incluye IGV
Activos fijos tangibles			
Maquinarias y Equipos		S/ 11,123	S/ 13,125
Maquina multifuncional trituradora	1		S/ 7,520
Horno de secado, secador de hojas de moringa	1		S/ 3,008
Maquina selladora de bolsa	1		S/ 239
Balanza Electrónica	2		S/ 200
Juego de bandejas de acero	8		S/ 928
Paletas de acero	4		S/ 80
Extintores	2		S/ 240
Dispensador de agua (purificador)	1		S/ 531
Cartuchos para la impresora	4		S/ 189
Luz De Emergencia 8 Horas Opalux	2		S/ 190.00
Muebles y enseres		S/ 3,677	S/ 4,338
Mueble Escritorio Con Cajon Puerta Blanco Melamina Oficina	2		S/ 932
Silla Para Computadora Escritorio Oficina Giratoria Estudio	2		S/ 517
Armario, Librero, Archivador. Oficina. Melamina	2		S/ 283
Mesa para produccion	1		S/ 614
Anaqueles	2		S/ 1,993
Equipos de computación		S/ 2,692.98	S/ 14,961
Laptop Lenovo 14 Core I3-8145u Ram 4gb,dd 1 Tb Nuevo	1		S/ 2,289.00
Laptop Gamer Lenovo Ideapad Gaming 3 Intel I5 Gtx 1650 Ti	2		S/ 7,998.00
Pos Poket Full Vendemás	2		S/ 698.00
Samsung Galaxy A22 128GB	3		S/ 2,757.00
Impresora Multifuncional Epson Ecotank L4260 Duplex A4 Wifi	1		S/ 1,219.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES		S/ 17,492.25	S/ 32,424.14

Activos fijos intangibles			
Busqueda de Nombre			S/ 5.00
Reserva de nombre			S/ 20.00
Elaboración de la minuta			S/ 150.00
Elevación a escritura pública			S/ 150.00
Inscripcion en el registro de personas Juridicas			S/ 26.00
Inscripcion en el registro único de contribuyentes			S/ 0.00
Inscripcion de contratos de trabajo(1.00 x trabaja)			S/ 55.00
Tramite de Registro de marca			S/ 534.99
Planilla de pago fisica o electronica			S/ 0.00
Inscripcion de trabajadores en Essalud			S/ 0.00
Licencia de Funcionamiento			S/ 228.70
Inscripcion de Registro Sanitario			S/ 365.00
Costos preoperativos			S/ 3,638.02
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES		S/ -	S/ 5,172.71
TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto)		S/ 17,492.25	S/ 37,596.85

Tabla 85: Inversión fija

Fuente: Elaboración propia

10.4.1 Inversión en activos fijos

A continuación, el detalle del monto total de activos fijos que necesitaremos para dar inicio a nuestro negocio considerando un monto sin IGV de /39,132 el cual se verá reflejado en nuestro flujo de caja económico en el año 0.

INVERSION FIJA			
DETALLE	INVERSIONES		
	Sin IGV	IGV	incluido IGV
Activos fijos tangibles			
Maquinas y equipos	S/ 13,125	S/ 2,363	S/ 15,488
Edificaciones	S/ -	S/ -	S/ -
Vehiculos	S/ -	S/ -	S/ -
Muebles y enseres	S/ 4,338	S/ 781	S/ 5,119
Equipo de cómputo	S/ 14,961	S/ 2,693	S/ 17,654
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/ 32,424	S/ 5,836	S/ 38,261
Activos fijos intangibles			
Gastos de constitución de la empresa	S/ 406	S/ -	S/ 479
Licencia de funcionamiento en la municipalidad	S/ 229	S/ -	S/ 270
Registro de marca en indecopi	S/ 535	S/ -	S/ 631
Registro sanitario	S/ 365	S/ -	S/ 431
Gastos preoperativos	S/ 5,173	S/ 931	S/ 6,104
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/ 6,707	S/ 931	S/ 7,915
TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto)	\$ 39,132	\$ 7,044	\$ 46,175

Tabla 86: Inversión fija Activos tangible e intangibles

Fuente: Elaboración propia

A continuación detallamos el valor de recupero de los activos tangibles:

VALOR DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN FIJA				
DETALLE	INVERSIONES			
	Sin IGV	Incluye IGV	IGV	
Activos fijos tangibles				
Maquinas y equipos	S/ 7,000	S/ 1,260	S/ 8,260	
Edificaciones	S/ -	S/ -	S/ -	
Vehiculos	S/ -	S/ -	S/ -	
Muebles y enseres	S/ 2,500	S/ 450	S/ 2,950	
Equipo de cómputo	S/ 12,000	S/ 2,160	S/ 14,160	
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/ 21,500	S/ 3,870	S/ 25,370	
Activos fijos intangibles				
Gastos de constitución de la empresa	S/ -	S/ -	S/ -	
Licencia de funcionamiento en la municipalidad	S/ -	S/ -	S/ -	
Registro de marca en indecopi	S/ -	S/ -	S/ -	
Registro sanitario	S/ -	S/ -	S/ -	
Gastos preoperativos	S/ -	S/ -	S/ -	
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/ -	S/ -	S/ -	
TOTAL ACTIVO FIJO (Activo fijo bruto	\$ 21,500	\$ 3,870	\$ 25,370	

Tabla 87: Inversión fija de recupero

Fuente: Elaboración propia

10.4.2 Inversión en capital de trabajo

Es el dinero que necesitamos para que el negocio funcione, el periodo de desfase será de 40 días por lo que necesitaremos contar con un capital de trabajo neto que asciende a S/42,586 para financiar a la empresa en su primer año.

El valor de recupero se dará en el 5to año de iniciado el proyecto.

CAPITAL DE TRABAJO										
DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)									
	0	1	2	3	4	5				
Costo total anual sin considerar dep y amort	S/	388,595	S/	397,135	S/	420,705	S/	484,892	S/	532,631
Costo diario sin considerar dep y amort	S/	1,065	S/	1,088	S/	1,153	S/	1,328	S/	1,459
Número de días de desfase		40		40		40		40		40
Necesidad de Capital de Trabajo	S/	42,586	S/	43,522	S/	46,105	S/	53,139	S/	58,370
Capital de trabajo incremental	S/	42,586	S/	936	S/	2,583	S/	7,034	\$	5,232
Valor de recupero de capital de trabajo										58,370

Tabla 88: Capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

10.5 Financiamiento

El financiamiento es importante para el desarrollo de la empresa, en Moringa Jampi SAC la inversión inicial estará compuesta por la contribución de los accionistas la cual está conformada por el 60 %, la diferencia del capital estará financiada por los bancos la cual estará conformado por un 40%.

FINANCIAMIENTO						
CONCEPTO	AÑO 0					
	Sin IGV	Incluido IGV	IGV			
Inversión en activos fijos	S/	39,132	S/	46,175	S/	7,044
Inversión en capital de trabajo	S/	42,586	S/	42,586	S/	-
Inversión total	S/	81,718	S/	88,761	S/	7,044

Tabla 89. Inversión total

Fuente: Elaboración propia

10.5.1 Estructura de capital

A continuación, damos detalle de los montos aportados por los accionistas el cual consta de S/56,074 considerando el IGV de los activos y el financiamiento con el banco el cual será de S/32,687.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
Aporte del banco	32,687	Aporte del banco	40%
Aporte de los accionista	56,074	Aporte de los accionista	60%

Tabla 90. Estructura de Capital

Fuente: Elaboración propia

10.5.2 Flujo del servicio de la deuda

Según lo detallado anteriormente Moringa Jampi SAC contará con el financiamiento bancario del 40 %, lo cual estaremos proyectando en el siguiente cuadro el pago de la deuda:

SERVICIO DEL PAGO DE LA DEUDA							
Monto del préstamo	S/	32,687					
Tasa de interés		20%	anual sobre saldos				
Plazo		5	amortización de la deuda				
Pagos		Cuotas constantes					
Cuota constante	S/	10,930					
SERVICIO DE LA DEUDA (Precios corrientes) INCLUYE INFLACION							
		0	1	2	3	4	5
Saldo inicial		S/ 32,687	S/ 28,295	S/ 23,024	S/ 16,698	S/ 9,108	
Interés		S/ 6,537	S/ 5,659	S/ 4,605	S/ 3,340	S/ 1,822	
Amortización		S/ 4,392	S/ 5,271	S/ 6,325	S/ 7,590	S/ 9,108	
Saldo final	S/	32,687	S/ 28,295	S/ 23,024	S/ 16,698	S/ 9,108	S/ -
SERVICIO DE LA DEUDA (Precios constantes) NO INCLUYE INFLACION							
		0	1	2	3	4	5
Saldo inicial							
Interés		S/ 6,396.67	S/ 5,417.90	S/ 4,313.70	S/ 3,061.27	S/ 1,633.84	
Amortización		S/ 4,297.92	S/ 5,046.48	S/ 5,925.41	S/ 6,957.43	S/ 8,169.20	
Saldo final							

Tabla 91: Servicio del pago de deuda

Fuente: Elaboración propia

El pago de la deuda se realizará con precios constantes (sin inflación), para esto consideramos usar el segundo cuadro el cual se verá reflejado en el flujo de caja financiero.

10.6 Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio trabajado para la empresa Moringa Jampi SAC podemos observar que debemos obtener 13,978 de unidades anuales que serán vendidas con un monto representado en S/414,584 , esta es la cantidad solicitada para que el negocio no tenga pérdida ni ganancia. A continuación, las tablas con el análisis realizado:

PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO							
DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5	Unidades
Volumen de ventas (q)		10302	12598	15405	18838	23036	Und
Precio		S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66	S/ 29.66	S/Und
COSTOS VARIABLES (CV)		S/ 38,323	S/ 46,863	S/ 57,306	S/ 70,076	S/ 85,692	S/
costo variable unitario (cv)		S/ 3.72	S/ 3.72	S/ 3.72	S/ 3.72	S/ 3.72	S/Und
COSTOS FIJOS (CF) (**)		S/ 362,586	S/ 362,586	S/ 368,233	S/ 419,650	S/ 451,773	S/
costo fijo unitario (cf)		S/ 35.20	S/ 28.78	S/ 23.90	S/ 22.28	S/ 19.61	S/Und
P.E. (en q) (Und vendidas)		13,978	13,978	14,196	16,178	17,416	Und
P.E. (en \$)		S/ 414,584	S/ 414,584	S/ 421,040	S/ 479,831	S/ 516,561	S/

Tabla 92: Punto de equilibrio ponderado

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro podemos observar la cantidad de unidades a vender en su primer año para que el negocio cuente con una ganancia

Punto de equilibrio (AÑO 1)			
Cantidad	ingresos	Egresos	Margen
q	pq	CF + cv*q	
8,254	244,808	393,291	-148,483
9,171	272,009	396,702	-124,693
10,190	302,232	400,493	-98,261
11,322	335,813	404,705	-68,891
12,580	373,126	409,384	-36,259
13,978	414,584	414,584	-
15,376	456,043	419,784	36,259
16,913	501,647	425,504	76,143
18,605	551,812	431,795	120,016
20,465	606,993	438,716	168,276
22,512	667,692	446,329	221,363

Tabla 93: Punto de equilibrio a 1 año

Fuente: Elaboración propia

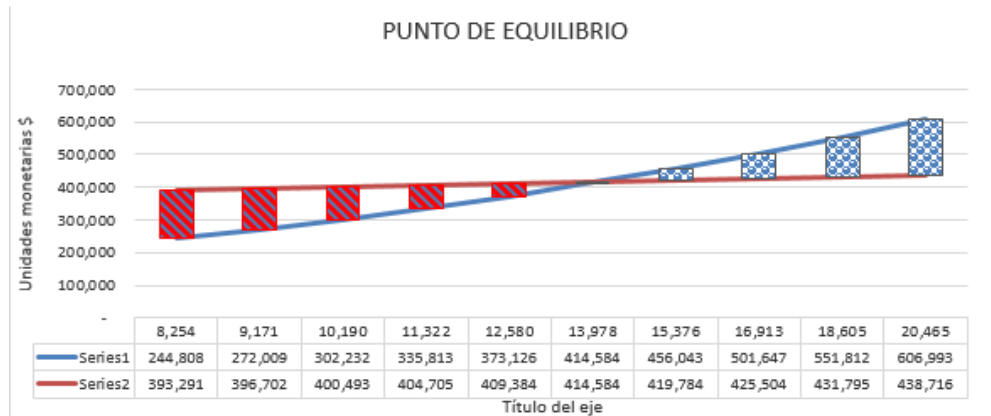


Gráfico: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

Con los datos obtenidos podemos precisar que el punto de equilibrio ponderado sería:

P.E. (en q) (Und vendidas)	13,978
P.E. (en \$/)	S/ 414,584

Tabla 94: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

10.7 Flujo económico y financiero proyectado

10.7.1 Flujo económico

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos durante un periodo determinado, este indicador nos proporciona información sobre la situación financiera de la empresa la cual nos permite evaluar si es rentable o no el proyecto. Moringa Jampi SAC en la proyección se muestra con un VAN de S/11,127, lo que nos dice que la inversión se podrá recuperar y a su vez contar con una rentabilidad que era lo solicitado por los accionista, y el TIR nos dice que alcanzaremos un 15% por lo que dicho porcentaje nos indica que se puede contar con una mayor rentabilidad del negocio y para el quinto año ya se contará con la recuperación de la inversión.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos de efectivo		S/ 305,557	S/ 373,647	S/ 456,910	S/ 558,727	S/ 683,233
- Costos fijos (*)		S/ 350,272	S/ 350,272	S/ 350,272	S/ 385,943	S/ 385,943
- Costos variables		S/ 38,323	S/ 46,863	S/ 57,306	S/ 70,076	S/ 85,692
- Depreciación y amortización		S/ 12,315	S/ 12,315	S/ 4,834	S/ 4,834	S/ 4,834
- Intereses						
= Utilidad antes de impuestos		-S/ 95,353	-S/ 35,803	S/ 44,438	S/ 97,874	S/ 206,764
- Impuesto a la renta (29.5% de utilidad antes impuestos)		S/ -	S/ -	S/ 13,127	S/ 28,873	S/ 60,995
= Utilidad después de impuestos		-S/ 95,353	-S/ 35,803	S/ 31,371	S/ 69,001	S/ 145,768
+ Depreciación y amortización		S/ 12,315	S/ 12,315	S/ 4,834	S/ 4,834	S/ 4,834
- Amortización de la deuda						
+ Préstamo						
= FLUJO OPERATIVO		-S/ 83,038	-S/ 23,488	S/ 36,205	S/ 73,835	S/ 150,603
- Inversión fija	S/ 39,132					
- Inversión en capital de trabajo	S/ 42,586	S/ 936	S/ 2,583	S/ 7,034	S/ 5,232	S/ -
+ Valor de recupero de la inversión fija (venta de activos fijos)						S/ 21,500
+ Valor de recupero del capital de trabajo						S/ 58,370
= FLUJO NO OPERATIVO	-S/ 81,718	-S/ 936	-S/ 2,583	-S/ 7,034	-S/ 5,232	S/ 79,870
= FLUJO DE FONDOS ECONOMICO	-S/ 81,718	-S/ 83,974	-S/ 26,071	S/ 29,171	S/ 68,603	S/ 230,473
+ DESEMBOLSO	-S/ 7,044					
+ RECUPERO		S/ 6,456	S/ 588			
+ PAGO A SUNAT (IGY)		S/ -	S/ 16,587	S/ 30,283	S/ 46,311	S/ 69,781
= FLUJO DE IGY	-S/ 7,044	S/ 6,456	S/ 17,175	S/ 30,283	S/ 46,311	S/ 69,781
= FLUJO DE CAJA ECONOMICO (Con IGY)	-S/ 88,761	-S/ 77,518	-S/ 25,483	S/ 29,171	S/ 68,603	S/ 230,473

Flujo de caja actualizado al valor presente (año 0)	-\$/ 88,761	-\$/ 77,518	-\$/ 25,483	\$/ 29,171	\$/ 68,603	\$/ 230,473
Flujo acumulado en el año 0	-\$/ 88,761	-\$/ 166,279	-\$/ 191,762	-\$/ 162,591	-\$/ 93,988	\$/ 136,485
Año de recuperación						5

YAN (13%)=	\$/ 11,127
TIR=	15%
Payback=	5

YAN Valor Actual Neto
 TIR Tasa Interna de Retorno
 D Deuda
 E Inversión de accionista

$$WACC = \frac{E}{E+D} * R_E + \frac{D}{E+D} * R_D * (1-T)$$

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
	40%
	60%

COSTO DEL FINANCIAMIENTO	
	14%
	12%

WACC= CPPC = 12.84%

Tabla 95: Flujo de caja económico

Fuente: Elaboración propia

10.7.2 Flujo Financiero

La proyección del flujo de caja financiero permitirá evidenciar los saldos de los ingresos y egresos de la empresa.

Moringa Jampi SAC en la proyección se muestra con un VAN de S/14,182, y el un TIR del 30% y con la inversión a recuperar en el quinto año.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO							
	0	1	2	3	4	5	
+ Ingresos de efectivo		\$/ 305,557	\$/ 373,647	\$/ 456,910	\$/ 558,727	\$/ 683,233	
- Costos fijos (*)		\$/ 350,272	\$/ 350,272	\$/ 350,272	\$/ 385,943	\$/ 385,943	
- Costos variables		\$/ 38,323	\$/ 46,863	\$/ 57,306	\$/ 70,076	\$/ 85,692	
- Depreciación y amortización		\$/ 12,315	\$/ 12,315	\$/ 4,834	\$/ 4,834	\$/ 4,834	
- Intereses		\$/ 6,397	\$/ 5,418	\$/ 4,314	\$/ 3,061	\$/ 1,634	
= Utilidad antes de impuestos		-\$/ 101,743	-\$/ 41,220	\$/ 40,184	\$/ 94,812	\$/ 205,130	
- Impuesto a la renta (29.5% de utilidad antes impuestos)		\$/ -	\$/ -	\$/ 11,854	\$/ 27,970	\$/ 60,513	
= Utilidad después de impuestos		-\$/ 101,743	-\$/ 41,220	\$/ 28,330	\$/ 66,843	\$/ 144,617	
+ Depreciación y amortización		\$/ 12,315	\$/ 12,315	\$/ 4,834	\$/ 4,834	\$/ 4,834	
- Amortización de la deuda		\$/ 4,298	\$/ 5,046	\$/ 5,925	\$/ 6,957	\$/ 8,169	
+ Préstamo	\$/ 32,687						
= FLUJO OPERATIVO	\$/ 32,687	-\$/ 33,733	-\$/ 33,352	\$/ 27,239	\$/ 64,719	\$/ 141,282	
- Inversión fija	\$/ 33,132						
- Inversión en capital de trabajo	\$/ 42,586	\$/ 936	\$/ 2,583	\$/ 7,034	\$/ 5,232	\$/ -	
+ Valor de recupero de la inversión fija (venta de activos fijos)						\$/ 21,500	
+ Valor de recupero del capital de trabajo						\$/ 58,370	
= FLUJO NO OPERATIVO	-\$/ 81,718	-\$/ 936	-\$/ 2,583	-\$/ 7,034	-\$/ 5,232	\$/ 79,870	
= FLUJO DE FONDOS FINANCIERO	-\$/ 49,031	-\$/ 94,668	-\$/ 36,535	\$/ 20,204	\$/ 59,488	\$/ 221,152	
+ DESEMBOLSO	-\$/ 7,044						
+ RECUPERO		\$/ 6,456	\$/ 568				
+ PAGO A SUMAT (IGV)		\$/ -	\$/ 16,587	\$/ 30,283	\$/ 46,311	\$/ 69,781	
- FLUJO DE IGV	-\$/ 7,044	\$/ 6,456	\$/ 17,175	\$/ 30,283	\$/ 46,311	\$/ 69,781	
= FLUJO DE CAJA FINANCIERO (Con IGV)	-\$/ 56,074	-\$/ 88,212	-\$/ 35,348	\$/ 20,204	\$/ 59,488	\$/ 221,152	

TAM (12%)	-\$/ 14,162
TIR	30%
	5

Tabla 96: Flujo de caja financiero

Fuente: Elaboración propia

10.8 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado

En la siguiente tabla damos a conocer el desempeño financiero de Moringa Jampi

SC en los próximos 5 años.

EGP PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos de efectivo		305,557	373,647	456,910	558,727	683,233
Costos fijos (*)		350,272	350,272	350,272	385,943	385,943
Costos variables		38,323	46,863	57,306	70,076	85,692
Depreciación y amortización		12,315	12,315	4,834	4,834	4,834
Utilidad operativa		-95,353	-35,803	44,498	97,874	206,764
Intereses		6,397	5,418	4,314	3,061	1,634
Utilidad antes de impuestos		-101,749	-41,220	40,184	94,812	205,130
Impuesto a la renta		-	-	11,854	27,970	60,513
Utilidad despues de impuestos		- 101,749	- 41,220	28,330	66,843	144,617

Tabla 97: Estado de ganancia y pérdidas

Fuente: Elaboración propia

10.9 Evaluación económica financiera

Para determinar qué variable INPUT tiene mayor impacto sobre la variable OUTPUT se hace un análisis con la VAN de S/11,127 que determinó el Flujo de Caja Económico. Para esto hemos seleccionado 3 variables INPUT, la cual nos permitirá proceder con el respectivo análisis.

Estudio de mercado			Desv. Std	Valor inicial (media)
Precio unitario del producto	S/	30.09	0.4	30
Maquinas y equipos	S/	13,324	500	13100
Equipo de cómputo	S/	14,028	1500	14500

Tabla 98: Evaluación de datos OUTPUT

Fuente: Elaboración propia

Para este análisis podemos determinar que el inputs de precio es una de las variables más sensibles en la evaluación económica y una leve variación en ella puede impactar significativamente en el OUTPUT(VAN)

Iteración	OUTPUT (VAN)	Iteración	OUTPUT (VAN)
1	30,895	26	16,887
2	23,550	27	-3,366
3	15,516	28	4,081
4	-26,371	29	7,597
5	32,019	30	38,538
6	52,382	31	41,671
7	27,844	32	21,859
8	21,167	33	34,059
9	14,846	34	25,751
10	54,283	35	24,911
11	49,349	36	43,668
12	22,452	37	56,529
13	32,442	38	37,935
14	24,719	39	8,626
15	15,221	40	12,036
16	807	41	42,831
17	32,318	42	30,175
18	26,157	43	3,344
19	-10,655	44	13,995
20	9,004	45	19,774
21	-7,280	46	52,038
22	23,845	47	38,378
23	23,909	48	8,029
24	2,444	49	50,952
25	38,263	50	32,312
Promedio	21,165	Promedio	26,504
Desv. Std	18,791	Desv. Std	16,663
	13%		6%
	87%		94%

Iteración	OUTPUT (VAN)	Iteración	OUTPUT (VAN)
76	26,703	101	3,200
77	10,890	102	16,465
78	14,695	103	-8,150
79	3,867	104	13,565
80	15,275	105	-3,679
81	7,189	106	1,960
82	19,130	107	4,596
83	9,100	108	22,065
84	11,753	109	15,812
85	31,187	110	5,913
86	13,304	111	7,362
87	22,815	112	10,232
88	17,338	113	11,285
89	-5,070	114	22,998
90	-2,209	115	20,515
91	18,918	116	5,818
92	16,607	117	21,038
93	26,670	118	-1,548
94	13,743	119	11,163
95	16,731	120	5,847
96	21,249	121	3,513
97	27,217	122	10,442
98	20,006	123	18,824
99	-977	124	6,251
100	4,864	125	8,697
Promedio	14,440	Promedio	9,367
Desv. Std	9,282	Desv. Std	8,031
	6%		12%
	94%		88%

Por lo tanto, podemos decir que el proyecto es viable, ya que existe un 87% de probabilidad de que el proyecto salga positivo o igual a cero y 13% de que sea negativo.

Tabla 99: Análisis del riesgo

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones

- **Entorno y Plan Estratégico**

Del análisis del entorno, se busca determinar qué aspectos tanto internos como externos afectarían a nuestra empresa, para ello, fue de gran importancia enfocarnos en encontrar las posibles causas, los posibles factores y los efectos que se generarían, te permite obtener una mejor perspectiva de la situación y determinan la permanencia, crecimiento y competencia de la organización.

En el presente trabajo, se observó que a pesar que algunos escenarios son variables o inestables en el tiempo, éstos no afectarían a gran escala nuestro proyecto, puesto que, los resultados evidenciados son óptimos y favorables.

- **Marketing**

El estudio cualitativo y cuantitativo del proyecto nos sirvió para verificar la aceptación de nuestro producto en base a moringa por parte de nuestro público objetivo, es importante resaltar que obtuvimos comentarios positivos y recomendaciones para nuestro producto, podemos concluir que nuestro producto es “DESEABLE”.

- **Operaciones:**

Este presente trabajo de investigación tiene como finalidad reducir y optimizar los costos en la elaboración de polvo de Moringa, considerando que contamos con proveedores que nos garantiza puntualidad en con el abastecimiento de la materia prima y calidad de los productos, contamos con personal capacitado y maquinarias idóneas para su procesamiento de las hojas de moringa también contamos con un registro sanitario que nos respalda, nosotros manufacturamos de manera objetiva para cumplir con las cantidades de bolsas a producir en los tiempos establecidos para la entrega oportuna a nuestros clientes.

- **Recursos Humanos**

Este trabajo nos ha permitido entender la suma importancia del ambiente laboral, que es un recurso elemental para el desarrollo progresivo de nuestra empresa; la planificación y gestión del talento humano es un arma vital. Nuestro emprendimiento abarca el compromiso de nuestro personal de las distintas áreas con el objetivo de afianzarse al público en general que busca productos medicinales de origen natural y sin conservantes.

- **Legal**

La constitución y/o formalización de todo negocio hoy en día, no es como lo pintan muchas personas que hoy por hoy trabajan en la informalidad.

De hecho, muchas de las trabas que solemos plantearnos son la falta de tiempo, dinero, no es el momento adecuado, falta de conocimiento, etc.

- **TI**

Dentro de todo lo analizado en el Plan de TI, podemos concluir que el ERP siempre será una herramienta muy ventajosa para la empresa, ya que nos permite optimizar recursos y mejorar de manera significativa la comunicación interna dentro de la organización.

- **Finanzas**

Dentro de la investigación del proyecto de inversión para Moringa Jampi SAC podemos decir que el proyecto es viable, debido a que existe un 87% de probabilidad de que el proyecto salga positivo o igual a cero y solo un 13 % de que sea negativo. En nuestro análisis del flujo de caja económico se logra proyectar un VAN óptimo y positivo para la inversión.

10.2 Recomendaciones

- **Entorno y Plan Estratégico**

Se recomienda, realizar una exploración y vigilancia del entorno de manera constante, supervisando, controlando y pronosticando los cambios, a fin de alertar tendencias o acontecimientos críticos, así como también plantear estrategias que nos permitan tener ventajas competitivas sobre otras empresas.

- **Marketing**

Se recomienda la monitorización y control del cronograma de actividades del plan de marketing.

- **Operaciones**

Fomentar el consumo de la moringa procesada en polvo, como método natural para tratar enfermedades pre existente, considerando que la materia prima es 100%.

- **Recursos Humanos**

Conociendo los valores medicinales y nutricionales de la hoja de moringa se recomienda su consumo en los distintos establecimientos entre ellos gimnasios y casas naturistas con la finalidad de que el público usuario pueda tener mayor alcance de este producto.

- **Legal**

Tener ya definido previo análisis y estudios todas las implicancias sobre las bases legales y tributarias de manera que nos permita tener un soporte en cuanto a presupuestos y una proyección de tiempo estimada.

- **TI**

Para nuestro negocio, el cual inicialmente no contará con un personal netamente que se dedique a la función exclusiva del área de TI. La contratación de un personal será de gran soporte para la empresa, de manera que nos permita tener un respaldo tecnológico y claro está, que

este mismo nos ayude a resolver todo tipo de inconvenientes que se hayan podido suscitar durante la iniciación del proyecto.

- **Finanzas**

Evaluar el precio proyectado para los próximos 5 años, de acuerdo al análisis de riesgo cualquier variación del precio hace sensible la rentabilidad del negocio.

En base al análisis realizado sobre la rentabilidad se sugiere realizar un nuevo análisis agregando nuevos productos en los flujos para estimar los nuevos resultados, de esta manera ofreceremos diversidad de productos a nuestros clientes.

Bibliografía

Agraria (2013). Avanza la producción de Moringa en Perú. Recuperado desde:

<https://agraria.pe/noticias/avanza-la-produccion-de-moringa-en-peru-4336>

Miguel Torres (2020). A partir de qué monto se paga renta de cuarta categoría.

Recuperado desde:

<https://www.noticierocontable.com/recibo-por-honorarios>

Plataforma digital única del Estado Peruano (2021). Planilla electrónica.

Recuperado desde:

<https://www.gob.pe/8071-planilla-electronica>

Ministerio de salud (2012). Pago único vía teleproceso-Banco de la Nación.

Recuperado desde:

http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/lista_pagos_tupas-5.pdf

Municipalidad de Surco (2019). Licencia de funcionamiento. Recuperado

desde:

<https://www.munisurco.gob.pe/vecinos-de-surco-pueden-obtener-licencias-de-funcionamiento-de-su-negocio>

Plataforma digital única del Estado Peruano (2021). Registro de Marca.

Recuperado desde:

<https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-o-servicio>

Edwin Escalante (2016). Ley 30056. Recuperado desde:

<https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype>

Julio Berrocal (2020). Normas que regulan el Ecommerce. Recuperado desde:

<https://linkeatuabogado.com/cuales-son-las-normas-que-regulan-el-ecommerce-o-comercio-electronico/>

Plataforma digital única del Estado Peruano (2021). Reserva de Nombre:

Recuperado desde:

<https://www.gob.pe/institucion/sunarp/noticias/343036-reserva-de-nombre>