



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

**“PLAN DE NEGOCIO DE CEREAL DE ESPIRULINA PARA
FORTALECER EL SISTEMA INMUNOLÓGICO DE LOS
HABITANTES DEL DISTRITO DE LA MOLINA EN TIEMPO DE
COVID”**

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

Presentado por:

Susan Rossio Llacctahuaman Pillaca (0000-0002-9600-3059)

Elizabeth Jennifer Martínez Calixtro (0000-0003-0824-9049)

Cindy Ofelia Medina Huaranga (0000-0002-7480-9780)

Vivian Noelia Mostacero Manayay (0000-0003-2705-8651)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 23/07/2022

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

Mg. Richard Alejandro Aguirre Camarena

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PLAN DE NEGOCIO DE CEREAL DE ESPIRULINA PARA FORTALECER EL SISTEMA INMUNOLOGICO DE LOS HABITANTES DEL DISTRITO DE LA MOLINA EN TIEMPO DE COVID.

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100070950	Susan Rossio Llacctahuaman Pillaca
100070856	Elizabeth Jennifer Martínez Calixtro
100070954	Cindy Ofelia Medina Huaríngá
100070946	Vivian Noelia Mostacero Manayay

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

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

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACIÓN	
100070950	Susan Rossio Llacctahuaman Pillaca	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100070856	Elizabeth Jennifer Martínez Calixtro	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100070954	Cindy Ofelia Medina Huaríngá	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100070946	Vivian Noelia Mostacero Manayay	Aprobado (18)	Desaprobado ()

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Richard Alejandro Aguirre Camarena

TABLA DE CONTENIDO

INDICE	
TABLA DE CONTENIDO	3
LISTA DE TABLAS	6
LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE ANEXOS	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
INTRODUCCIÓN	10
I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	12
1.1. Análisis del entorno del negocio	12
1.2. Cuadro de oportunidades y amenazas	13
1.3. Las 5 fuerzas de Porter.	14
1.4. Análisis actual del proyecto	16
1.5. Investigación de la empresa	20
II. PLAN ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO	22
2.1. Visión del Negocio	22
2.2. Misión del negocio	22
2.3. Objetivos vitales del negocio	22
2.4. Estrategia para desarrollar el negocio	22
2.5. Situación del perfil competitivo	23
III. PLAN DE MERCADEO DEL NEGOCIO	26
3.1. Objetivos de marketing del negocio	26
3.2. Las cuatro Ps de marketing del negocio	27
3.3. Descripción de producto o servicio a ofrecer	29
3.4. Estrategia de precio del producto.	30

3.5	Estrategia de repartición del producto.....	30
3.6	Estrategia de desarrollo del producto	31
3.7	Habilidad para ofrecer el servicio al usuario o postventa	31
3.8	Plan de posicionamiento del negocio	32
IV.	PLAN DE OPERACIONES DEL NEGOCIO	32
4.1.	Objetivos de operaciones del negocio	32
4.2.	Actividades precedentes a la apertura de la elaboración	32
4.3.	Proceso de creación del producto.....	33
4.3.1.	Cadena de valor	34
V.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	35
5.1.	Habilidades de incorporación, clasificación y contrato.	35
5.1.1.	Habilidades de Reclutamiento	35
4.3.2.	Clasificación de personal.....	36
4.3.3.	Contratación de colaboradores	36
5.2.	Inducción, preparación y valoración del personal	37
5.2.1.	Método de Inducción.....	37
5.2.2.	Preparación de personal	37
5.2.3.	Valoración del colaborador	37
5.3.	Métodos de motivación y desarrollo del personal	38
5.4.	Gratificaciones e indemnizaciones al personal	39
VI.	PLANIFICACION FINANCIERA	40
6.1.	Historial financiero del negocio	40
6.2.	Datos supuestos y políticas generales del negocio	40
6.3.	Proyección de ventas del negocio.....	40
6.4.	Análisis de costos del negocio	41

6.5.	Punto de equilibrio del negocio	42
6.6.	Adquisición de materia prima e insumos para la producción.....	43
6.7.	Inversión inicial del negocio	44
6.8.	Capital de trabajo del negocio	44
6.9.	Fuentes de financiamiento del negocio	45
6.10.	Proyección de flujo de caja del negocio	46
6.11.	Análisis de rentabilidad del negocio	46
6.12.	Estado de resultados proyectado del negocio.....	47
6.13.	Situación financiera del negocio.....	47
6.14.	Medición de sensibilidad y riesgo del negocio	48
VII.	EQUIPO GERENCIAL DEL NEGOCIO.....	50
7.1.	Descripción del equipo gerencial del negocio.....	50
VIII.	CONCLUSIONES.....	51
IX.	RECOMENDACIONES	52
X.	REFERENCIAS	53

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Plan de ventas	41
Tabla 2. Pagos obligatorios mensuales.	42
Tabla 3. Punto de equilibrio	42
Tabla 4. Gastos anuales	43
Tabla 5. Obtención de materiales	43
Tabla 6. Inversión Inicial.	44
Tabla 7. Capital inicial	45
Tabla 8. Nombre de los inversionistas e inversión inicial.	45
Tabla 9. Flujo de caja.....	46
Tabla 10. Análisis de rentabilidad.	47
Tabla 11. Montos proyectados próximos 4 años.....	47
Tabla 12. Balance general.....	48
Tabla 13. Sensibilidad.	48
Tabla 14. Matriz de riesgo	49
Tabla 15. Consecuencia.....	49
Tabla 16. Leyenda	49

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Oportunidades y Amenazas del entorno	14
Figura 2. Oportunidades y Amenazas.....	16
Figura 3. Encuesta.	18
Figura 4. Modelo Canvas.....	21
Figura 5. MPC	24
Figura 6. Logo	28
Figura 7. Modelo de distribución.....	29
Figura 8. Cadena de valor.	35
Figura 9. Estrategias de reclutamiento.	36
Figura 10. Aspectos legales y contractuales.....	36
Figura 11. Sueldos del personal	39
Figura 12. Organigrama de la empresa.	50

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Resultado interrogante 1.....	54
Anexo 2. Resultado interrogante 2.....	54
Anexo 3. Resultado interrogante 3.....	54
Anexo 4. Resultado interrogante 4.....	55
Anexo 5. Resultado interrogante 5.....	55
Anexo 6. Resultado interrogante 6.....	55
Anexo 7. Resultado interrogante 7.....	56
Anexo 8. Resultado interrogante 8.....	56

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el país está pasando una crisis política y económica, si bien es cierto la pandemia también es parte de esta crisis. Así como también muchos factores que influye en el entorno de este proyecto. Cabe mencionar que una de las estrategias de venta se realizará mediante las redes sociales como una fuerza de venta. En el proyecto se ha trabajado una serie de encuestas para recopilar información de nuestros clientes potenciales.

El presente trabajo de investigación tiene como misión ser el socio estratégico para nuestros clientes, que compra el producto de cereales saludables bajo los estándares de alta calidad y excelencia en la fabricación de nuestro producto, así mismo rebasamos las expectativas de nuestros clientes, con proyección nacional e internacional. Por otro lado, damos a conocer la visión de la empresa, ser reconocidos como una empresa líder en el mercado nacional, brindar seguridad y satisfacción en innovación para nuestro mercado. Así mismo, damos a conocer el objetivo estratégico de la empresa, desarrollar un plan de negocio para fortalecer el sistema inmunológico en los habitantes del distrito de la Molina. Se consideran los recursos económicos que se utilizarán para llevar a cabo la ejecución del proyecto, así como también recursos humanos, balance general, flujo de caja. La empresa, se va enfocar a satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, para ello se obtendrá los mejores instrumentos para la fabricación del producto. Finalmente, con este proyecto se podrán orientar a los estudiantes, emprendedores, clientes, etc. ya que se impulsará el crecimiento económico y al desarrollo del país.

INTRODUCCIÓN

La espirulina es un alga apta para el consumo humano, por su alto contenido en proteínas, vitaminas de complejo B, hierro y antioxidantes que fortalecen el sistema inmunológico.

Investigadores del Instituto Politécnico Nacional (IPN) adecuan ambientes para la producción de la espirulina con la propósito de incluirla en un alimento de consumo diario en las personas, así mismo, constituye como un alimento de protección contra el Covid-19. (IPN, 2021).

Según estudios científicos realizados con pruebas in vitro en roedores demostraron que la espirulina podría ser efectiva en prevenir, la gripe, el COVID-19, cuando se consume antes o seguidamente después de haber adquirido el virus. El siguiente plan de negocio se divide en 7 capítulos los cuales detallamos a continuación:

En el capítulo uno realizamos el análisis del contexto actual de nuestro país, identificamos las fortalezas y oportunidades, también realizamos una pequeña encuesta para identificar las necesidades de la población todo esto para la realización del plan de negocio.

En el capítulo dos detallamos puntos importantes de nuestro plan de negocio como la misión, visión, así mismo los objetivos principales del negocio, realizamos un análisis de perfil competitivo e identificamos los factores claves de éxito.

En el capítulo tres se detalla con mayor relevancia el mercado peruano, mencionamos los componentes de marketing de nuestro proyecto y se proponen estrategias para poder alcanzar las metas deseadas de nuestro plan de negocio.

En el capítulo cuatro se muestra todo el proceso del plan de operaciones, las actividades previas que se realizarán antes del proceso de elaboración de los cereales de espirulina.

En el capítulo cinco se mencionan las políticas de recursos humanos, que se conseguirán para poder obtener valor de producción para el negocio y ver las actividades que se requieran desempeñar en las áreas correspondientes, así mismo las motivaciones que se otorgarán al personal del negocio.

En el capítulo seis se detalla el tema de plan financiero del negocio: los costos, gastos, flujo de caja, adquisición de materiales para la realización del proyecto, además se evalúa si el proyecto puede llegar a ser factible o no.

En el capítulo siete se presenta el organigrama de la empresa y las áreas que van dirigir.

I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Análisis del entorno del negocio

- **Entorno Político:**

En la actualidad en el Perú hay una crisis política, debido a la pandemia mundial, en sus inicios de la pandemia el estado peruano tomó ciertas decisiones con las cuales el pueblo peruano no se encontraba de acuerdo, con el paso del tiempo el país fue teniendo cambios constantes como en las tomas de decisiones para elegir un nuevo gobierno, así mismo nos restringe a realizar ciertas actividades que conlleva a un límite a las empresas peruanas.

- **Entorno Económico:**

Con esta pandemia que inicio en marzo del 2020 se registró una gran pérdida porque se paralizó la actividad económica a nivel mundial, por lo tanto, para este año 2022 tendríamos una lenta recuperación por los sucesos pasados debido a la coyuntura de la pandemia Covid- 19.

A pesar de esta crisis que atrezo el país tenemos esta fuerza para seguir reinventándonos. Por lo cual en nuestra actualidad el poder adquisitivo de las personas en menor a lo de años anteriores ya que en consideración algunos temas de inversión no se han llegado recupera para este 2022, pero esperando el mejoramiento para el año 2023 después esta crisis.

- **Entorno Social:**

En el distrito de la molina es un sector con poder adquisitivo donde encontraremos a familias de nivel alto y medio, en donde podemos abastecer las

necesidades. Si bien es cierto en dicho distrito podemos encontrar ciertas variedades de productos, servicios, etc.

- **Entorno Tecnológico:**

La tecnología juega un papel muy importante dentro de nuestro proyecto ya que con ello llevaremos nuestros productos a plataformas como YouTube, Facebook, tik tok y otros. Nos apoyaremos de influencers para potenciar nuestra marca y así buscar la forma de llegar a nuestro público objetivo. La tecnología es nuestro medio más importante para poder extender nuestro negocio.

- **Entorno Ecológico:**

Al tratarse que nuestro producto está elaborado a base de algas marinas, se exigirán a nuestros proveedores que cumplan con los estándares de seguridad y nos garantice la buena distribución y preparación de nuestros alimentos y así no represente un riesgo a la salud. Los desperdicios serán separados para poder contribuir al cuidado del medio ambiente. Por otro lado, se está fortaleciendo el desarrollo sostenible para fortalecer la gestión ambiental en el Perú.

- **Entorno legal:**

Unos de los retos principales para este 2022 es encontrar la estabilidad política, debido al cuestionado gobierno del presidente del Perú Pedro Catillo, por otro lado, la campaña de vacunación contra la Covid – 19 no ha logrado el impacto esperado, de igual modo con el tema de retorno a clases la población se ha visto obligada a inocularse las dosis requeridas por el Ministerio de Salud.

1.2. Cuadro de oportunidades y amenazas

Figura 1. Oportunidades y Amenazas del entorno

AMENAZAS	OPORTUNIDAD
POLITICA	
inestabilidad politica, que genera crisis economica.	A raiz de la pandemia hay incremento de la poblacion por la busqueda de productos naturales.
ECONOMIA	
la falta de nutriente nitrogenado (urea).	Se tiene la oportunidad de reinventarnos para ofrecer el requerimiento principal para una vida saludable.
SOCIAL	
	incremento del mal habito alimentario y obesidad de la poblacion.
TECNOLOGICO	
inseguridad cibernetica.	es una herramienta muy importante con mayor acogida durante la pandemia, en compras y pagos por app.

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Las 5 fuerzas de Porter.

- **Rivalidad de competidores:**

Cada vez son más las empresas que se dedican a la venta de productos a base de ingredientes naturales, por este motivo es que cada vez optan por un producto más innovador y saludables, con el fin de atraer un mayor número de consumidores. Lo que nos diferencia de los demás es nuestro ingrediente principal vendría a ser la Espirulina, un alga que contiene múltiples beneficios favorables para el organismo.

- **Poder de negociación de los clientes:**

El poder que los clientes puedan llegar a tener es exigir un mayor nivel de calidad en el producto con precios más económicos. La distribución de productos saludables es muy aceptada por el público consumidor ya que hoy día las personas cuidan mucho más de su salud. Por ende, la compra de nuestro producto si sería una buena opción para el consumidor.

- **Poder de los proveedores:**

Obtener la materia prima para la elaboración de nuestro producto no vendría a ser un impedimento ya que al momento de realizar la compra se puede cotizar el precio, la cantidad y el día de entrega, donde ambas partes tienen que cumplir con lo acordado. Aquí nuestro poder de negociación con el proveedor es muy favorable debido a la facilidad que se tiene al momento de realizar la compra de la materia prima.

- **Amenaza de nuevos competidores:**

Hoy en día vemos que muchas personas están optando por llevar una vida más saludable debido a lo que está sucediendo actualmente, la pandemia de la Covid-19, es por ello que los negocios de productos naturales está cada vez creciendo, así mismo se ve la rivalidad entre competidores, ya sea por la calidad del producto, precio, ya que algunos productos suelen tener igual contenido. Por tal motivo la rivalidad entre competidores es alta debido a que existen empresas que están muy bien posicionadas.

- **Amenaza de productos sustitutos:**

Actualmente podemos ver existen gran variedad de productos elaborados con ingredientes naturales, saludables para el organismo, de igual manera pasa con el precio que es muy competitivo en el mercado para este tipo de productos. Por tal motivo es el cliente quien decide comprar.

A continuación, presentamos el cuadro de oportunidades y amenazas con respecto a las cinco fuerzas de Porter.

Figura 2. Oportunidades y Amenazas

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Rivalidad entre competidores	
Empresas que se dedican a la venta de productos elaborados con ingredientes naturales.	Nuestro ingrediente principal la Espirulina.
Poder de negociación con los clientes	
	Los productos saludables son muy aceptados por el público consumidor.
Poder de los proveedores	
	El poder de negociación con el proveedor es muy favorable debido a la facilidad que se tiene al momento de realizar la compra de la materia prima.
Amenaza de nuevos competidores	
Incremento de los negocios de productos naturales.	
Amenaza de productos sustitutos	
Variedad de productos elaborados con ingredientes naturales.	

Fuente: elaboración propia.

1.4. Análisis actual del proyecto

1.4.1. Estudio del sector

Debemos mencionar que nuestro producto cuenta con competencia directa en el mercado local, es decir productos elaborados con ingredientes naturales pero muy distintos al nuestro, esto se debe a que nuestro producto es elaborado a base de harina de espirulina (ingrediente principal), endulzado con stevia, libre de gluten, grasas trans y sin preservantes. Por otro lado, mencionamos a nuestra competencia indirecta,

Cereales Ángel con un porcentaje de participación del 70%, que ha logrado posicionarse en nuestro país como la marca líder.

Para analizar el mercado local sobre este producto de Cereales de Espirulina y poder tener mayor conocimiento de las necesidades de los clientes, se realizará la siguiente encuesta:

Figura 3. Encuesta.

Encuesta

Cereales de Espirulina

Consumes productos elaborados a base de ingredientes naturales *

SI

NO

Con que frecuencia consumes productos elaborados a base de ingredientes naturales. *

Todos los días.

una vez a la semana.

De vez en cuando.

Cuánto estaría dispuesto pagar por un producto elaborado con ingredientes naturales. *

5 a 10 soles.

11 a 16 soles .

17 soles a más.

Conoces los beneficios del ingrediente principal (espirulina) de nuestro producto. *

SI

NO

Estaría dispuesto a probar nuestro producto. *

SI

NO

A través de que medios le gustaria recibir información sobre el producto. *

E- mail

Facebook

Publicidad televisiva

cuáles son los aspectos que influyen en la decisión de compra. *

Precio

Calidad

Atención

Recomendaría nuestro producto. *

SI

NO

Fuente: elaboración propia.

Esta es una encuesta de apoyo, que se realizó con la finalidad de recabar información cercana sobre el consumo de productos naturales de los clientes.

1.4.2. Conclusiones de las encuestas

Al realizar la recolección de datos, tenemos un análisis de 20 personas entre jóvenes y adultos, la cual respondieron la encuesta de 8 preguntas.

- El 85% de los encuestados si consumen productos elaborados a base de ingredientes naturales, mientras que el 15 % de personas encuestadas no consumen ningún producto elaborado de ingredientes naturales (anexo 1).
- Analizamos que el 50 % de las personas encuestadas consumen productos elaborados a base de ingredientes naturales de vez en cuando, por otro lado, mencionamos que existe una igualdad de porcentaje del 25%, con respecto a personas que consumen productos naturales todos los días de igual manera con los que consumen una vez a la semana. (anexo 2).
- Se obtiene que el 45% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar entre 5 a 10 soles por productos naturales, mientras que el 35 % de encuestados pagará de 11 a 16 soles, por último, el 20 % de encuestados está dispuesto a pagar de 17 soles a más por productos naturales. (anexo 3).
- Observamos que el 85% de los encuestados desconocen los beneficios de la Espirulina, mientras que el 20% de encuestados tiene conocimiento de acerca de los beneficios de la Espirulina. (anexo 4).
- El 95% de encuestados si está dispuesto a probar nuestro producto, por otro lado, el 5% de encuestados no está dispuesto a degustar nuestro producto. (anexo 5).

- Por otro lado, obtuvimos un puntaje del 45% donde los encuestados prefieren recibir información acerca de nuestro producto de cereales de espirulina mediante el Facebook, esto se debe a que es la red que más frecuenta, mientras que el 30% prefiere recibir información a través de E-mail por último el 25 % de encuestados prefiere la publicidad de nuestro producto a través de la televisión. (anexo 6).
- La calidad del producto es el rango más alto de la encuesta con un 65%, podemos decir que la calidad del producto es lo que más influye en las personas encuestadas al momento de realizar sus compras, mientras que en el 35% de encuestados lo que influye es el precio. (anexo 7).
- Por último, el 95 % de encuestados si recomiendan a otros usuarios a probar nuestro producto, ya que se trata de un producto elaborado con ingredientes naturales. (anexo 8).

1.5. Investigación de la empresa

El proyecto consiste en la elaboración de cereal elaborado con harina de Espirulina, dirigido a todo el público en general, con el fin de fortalecer su sistema inmune en estos tiempos de Covid. A continuación, se presenta el cuadro Canvas:

Figura 4. Modelo Canvas

Modelo de Negocio Canvas

Asociaciones clave <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de harina de Espirulina. • Responsable del transporte de materia prima. 	Actividades clave <ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de materia prima. • Cereal elaborado a base de ingredientes naturales. • Certificación de DIGESA. 	Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"> • Brindar una experiencia sana y nutritiva a través de los cereales de Espirulina. • Producto elaborado con una buena presentación e higiene. • Brindar seguridad y confianza a los consumidores. 	Relación cliente <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad para atraer clientes. • Relación por redes sociales por medio de las páginas web. • Relación de experiencias y promociones. 	Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Personas de todas las edades que desean fortalecer su sistema inmunológico. • Con un nivel socioeconómico A Y B, en el distrito de la Molina.
	Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima. • Proceso de elaboración-maquinaria. • Aporte de capital social. • Recursos humanos. 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa. • Puntos autorizados. • Redes sociales. 	
Estructura de costes <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de luz y agua. • Mantenimiento. • Publicidad. • Pago de mano de obra. 			Fuentes de Ingreso <ul style="list-style-type: none"> • Pagos por aplicativos (yape, plin). • Tarjetas de crédito. 	

Fuente: elaboración propia.

II. PLAN ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

2.1. Visión del Negocio

La visión de la empresa es *“ser reconocidos como una empresa líder en el mercado nacional, brindar seguridad y satisfacción en innovación, para nuestro mercado”*.

2.2. Misión del negocio

A continuación, nuestra misión es *“ser el socio estratégico para nuestros clientes, que compra el producto de cereales saludables bajo los estándares de alta calidad y excelencia en la fabricación de nuestro producto, así mismo rebasamos las expectativas de nuestros clientes, con proyección nacional e internacional”*.

2.3. Objetivos vitales del negocio

El objetivo estratégico es desarrollar un plan de negocio para fortalecer el sistema inmunológico en los habitantes del distrito de la Molina. Los objetivos para poder alcanzar las metas es fomentar el consumo de alimentos saludables.

- Posicionarse en los próximos tres años, como la mejor empresa peruana que brinda productos saludables y de calidad.
- Contar con proveedores responsables y eficientes, para el correcto desarrollo del plan de negocio.

2.4. Estrategia para desarrollar el negocio

Actualmente la ciudadanía cuida su salud y la de sus seres queridos consumiendo productos saludables, esto se está dando con mayor frecuencia debido a la coyuntura actual que estamos viviendo (Covid-19). Por tal motivo, el cereal de Espirulina esta dulcificado con stevia, libre de grasas trans, sin gluten y libre de

preservantes. El producto está elaborado bajo la estrategia de diferenciación, con un sabor único de la Espirulina. Al ser un producto que tiene múltiples beneficios para la salud, consideramos las siguientes estrategias:

- Nuestro producto cereal de Espirulina está dirigido a todas aquellas personas que desean fortalecer su sistema inmune en estos tiempos de Covid. Debido a que esta alga de la espirulina contiene antioxidantes, vitaminas y minerales, esenciales para el organismo.
- Elaborar nuestros productos bajo estrictos estándares de calidad, para poder satisfacer las necesidades de los clientes.
- Contar con una excelente presentación del producto a ofrecer en el mercado, de esta manera se genera una mayor confianza, calidad del producto al cliente.

2.5. Situación del perfil competitivo

Para poder determinar la situación del perfil competitivo debemos considerar entre cinco a diez factores más importantes. A cada uno de los factores de éxito se le considera un peso relativo, esto se hace con el fin de resaltar la importancia de este factor para mejorar dentro del mercado. En este caso hemos considerado como competencia directa de nuestro plan de negocio a “Ecotienda Orgánica y Natural” y “Cosecha del Paraíso S. A. C.”, con las cuales realizaremos el análisis de perfil competitivo como se visualiza en el cuadro siguiente.

Figura 5. MPC

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO							
		CEREAL DE ESPIRULINA		ECOTIENDA ORGÁNICA Y NATURAL		COSECHA DEL PARAISO S.A.C.	
Factores clave de éxito	Ponderación	Clasificación (*)	Resultado ponderado	Clasificación (*)	Resultado ponderado	Clasificación (*)	Resultado ponderado
Ubicación	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Servicio al cliente	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Calidad del producto	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Conocimiento/experiencia	0.1	3	0.3	4	0.4	4	0.4
Canales de comunicación	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Capacidad de innovación	0.1	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Total	1		3.9		4		3.7

(*) La clasificación va de 1 a 4, donde 1 es mayor debilidad y 4 mayor fortaleza.

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la matriz que se ha realizado, generamos las siguientes conclusiones en relación a los factores clave de éxito.

- **Ubicación**

Determinamos que la ubicación es un factor muy importante, ya que de esta manera se puede atraer una gran cantidad de consumidores y así poder incrementar las ventas. Con respecto a la ubicación ambas tiendas están ubicadas en puntos estratégicos del distrito de Miraflores. La ubicación deseada para el plan de negocio es en un centro comercial donde existen gran cantidad de tiendas por departamento lo cual genera una circulación moderada de personas.

- **Servicio al cliente**

Es un factor muy importante brindar un servicio de calidad y hacer sentir al cliente satisfecho con la atención que se le brinda, de esta manera ayuda a que el negocio crezca. Tal es el caso de “Ecotienda Orgánica y Natural” y “Cosecha del

Paraíso S.A.C.” que ya llevan buen tiempo en el mercado y han logrado fidelizar a sus clientes.

- **Calidad del producto**

Brindar productos de calidad es muy importante para poder atraer y retener clientes. Como podemos observar la puntuación de “Ecotienda Orgánica y Natural” proviene de una buena calidad, presentación de sus productos que ofrece, de igual manera con “Cosecha del Paraíso S.A.C.” ofrece en sus productos altos estándares de calidad, así como como también la presentación de sus productos. El plan de negocio indica un puntaje fuerte ya que se enfoca en entregar al cliente productos elaborados bajo estrictos estándares de calidad y certificados por Digesa.

- **Conocimiento y experiencia**

Tanto el conocimiento como la experiencia nos permiten entender los gustos y necesidades de los clientes. La puntuación de “Ecotienda Orgánica y Natural” y “Cosecha del Paraíso S.A.C. se obtiene debido a que cuentan con una amplia trayectoria, esto les ha permitido tener una buena popularidad de sus productos y que su marca prevalezca con el transcurrir de los años. El puntaje para el plan de negocio es baja debido a la falta de experiencia y trayectoria.

- **Canales de comunicación**

Se refiere a la forma de llegar a los clientes mediante la publicidad (páginas web, redes sociales). En este caso la puntuación de “Cosecha del Paraíso S.A.C.” se debe a que no publica en sus redes sociales como Facebook, Instagram de manera constante sus productos a ofrecer. En el caso de “Ecotienda Orgánica y Natural” su puntaje es alto debido a que mantiene sus redes sociales actualizadas con respecto a sus productos a ofrecer. Para el plan de negocio será un punto muy importante

mantener actualizadas las páginas webs y redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok), con el fin de mantener informado al consumidor sobre los productos que se van a ofrecer.

- **Capacidad de innovación**

Estar constantemente ofreciendo productos nuevos para poder satisfacer las necesidades de los consumidores y de esa manera aumentar nuestras ventas y ganar clientes. En “Cosecha del Paraíso S.A.C.” brinda productos diferenciados, pero actualmente se ha podido observar en sus redes sociales la falta de innovación de productos. Por otro lado, “Ecotienda Orgánica y Natural” al contar con personal calificado y con experiencia, crea nuevos productos el cual les permite seguir creciendo cada día. Para el plan de negocio la propuesta es innovar de manera constante ya que el cliente siempre busca productos novedosos, ricos y de esta manera poder satisfacer las necesidades del consumidor.

III. PLAN DE MERCADEO DEL NEGOCIO

3.1 Objetivos de marketing del negocio

El marketing tiene como objetivo conocer el alcance de nuestra propuesta y así poder trabajar en nuestro proyecto.

- Nuestra empresa busca entrar en los centros de salud con la finalidad de ayudar a las personas a fortalecer su sistema inmune y así poder dar a conocer nuestra marca y mostrar su valor nutricional. La espirulina es un alga unicelular con una fuente importante de proteínas, vitaminas y minerales por ello queremos hacer conocer nuestro producto a nivel nacional e internacional, proporcionando un producto muy sabroso y de esta manera sentirnos comprometidos con la salud de las personas.

- Buscamos posicionarnos en los próximos tres años, como la mejor marca del Perú en productos saludables.
- Influir de manera positiva en la mente de nuestros consumidores para así poder posicionarnos como la marca preferida por todos asegurando nuestras ventas y ser más competitivos en el mercado.

3.2 Las cuatro Ps de marketing del negocio

El marketing Mix nos da a conocer las estrategias del precio, plaza, producto y promoción de nuestros cereales.

3.2. 1. Producto

Según los resultados obtenidos de nuestra encuesta hecho por nuestros socios, obtuvimos información muy interesante con el cual nos ayuda a mejorar nuestros cereales, ya que con ello también tenemos algunas propuestas de valor y calidad para las personas calificadas.

La espirulina tiene múltiples beneficios para fortalecer el sistema inmunológico, así como también los ingredientes naturales que posee dicho cereal, son ricos en vitaminas muy esenciales para el organismo. Nuestros cereales serán presentados en un empaque con dos trozos de cereales, tendrá un peso de 30 gr. para nuestros consumidores.

Figura 6. Logo



LOGO DE NUESTRO CEREAL

Fuente: elaboración propia.

3.2. 2. Precio

Nuestros cereales están diseñados para las personas de nivel socioeconómica A y B, para personas mayores de 18, los cuales cuentan con la economía suficiente para poder adquirir nuestros productos, también podemos fijar nuestros precios de acuerdo a nuestra competencia.

Nuestro precio será establecido de acuerdo a los costos de producción, costo de la harina de espirulina teniendo en cuenta que para la producción del alga de espirulina se requiere de mucho cuidado.

Nuestros agentes de comercio nos ayudaran a buscar compradores por medio de las redes sociales, páginas web y otros dentro de nuestro país.

3.2. 3. Plaza

Nos dirigimos a nuestros clientes del nivel socioeconómico A y B siendo hombres y mujeres mayores de 18 años con una forma sana de vivir que se encuentren preocupados por su salud y bienestar familiar.

La empresa se encargará de distribuir el producto de manera presencial (tienda, delivery), también en puntos ubicados en lugares estratégicos como los centros comerciales.

Nuestra forma determinada de los canales de distribución serán las siguientes:

Figura 7. Modelo de distribución



Fuente: elaboración propia.

3.2. 4. Promoción

Aumentar la llegada a nuestros clientes, la posición de nuestra marca y el placer a nuestros compradores a base de hecho y atractivos para nuestros clientes.

Para promocionar nuestro producto se utilizarán las redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok), lugares estratégicos que tengan bastante afluencia de público (retail, mercados locales).

3.3 Descripción de producto o servicio a ofrecer

Nuestro cereal de espirulina ayuda principalmente al sistema inmune de las personas ya que debido a su aporte nutricional contiene fuente de vitaminas, minerales, proteínas y antioxidantes se encontrará libre de gluten, grasas trans y preservante, utilizaremos stevia. Tendrá una textura crujiente, será de tamaño mediano y de forma cuadrada. El insumo principal es la espirulina que se encuentran en aguas dulces. Nuestra finalidad con nuestros cereales es que se pueda comercializar en presentación personal que contengan dos unidades y de peso tenga 30gr., con una envoltura BIOPP

(Polipropileno Biaxialmente Orientado) con un acabado metalizado por la parte interior para que pueda ayudar a la conservación del cereal.

3.4 Estrategia de precio del producto.

Los cereales de espirulina saldrán al mercado con un precio referencial, teniendo en cuenta con nuestro fondeo propuesto al mercado:

- Tendrán un precio inferior al promedio, para poder entrar y ser competitivos y ganar un espacio en el mercado.
- Nuestros puntos de ventas directa serán biosferas, minimarkets y otros.
- Debido a la coyuntura actual de la Covid- 19, nos permite posicionar el cereal de espirulina como un alimento de consumo diario, debido a su alto de contenido de nutrientes que fortalecen el sistema inmune.
- Posteriormente, se irá subiendo el precio paulatinamente sin afectar la confianza de los consumidores.

3.5 Estrategia de repartición del producto

La distribución de cereales de espirulina se realizará de la siguiente manera:

- Se empleará reparto de forma directa, por tal motivo no se requiere de intermediarios para brindar los productos.
- Nos encargaremos de brindar nuestros productos con altos estándares de calidad y certificados por Digesa.
- Ofrecer la mejor atención para nuestros clientes y hacerles sentir que su bienestar nos interesa.
- Finalmente se brindará envíos a domicilio.

3.6 Estrategia de desarrollo del producto

Aquí la estrategia para el desarrollo del producto será llegar a más seguidores a través de los medios digitales (Facebook, Instagram, tik tok), de esta manera los clientes puedan llegar a conocer los productos que brindamos como la barra de cereal de espirulina que ayuda principalmente al sistema inmune de las personas. Su aporte nutricional contiene fuente de vitaminas, minerales, proteínas y antioxidantes. Se encontrará libre de gluten, grasas trans y preservantes. Damos a conocer las estrategias que utilizaremos para promocionar nuestro producto:

- Publicar anuncios a través de las redes sociales y dar a conocer los beneficios que tiene el producto y así poder atraer clientes.
- Ofrecer descuentos en algunas temporadas del año a nuestros clientes habituales o clientes que recién van a realizar su primera compra.
- Ofrecer descuentos por envío por compras mayores a partir de 50 soles.

3.7 Habilidad para ofrecer el servicio al usuario o postventa

La atención se realizará de manera presencial y a través de nuestras páginas web, llamadas.

- Contaremos con una tienda física el cual será nuestro punto de venta principal.
- También realizaremos muestras gratuitas para que los clientes puedan degustar.
- Así mismo tendremos módulos (punto de venta) en los retail más concurridos.
- Brindaremos promociones exclusivas vía online.
- Mediante las llamadas ofreceremos nuestras promociones de manera detallada y de esta manera absolver las dudas de nuestros clientes.

3.8 Plan de posicionamiento del negocio

Tendremos los mejores precios competitivos del mercado, logrando obtener una red multinacional.

- Ser una empresa con producto innovador.
- Ser eficientes a la hora de entregar nuestros productos a través de delivery.
- Brindar ofertas en productos seleccionados.
- Implementar nuevas presentaciones de nuestro producto para llamar la atención de los clientes.

IV. PLAN DE OPERACIONES DEL NEGOCIO

4.1. Objetivos de operaciones del negocio

La empresa Espirulina S.AC. del Perú, se enfocará en satisfacer las necesidades de los consumidores, para ello contaremos con maquinarias que se encuentren en perfectas condiciones, de esta manera poder obtener una mejor calidad de nuestros cereales de Espirulina.

- El local para la elaboración de los productos de los cereales contará con una infraestructura adecuada que brinde una óptima negociación y calidad de servicio.
- Contar con personal altamente calificado y con experiencia en la elaboración de los productos.

4.2. Actividades precedentes a la apertura de la elaboración

- Gestionar una encuesta virtual para determinar y afinar los últimos detalles del producto para el consumo de cliente final.

- Realizar un Checklist previa para verificar los alineamientos de la producción de la barra de espirulina como, por ejemplo:
 - Diagrama de Gantt, se establecerá tiempos, así mismo se llevará a cabo las tareas a realizar durante el proceso de producción.
 - Se desarrolla el diseño del proceso de producción para llevar a cabo nuestro primer lote de productos.
 - Se realiza la cotización de proveedores para la firma del convenio de la materia prima (Algas marinas).
- Realizar el mantenimiento previo de la tienda ubicada en el distrito de la Molina, viendo cada detalle para la atención al público.
- Se realizará la publicación del requerimiento del personal idóneo.
- Se llevará a cabo el proceso de reclutamiento y selección de personal, para cubrir la vacante de Atención al cliente.
- Se brindará una inducción y previa capacitación de los productos brindados, para una mejor atención y experiencia que se llevará el consumidor final.

4.3. Proceso de creación del producto

El proceso de producción de la barra de espirulina es la siguiente:

- Se realiza el pedido de todos los insumos para la elaboración de la barra de espirulina, va directo al almacén.
- Recepción de la entrega de los insumos en nuestro almacén.
- Se procede con la elaboración del producto.

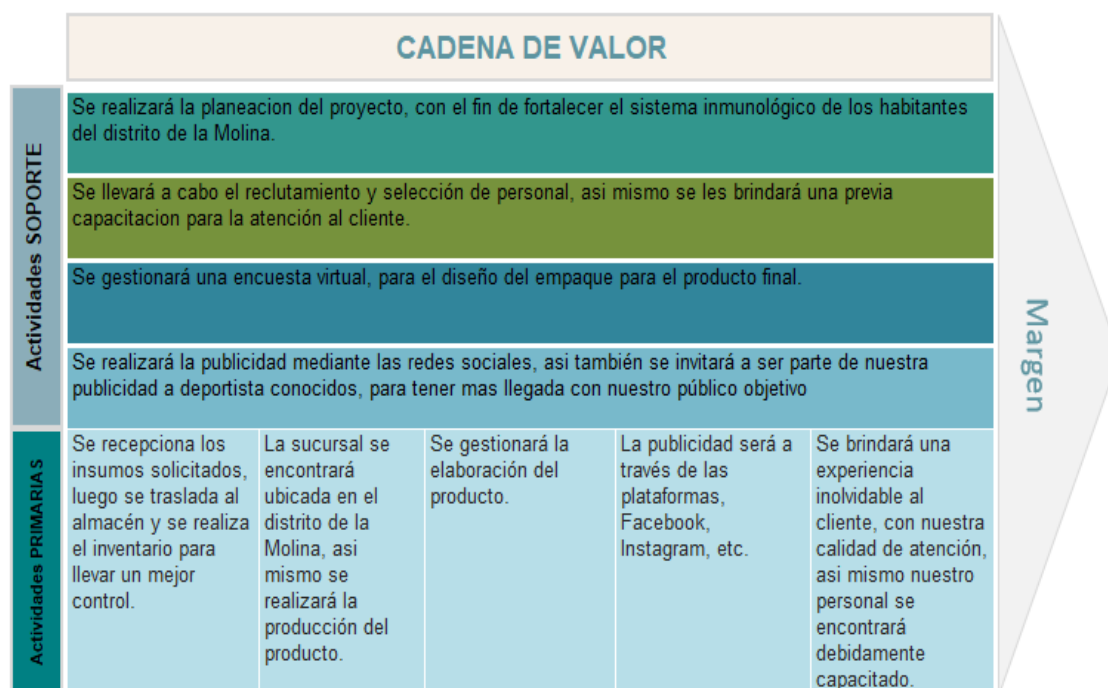
- Se realiza el vaciado de los siguientes insumos en una fuente:
 - Gofio de Milo.
 - Avena.
 - Almendras.
 - Avellanas.
 - Nueces.
 - Semillas de calabaza triturada.
 - Semillas de lino molida.
 - Cúrcuma ecológica de canela.
 - Espirulina en polvo.

Se procede a mover todos los insumos, añadimos los dátiles posteriores a ellos se realiza la masa, se agrega aceite de oliva, miel de palma ecológica, mezclamos los ingredientes y le damos forma de barra a la masa. Finalmente lo rebozamos en semillas de lino y listo.

4.3.1. Cadena de valor

La continuación presentamos nuestra cadena de valor

Figura 8. Cadena de valor.



Fuente: elaboración propia.

V. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Habilidades de incorporación, clasificación y contrato.

5.1.1. Habilidades de Reclutamiento

Nuestra estrategia de reclutamiento está basada en 5 estrategias importante que deberá considerarse y así contar con el personal idóneo en nuestra empresa, por lo tanto, detallamos los puntos a evaluar para nuestro reclutamiento.

Figura 9. Estrategias de reclutamiento.

	Definir el Target (Elegir las fuentes de reclutamiento)		Requisitos para reunir al candidato		Personal con Actitud Proactiva (Aportando valores y diferenciarse del resto)
	Cuidar el Contenido (Ofrecer la mejor publicación en redes)		Conocer las condiciones laborales (lo que se ofrece a los candidatos)		

Fuente: elaboración propia.

4.3.2. Clasificación de personal

Para nuestra selección del personal tenemos implementado los siguientes puntos:

- Recepción de solicitudes - Entrevista de Selección.
- Verificación de datos y referencias personales.
- Entrevista con el personal del área.
- Decisión de contratación

4.3.3. Contratación de colaboradores

En esta última etapa de contratación del personal, se define algunos aspectos y que serán las siguientes:

Figura 10. Aspectos legales y contractuales

Aspectos Legales	<ul style="list-style-type: none"> • Modalidad del contrato de trabajo • Duración del contrato. • Revisión de los alcances económicos • Periodo de Prueba • Obligaciones y Prohibiciones
Aspectos contractuales	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos Presupuestales. • Suscripción y legalización del Contrato. • Pago en planilla al trabajador.

Fuente: elaboración propia.

5.2. Inducción, preparación y valoración del personal

5.2.1. Método de Inducción

En la estrategia de inducción para nuestro proyecto de la Espirulina hemos considerado las siguientes estrategias:

- Difundir entre el personal las políticas de la organización.
- Involucrar la Participación dinámica del jefe inmediato para los nuevos colaboradores.
- Dar a conocer todas las áreas al personal contratado.
- Reconocimiento al personal por el buen trabajo realizado.

5.2.2. Preparación de personal

- Garantizar el aprendizaje del personal nuevo.
- Establecer una nueva herramienta de comunicación.
- Buscar el conocimiento de las reglas brindadas por la empresa.
- Captar la atención del personal nuevo.
- Se busca la participación de las personas inscritas en la capacitación.
- Se busca el crecimiento y la adaptación a nuevas circunstancias.

5.2.3. Valoración del colaborador

- Mediante la eficiencia de su trabajo y de acuerdo con el puesto.
- Mediante evaluaciones periódicas.
- Mediante sus criterios estratégicos que tienen para su labor.
- Mediante el uso de su grado de conocimiento.

- Compromiso del trabajador con la organización.
- Mediante el desenvolvimiento del trabajo en equipo.
- Mediante la planificación de los trabajos.

5.3. Métodos de motivación y desarrollo del personal

5.3.1. Método de motivación

Es importante para nuestra empresa llegar a lograr nuestros objetivos y tener éxito, para ello damos a conocer lo siguiente puntos:

- Tener a nuestro personal con un buen clima laboral, es fundamental que realicen el trabajo con compromiso y entusiasmo.
- Mantener al personal motivado, como tomarlos en cuenta, reconocerlos como empleado del mes. La motivación es el motor para que cada miembro de la empresa contribuya a lograr nuestros objetivos.
- Fomentar la comunicación vertical y horizontal con todos los colaboradores de la organización.

5.3.2. Desarrollo del personal.

- Brindar la oportunidad de tener una línea de carrea que les permita a los colaboradores crecer tanto personalmente como profesionalmente.
- Horarios flexibles que les permita realizar otras actividades como pasar más tiempo en familia.
- Cada cierto tiempo dedicar a realizar algún tipo de actividad con todos los colaboradores de la empresa incluidos los jefes, supervisores, pues esto contribuirá a crear mejores relaciones entre todos los miembros de la organización.

5.4. Gratificaciones e indemnizaciones al personal

Nosotros como empresa estableceremos la compensación laboral en relación a beneficios para obtener una mayor productividad por parte de nuestros colaboradores, uno de los objetivos de la remuneración y compensación de nuestra empresa será:

- Tener personal calificado.
- Cumplir con los beneficios de ley.
- Garantizar la igualdad.
- Alentar el desempeño adecuado.
- Definimos que la compensación es parte de la recompensa que una organización brinda a sus colaboradores.

A continuación, se considera el siguiente cuadro donde se detalla el sueldo del personal.

Figura 11. Sueldos del personal

SUELDOS CON BENEFICIOS DE ACUERDO A LEY			
Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Administrador	1	S/ 1,800	S/ 21,600
Secretaria	1	S/ 1,200	S/ 14,400
Almacén	1	S/ 1,500	S/ 18,000
Vendedores	3	S/ 3,900	S/ 46,800
Total	4	S/ 8,400	S/ 100,800

Fuente: elaboración propia.

VI. PLANIFICACION FINANCIERA

6.1. Historial financiero del negocio

Actualmente la empresa no dispone de historia financiera, por tratarse de un proyecto a desarrollar. Para la ejecución de este plan de negocio se fundará una nueva empresa la cual está conformada por los miembros creadores del proyecto, quienes aportan valor económico para el país.

6.2. Datos supuestos y políticas generales del negocio

Espirulina S.A.C Perú, será financiado con capital propio, es decir, la idea que se tiene es que inicialmente será una pequeña empresa, con la llegada de la pandemia se presentaron diversas dificultades y bajas, por la cual se espera mejores económicas a partir de enero del año 2022, será una sociedad anónima cerrada, que será evaluada en un plazo de 4 años (2022,2023,2024 y 2025). En nuestro negocio trabajaremos con la moneda nacional que son los soles, para realizar un adecuado análisis de rentabilidad usaremos el VAR y el TIR, además lograremos notar que para obtener un adecuado punto de equilibrio debemos producir 4915 unidades.

6.3. Proyección de ventas del negocio

Tener un plan de ventas bien estructurado permite a la empresa poder alcanzar los objetivos hacia el futuro. En este caso el plan de venta en los próximos 4 años es:

Tabla 1. Plan de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS EN LOS PROXIMOS 4 AÑOS				
PLAN DE VENTAS	Cereales de espirulina	Cereales de espirulina de avellanas	Cereales de espirulina de calabaza	Cereales de espirulina de curcuma
2022	S/ 5,200.00	S/ 6,300.00	S/ 7,500.00	S/ 9,000.00
2023	S/ 4,300.00	S/ 5,500.00	S/ 6,800.00	S/ 8,400.00
2024	S/ 3,800.00	S/ 5,000.00	S/ 6,200.00	S/ 7,500.00
2025	S/ 4,800.00	S/ 6,000.00	S/ 7,300.00	S/ 8,700.00
TOTAL	S/ 18,100.00	S/ 22,800.00	S/ 27,800.00	S/ 33,600.00

Fuente: elaboración propia.

6.4. Análisis de costos del negocio

Aquí la empresa plasma todos los costos que va a necesitar para poder desarrollar el proyecto. Para obtener el total de los costos fijos realizaremos la suma de los gastos mensuales que se realizaran obligatoriamente.

Tabla 2. Pagos obligatorios mensuales.

COSTOS FIJOS		
	Mensuales	
Servicios		
Luz	S/	350.00
Agua	S/	200.00
Telefono	S/	80.00
Internet	S/	150.00
Total de servicios	S/	780.00
Alquiler		
Local	S/	650.00
Total de Alquiler	S/	650.00
Sueldo		
1 administrador	S/	1,800.00
1 secretaria	S/	1,200.00
1 almacén	S/	1,500.00
3 vendedores	S/	3,900.00
Total de sueldos	S/	8,400.00
TOTAL	S/	9,830.00

Fuente: elaboración propia.

6.5. Punto de equilibrio del negocio

En este caso, para que la empresa se encuentre en equilibrio se necesita una producción de 4915 unidades de cereales.

Tabla 3. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA		
Costo fijo	S/	9,830.00
Costo Variable	S/	2,000.00
Costos Totales	S/	11,830.00
Costo Variable Unitario	S/	5.00
Precio de Venta	S/	7.00
Punto de equilibrio		4915

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Gastos anuales

GASTOS ANUALES						
	AÑO 0	2022	2023	2021	2025	
Inversión inicial	S/ 22,920					
Flujo de caja	-S/ 22,920.00	S/ 2,987	S/ 34,857	S/ 12,645	S/ 125,485	
COK		10%				

Fuente: elaboración propia.

6.6. Adquisición de materia prima e insumos para la producción

Se presentan los equipos, enseres, materia prima necesaria para que la empresa empiece a funcionar.

Tabla 5. Obtención de materiales

Adquisición de materiales e insumos para la producción	
EQUIPOS	S/7,450
Molino de granos	S/2,500
Impresora eléctrica codificadora	S/1,200
Faja transportadora	S/1,800
Balanza electrónica	S/650
Envasadora vertical	S/1,300
MATERIA PRIMA	S/2,660
Gofio de Milo	S/250
Avena	S/300
Almendras	S/450
Avellanas	S/280
Semilla de calabaza triturada	S/320
Semilla de lino molida	S/400
Cúrcuma ecológica de canela	S/380
Espirulina en polvo	S/280
ENSERES	S/15,700
Laptop	S/1,800
Sillas	S/750
Escritorio	S/350
Estantería	S/800
Vehículo	S/12,000
COSTOS TOTALES	S/25,810

Fuente: elaboración propia.

6.7. Inversión inicial del negocio

La inversión inicial que se debe tener para realizar adecuadamente nuestro negocio teniendo en cuenta los materiales y maquinas que necesitaremos será de S/22,920.00. La inversión que se tendrá para la maquinaria y utensilios que se necesitara para implementar el negocio será de S/22,920.00 y para el equipo y vestimenta que se le brindara al personal se hará una inversión de S/450.00.

Tabla 6. Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
DESCRIPCIÓN	MONTO
Maquinarias y utensilios	S/ 20,800.00
EPP (Equipo de protección)	S/ 450.00
Enseres	S/ 700.00
Útiles de limpieza	S/ 120.00
Constitución de la empresa	S/ 850.00
TOTAL	S/ 22,920.00

Fuente: elaboración propia.

6.8. Capital de trabajo del negocio

El capital de trabajo de la empresa Espirulina S.A.C Perú es del monto de S/ S/11,830, en el cual incluye los costos fijos y los costos variables para permitir que esta empresa se encuentre activa.

Para poder obtener de manera adecuada el capital necesario tomaremos en cuenta 300 días hábiles, y luego se realizará la suma de la producción, administración y venta.

Tabla 7. Capital inicial

CAPITAL INICIAL DE LA EMPRESA			
	Gastos totales anuales	Gastos totales mensuales	Gastos diarios
Total de costos y gastos	S/58,560.00	S/ 4,880.00	S/ 195.20
Costos de producción	S/ 22,920.00	S/ 1,910.00	S/ 76.40
Gastos de administración	S/ 9,830.00	S/ 819.17	S/ 32.77
Gastos de venta	S/25,810	S/2,150.83	S/86.03
DIAS HÁBILES	300		

CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO	DIAS NECESARIOS	2022	2023	2024	2025
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		S/6,441.60	S/6,441.60	S/6,441.60	S/6,441.60
EFFECTIVO	6	S/1,171.20	S/1,171.20	S/1,171.20	S/1,171.20
INVENTARIO MATERIA PRIMA	10	S/ 1,952.00	S/ 1,952.00	S/ 1,952.00	S/1,952.00
INVENTARIO DE INSUMOS	8	S/ 1,561.60	S/ 1,561.60	S/ 1,561.60	S/1,561.60
INVENTARIO DE CEREALES	4	S/ 780.80	S/ 780.80	S/ 780.80	S/ 780.80
CUENTAS POR COBRAR	5	S/ 976.00	S/ 976.00	S/ 976.00	S/ 976.00

Fuente: elaboración propia.

6.9. Fuentes de financiamiento del negocio

La fuente de financiamiento del negocio será propia, la idea es que sea un negocio que se realizara con amigos que se encuentren interesados en las ideas (4 personas), por lo tanto, como la inversión inicial es de S/ 22,920 a cada persona le tocará invertir el monto de S/ 5,730, es decir, que no se utilizara el financiamiento de bancos ni cajas.

Tabla 8. Nombre de los inversionistas e inversión inicial.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
NOMBRES DE LOS INVERSIONISTAS	INVERSIÓN INICIAL
Elizabeth	S/5,730
Viviana	S/5,730
Cindy	S/5,730
Susan	S/5,730
TOTAL DEL CAPITAL	S/22,920

Elaboración propia.

6.10. Proyección de flujo de caja del negocio

En este punto identificaremos los gastos y las entradas que se presentan en el negocio. Además, el saldo acumulado depende de los ingresos y egresos que se tenga en la empresa.

Tabla 9. Flujo de caja.

PROYECCIÓN DE LFUJO DE CAJA					
FLUJO DE CAJA					
CUENTAS	AÑOS				
	Año 0	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Ingresos por venta		S/ 45,000	S/ 31,500	S/ 37,500	S/ 43,500
Cuentas por cobrar		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
TOTAL DE INGRESOS		S/ 45,000	S/ 31,500	S/ 37,500	S/ 43,500
EGRESOS					
Costo de ventas		-S/ 8,542	-S/ 10,635	-S/ 13,598	-S/ 16,754
Inversión inicial	-S/ 22,920	S/ -			
TOTAL DE EGRESOS	-S/ 22,920	-S/ 8,542	-S/ 10,635	-S/ 13,598	-S/ 16,754
INGRESOS - EGRESOS	-S/ 22,920	S/ 53,542	S/ 42,135	S/ 51,098	S/ 60,254
SALDO ACUMULADO	-S/ 22,920	S/ 30,622	S/ 72,757	S/ 123,855	S/ 184,109

Fuente: elaboración propia.

6.11. Análisis de rentabilidad del negocio

El VAN hace referencia al valor actual neto y el TIR se refiere a la tasa interna de retorno, tomaremos una tasa inicial del 10% y notaremos que las ganancias de la empresa serán factibles. Para poder obtener f_1 , f_2 , f_3 y f_4 , se tomó en cuenta el flujo de caja anual correspondiente de cada año.

Tabla 10. Análisis de rentabilidad.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD		
VAN Y TIR		
IO	-S/	22,920
f1	S/	2,987
f2	S/	34,857
f3	S/	12,645
f4	S/	125,485
n		4
COK		10%
VAN		S/ 103,811.21
TIR		89%

Fuente: elaboración propia.

6.12. Estado de resultados proyectado del negocio

En la siguiente tabla se presenta los montos proyectados de ganancia en los próximos 4 años.

Tabla 11. Montos proyectados próximos 4 años.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO DE LA EMPRESA				
	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/ 105,972	S/ 259,457	S/ 435,775	S/ 646,749
COSTO DE VENTAS	S/ 8,542	S/ 10,635	S/ 13,598	S/ 16,754
UTILIDAD BRUTA	S/ 97,430	S/ 248,822	S/ 422,177	S/ 629,995
GASTOS DE VENTAS	S/ 9,830	S/ 10,430	S/ 11,030	S/ 11,630
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	S/ 7,800	S/ 8,800	S/ 9,800	S/ 10,800
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 79,800	S/ 229,592	S/ 401,347	S/ 607,565
GASTOS FINANCIEROS	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/ 79,800	S/ 229,592	S/ 401,347	S/ 607,565
IMPUESTO A LA RENTA	S/ 23,142	S/ 66,581.68	S/ 116,390.63	S/ 176,193.85
UTILIDAD NETA	S/ 56,658	S/ 163,010.32	S/ 284,956.37	S/ 431,371.15

Fuente: elaboración propia.

6.13. Situación financiera del negocio

En esta parte podemos observar los pagos, bienes y servicios que se tienen en la empresa, tomando en cuenta la inversión inicial.

Tabla 12. Balance general.

BALANCE GENERAL ESPERADO PARA EL MES DE DICIEMBRE DEL 2022			
BALANCE GENERAL PROYECTADO A DICIEMBRE DE 2022			
ACTIVO			PASIVO
ACTIVO CORRIENTE			Suelos por pagar
Efectivo	S/	98,375	Prestamos por pagar
Cuentas por cobrar			TOTAL DE PASIVOS
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTE	S/	98,375	
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO
Propiedad, planta y equipo	S/	-	Capital social
Intangibles	S/	-	Utilidad
Depreciación	-S/	4,200.00	TOTAL DE PATRIMONIO
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTE	-S/	4,200.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			S/
TOTAL DE ACTIVOS	S/	94,175.00	

Fuente: elaboración propia.

6.14. Medición de sensibilidad y riesgo del negocio

6.14.1. Análisis de sensibilidad.

Lo que podemos observar en esta tabla es que se puede hacer una combinación factible de precios, para poder obtener ganancias y mantener un estándar adecuado de precios.

Tabla 13. Sensibilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
S/ 103,811.21	S/ 12.00	S/ 10.00	S/ 8.00	S/ 6.00	S/ 4.00	S/ 2.00
S/ 18.00	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21
S/ 16.00	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21
S/ 14.00	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21
S/ 12.00	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21	103811.21

Fuente: elaboración propia.

Las casillas de colores verde son las combinaciones posibles que nos conviene para poder obtener una ganancia.

6.14.2. Análisis de riesgo.

a. Riesgo operacional:

Al crear una empresa encontraremos diversos riesgos y con los cambios constantes a nivel mundial nos veremos obligados a elevar nuestros precios, y esto nos afectaría debido a que somos una empresa con poco tiempo en el mercado. En el proceso productivo puede haber ciertas fallas, sin embargo, como empresa buscaremos la manera de realizar constantes estudios de mercado para analizar y supervisar las mejoras que se buscará implementar.

Tabla 14. Matriz de riesgo

MATRIZ DE RIESGO			
EVENTO	PROBABILIDAD	CONSECUENCIA	RIESGO
EVENTO 1	MUY BAJA	MODERADA	Riesgo Aceptable

Fuente: elaboración propia.

Tabla 15. Consecuencia

		CONSECUENCIA				
		MÍNIMA	MENOR	MODERADA	MAYOR	MÁXIMA
PROBABILIDAD		1	2	4	8	16
MUY ALTA	5	5	10	20	40	80
ALTA	4	4	8	16	32	64
MEDIA	3	3	6	12	24	48
BAJA	2	2	4	8	16	32
MUY BAJA	1	1	2	4	8	16

Fuente: elaboración propia.

Tabla 16. Leyenda

NIVEL DE RIESGO	COLOR
RIESGO ACEPTABLE	
RIESGO TOLERABLE	
RIESGO ALTO	
RIESGO EXTREMO	

Fuente: elaboración propia.

b. Riesgo político:

Debemos tener en cuenta este factor debido a que pueden ocurrir diversos cambios económicos en el país, afectando el desarrollo y avance de la empresa, por esta

razón buscaremos la mejor manera de poder contrarrestar los diversos problemas que se puedan presentar mediante diversos planes de contingencias y evitar que nuestros ingresos se vean afectados.

VII. EQUIPO GERENCIAL DEL NEGOCIO

7.1. Descripción del equipo gerencial del negocio

En el proyecto de investigación se va desarrollar el organigrama de la siguiente manera:

Figura 12. Organigrama de la empresa.



Fuente: elaboración propia.

- **Gerente General:** Llevará a cabo el mando de toda la organización, con el fin de cumplir todo las reglas y normativas del organigrama.
- **Departamento de Logística:** En Este departamento se detallará dos áreas donde se realizará la producción y el almacenamiento de los productos.
- **Departamento de Marketing:** Se llevará a cabo las estrategias de ventas, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa.

- **Departamento de finanzas:** Se llevará acabo el área de contabilidad y tesorería para cumplir con las funciones tributarias. Así como también el pago de los proveedores, etc.
- **Departamento de gestión y talento humano:** En esta área se llevará acabo el reclutamiento y selección de personal, así mismo se les brindará la inducción y capacitación.

VIII. CONCLUSIONES

- El proyecto que estamos elaborando da a conocer los beneficios de la espirulina, buena fuente proteica de alimentos, aportando vitaminas, calcio, hierro. No obstante, se mencionó que el alga de la espirulina es tan medicinal para contrarrestar problemas de la gripe, así como también de covid 19.
- Nuestro proyecto se enfoca en elaborar y desarrollar nuestro cereal de espirulina con el fin de continuar difundiendo los grandes beneficios que puede dar a la población. Así mismo es fundamental que la población pueda verse beneficiada con las propiedades tan positivas de esta alga de espirulina mejorando así su calidad de vida.
- Concluimos que al analizar el entorno encontramos amenazas como la inestabilidad política que actualmente se ve en nuestro país, por otro lado, para la elaboración de este proyecto encontramos oportunidades como el aumento de la población por consumir productos a base de ingredientes naturales lo cual es un punto muy favorable para nuestro emprendimiento.
- Las estrategias propuestas en el plan de negocio son muy importantes para poder alcanzar los objetivos deseados.

- Este proyecto tiene como finalidad fortalecer el sistema inmunológico ya que actualmente el país se encuentra en una crisis sanitaria, cuando nos referimos a la espirulina este producto tiene grandes beneficios para el organismo.
- Los cereales de Espirulina será un producto muy reconocido y recomendable para los consumidores por su alto valor nutritivo.
- Nuestro producto cumple con los estándares de calidad, esto generará un impacto positivo en los consumidores además periódicamente se cumplirán medidas para asegurar la vigencia de producto.
- Al crear una empresa encontraremos diversos riesgos y con los cambios constantes a nivel mundial nos veremos obligados a elevar nuestros precios, esto nos puede afectar debido a que somos una empresa con poco tiempo en el mercado, como empresa buscaremos la manera de realizar constantes estudios de mercado para analizar y supervisar las mejoras que se buscará implementar.

IX. RECOMENDACIONES

- Se recomienda el consumo de la espirulina en sus distintas presentaciones ya que sus ventajas del alga espirulina son múltiples: su alto valor nutritivo y medicinal. Así mismo se recomienda realizar este proyecto, por su viabilidad y se pueda replicar para el beneficio al consumidor final.
- Buscar el remplazo con otras harinas con mejores propiedades.
- Tener presente que la manera de elaborar nuestros cereales mayormente lo consumirán personas veganas.
- Debemos de analizar ciertos contornos de los ácidos grasos.

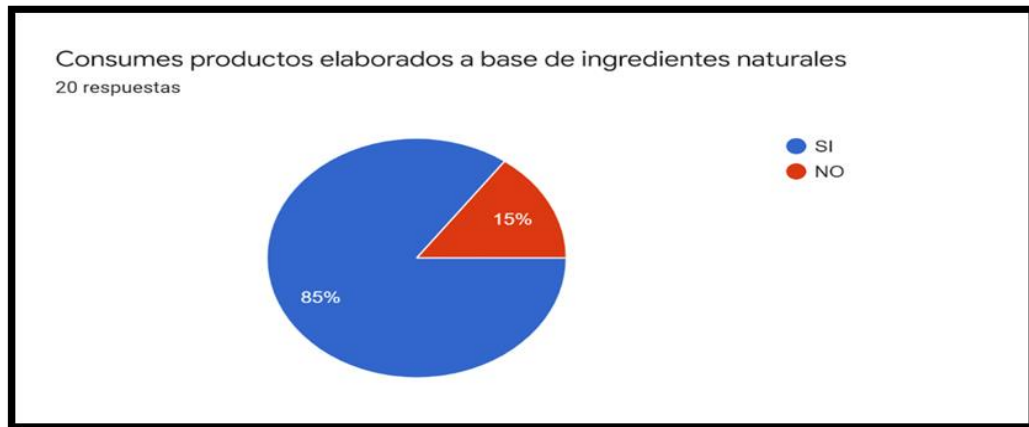
- Tener en cuenta el porcentaje de fibra soluble para el mejoramiento de nuestros productos al consumidor para no tener ningún tipo de daño intestinal.
- Se recomienda a las personas que por la coyuntura actual del Covid-19, consumir productos elaborados con ingredientes naturales además de una alimentación balanceada.

X. REFERENCIAS

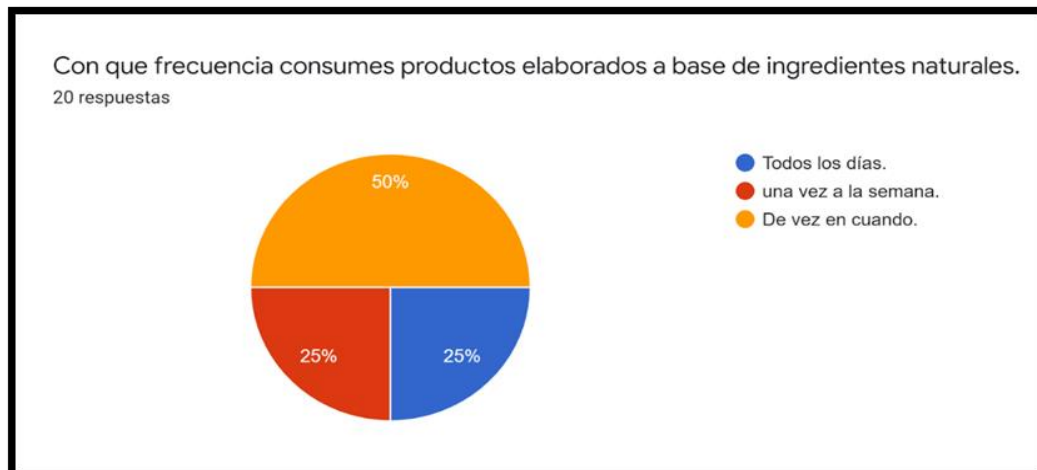
- IPN. (29 de Junio de 2021). *Udual Noticias* . Obtenido de Udual Noticias :
<https://www.udual.org/principal/2021/06/29/estudia-ipn-proteinas-de-alga-spirulina-que-fortalecen-el-sistema-inmune/>
- DYNAMIC. (s. f.). DYNAMIC. <https://www.dynamicgc.es/cadena-de-valor-porter/>
- LARRIBA, L. M. (2016, 1 septiembre). Billage. Billage. Recuperado 23 de mayo de 2022, de <https://www.getbillage.com/es/blog/alexander-osterwalder-business-model-canvas>

ANEXOS

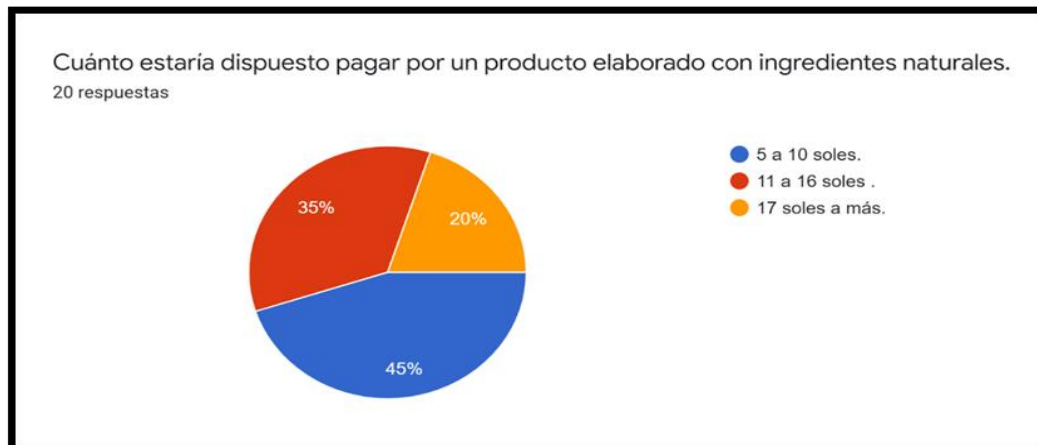
Anexo 1. Resultado interrogante 1



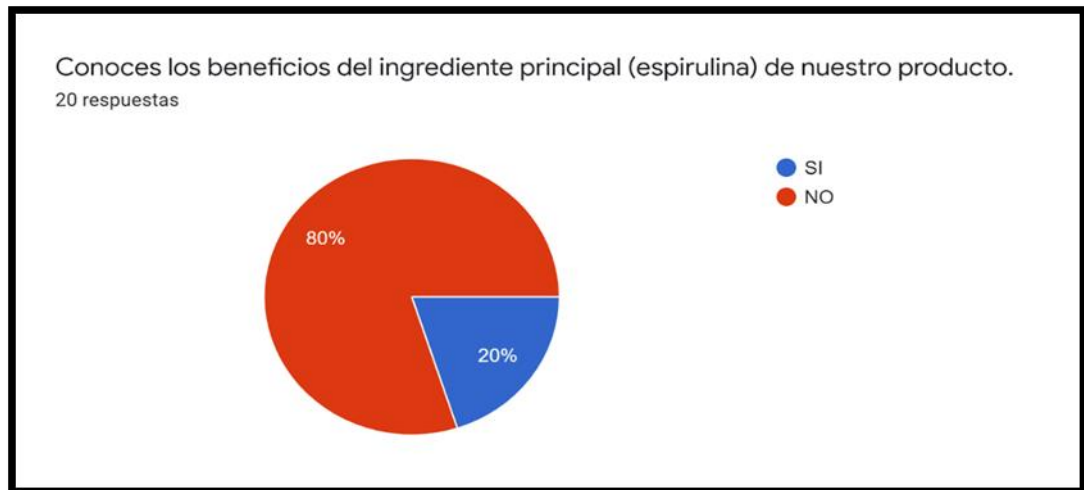
Anexo 2. Resultado interrogante 2



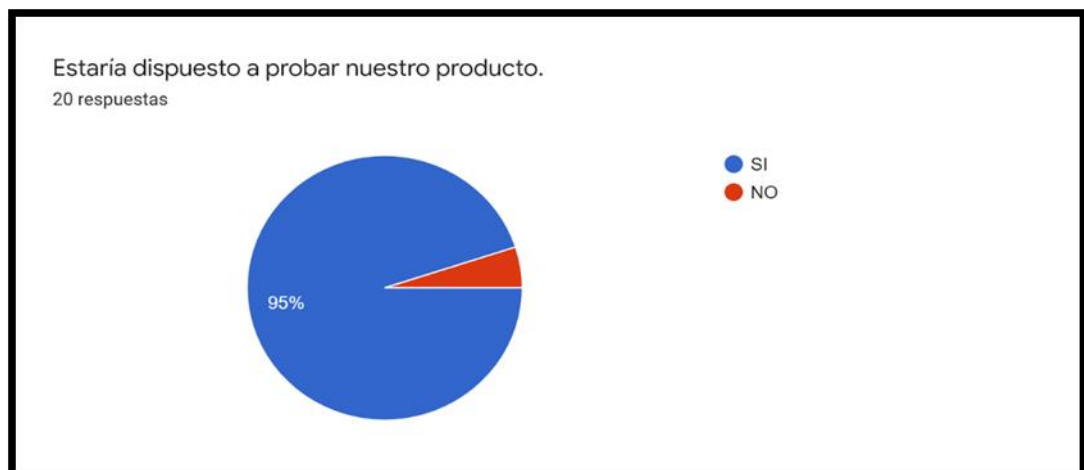
Anexo 3. Resultado interrogante 3



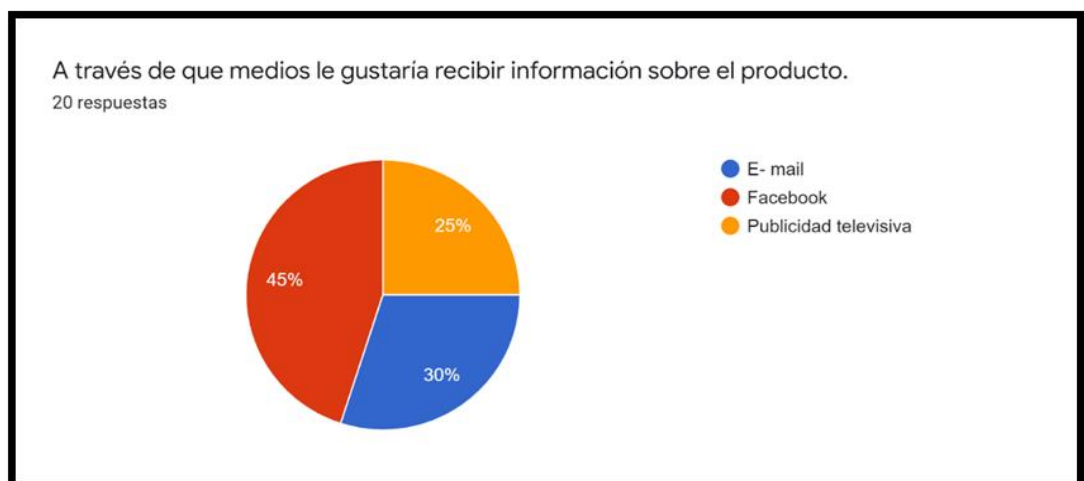
Anexo 4. Resultado interrogante 4



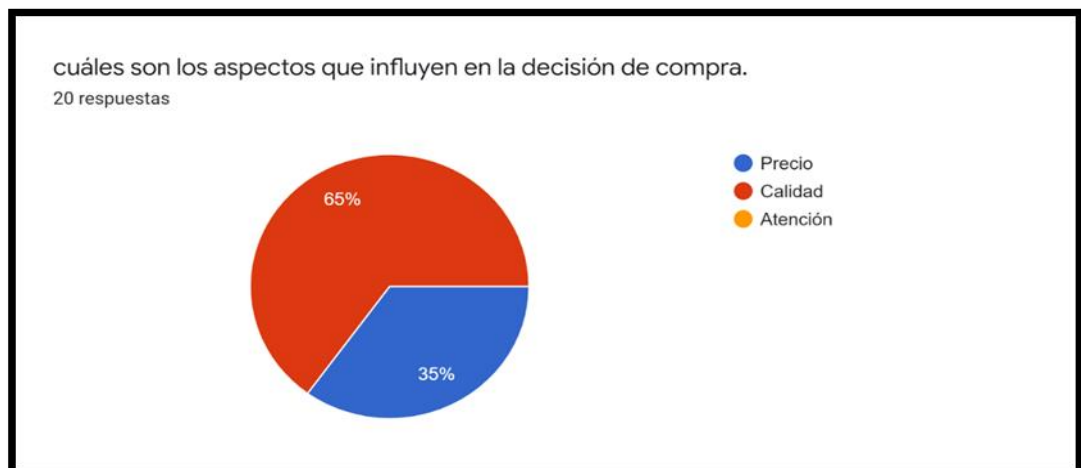
Anexo 5. Resultado interrogante 5



Anexo 6. Resultado interrogante 6



Anexo 7. Resultado interrogante 7



Anexo 8. Resultado interrogante 8

