



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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE YOGURT DE PITAHAYA Y
ENDULZANTE DE STEVIA, QUE AYUDA A COMBATIR
PROBLEMAS DIGESTIVOS, DIABETES Y CÁNCER AL
COLON EN LIMA METROPOLITANA - 2022”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:

BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Jessica Lucero Gomez Muñoz (0000-0002-4185-4569)

Rey Rogger Morales Quispe (0000-0003-2971-2135)

Jasmin Ambar Sanabria Ratache (0000-0002-0435-7977)

Angie Brigitte Guizado Torres (0000-0003-2449-7229)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 18/12/2022

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

Mg. / RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

“Plan de negocio para la producción y comercialización de yogurt de pitahaya y endulzante de stevia, que ayuda a combatir problemas digestivos, diabetes y cáncer al colon en lima metropolitana – 2022”

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071370	Jessica Lucero Gómez Muñoz
100071286	Rey Rogger Morales Quispe
100071407	Jasmin Ambar Sanabria Ratache
100072146	Angie Briguitte Guizado Torres

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

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

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100071370	Jessica Lucero Gómez Muñoz	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
100071286	Rey Rogger Morales Quispe	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
100071407	Jasmin Ambar Sanabria Ratache	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
100072146	Angie Briguitte Guizado Torres	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Plan de negocio para la producción y comercialización de yogurt de pitahaya y endulzante de stevia, que ayuda a combatir problemas digestivos, diabetes y cáncer al colon en Lima metropolitana - 2022

Autores. Jessica Lucero Gómez Muñoz; Rey Rogger Morales Quispe; Jasmin Ambar Sanabria Ratache; Angie Brigitte Guizado Torres

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 1988259714).

Resultado de la evaluación. 6%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	6
LISTA DE FIGURAS	7
RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	13
1.1. Análisis del entorno.....	13
1.2. Sondeo de mercado	15
1.2.1. Sondeo de mercado local	15
1.3. Análisis de la empresa.....	17
CAPÍTULO II: PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA	18
2.1. Visión	18
2.2. Misión.....	18
2.3. Objetivos estratégicos.....	18
2.4. Estrategia del negocio	19
2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.....	20
CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING	21
3.1. Objetivos de marketing.....	21
3.2. Marketing mix	21

3.3.	Descripción de producto o servicio.....	22
3.4.	Estrategia de precio.....	23
3.5.	Estrategia de distribución o plaza	24
3.6.	Estrategia de promoción	25
3.7.	Estrategia de servicio al cliente o postventa.....	25
3.8.	Estrategia de posicionamiento.....	25
CAPÍTULO IV: PLAN DE OPERACIONES		26
4.1.	Objetivos de operaciones:.....	26
4.2.	Actividades previas al inicio de la producción	26
4.3.	Proceso de producción del bien o servicio	27
CAPÍTULO V: DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS		30
5.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal	30
5.2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	31
5.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	33
5.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	34
CAPÍTULO VI: PLAN FINANCIERO		34
6.1.	Historia financiera de la empresa	34
6.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	35
6.3.	Plan de ventas de la empresa	36
6.4.	Análisis de costos	38

6.5.	Punto de equilibrio de la empresa	39
6.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción	41
6.7.	Inversión inicial.....	41
6.8.	Capital de trabajo	43
6.9.	Fuentes de financiamiento.....	43
6.10.	Proyección de flujo de caja	44
6.11.	Análisis de rentabilidad	45
6.12.	Estado de resultados proyectado de la empresa.....	45
6.13.	Estado de situación financiera proyectado de la empresa	46
6.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa	47
CAPÍTULO VII: DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA EMPRESA		52
7.1.	Descripción del equipo gerencial de la empresa	52

LISTA DE TABLAS

Número		Página
1	Comparación de precios	23
2	Supuestos de la empresa YUGO DRAGÓN S.A.C.	34

LISTA DE FIGURAS

Número		Página
1	Estudio de la matriz Foda de la empresa YOGU DRAGRÓN S.A.C	16
2	Mercadotecnia de “YOGU DRAGÓN”	20
3	Modelo de envase YOGU DRAGÓN	22
4	Etiqueta de presentación	22
5	Diagrama de proceso de YOGU DRAGÓN S.A.C	27
6	Plano de replanteo de YOGU DRAGÓN S.A.C.	28
7	Información de YUGO DRAGÓN S.A.C.	34
8	Ventas futuras en un periodo de tres años	35
9	Ventas proyectadas del yogurt “Yogu Dragón”	36
10	Costo mensual del yogurt de pitahaya y endulzante de stevia.	37
11	Análisis del costo anual del yogurt de pitahaya y endulzante de stevia.	38
12	Análisis de break-even point de YOGU DRAGÓN	39

13	Compra de materiales a fin de la fabricación de “Yogu Dragón”	40
14	Representación de la inversión	41
15	Capital corriente de YOGU DRAGÓN S.A.C	42
16	Pronóstico de Yogu Dragón en su flujo efectivo	43
17	Coste - beneficio de VAN y TIR	44
18	Situación de ganancias y pérdidas dirigido a 1 año de YUGO DRAGÓN S.A.C	44
19	Situación del balance contable del 2023 de YUGO DRAGÓN S.A.C.	45
20	Análisis de sensibilidad de la empresa YUGO DRAGÓN S.A.C	46
21	Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en un crecimiento del 20% del costo del producto	47
22	Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en una reducción del 20% del costo del producto.	48
23	Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en un crecimiento del 15% del costo del producto	49

24	Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en una reducción del 15% del costo del producto	50
25	Flujograma YOGU DRAGÓN S.A.C.	51

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio se dedicará a la producción y comercialización del yogurt de pitahaya con endulzante de stevia, un producto nacional que brindará aporte a una mejor alimentación y beneficio a la salud. Por otro lado, se realizó el estudio del PEST, con el objetivo de contar con más información del panorama global. La razón social de nuestro proyecto es "Yogu Dragón S.A.C.", teniendo como siguiente nombre comercial "Dragón Fruit".

Actualmente el consumidor peruano se encuentra enfocado en el cuidado de su alimentación y buscando formas de consumir productos más saludables y balanceados tomando conciencia de una vida con buena salud.

Por otro parte, nuestro público objetivo en especial es para niños y adultos de la tercera edad de la cual estarán ubicados Lima metropolitana y en todo el Perú. Este producto ayuda a combatir sus problemas digestivos, diabetes y cáncer al colon, mejora la circulación de la sangre, es un antioxidante natural, regula la presión, contiene captina, vitamina C y regenera las células previniendo el envejecimiento.

Por último, el plan de negocio será rentable porque se obtuvo un valor neto S/.2,996,398.10, de igual manera ocurre en la tasa interna de rentabilidad, dando como consecuencia 51%.

INTRODUCCIÓN

Para llevar a cabo el proyecto empresarial para la productividad y venta del yogurt de pitahaya y endulzante de estevia, podemos decir que la pitahaya en el Perú, se produce en los departamentos de Amazonas y San Martín, asimismo, se cuenta con 20 variedades de pitahaya donde cada una tiene sus propias características y beneficios, por lo tanto, mencionaremos dos variedades: la pitahaya amarilla que es la más dulce por lo cual contiene más sabor y la pitahaya roja que es menos aromática y posee un sabor más insípido, sin embargo, es la que contiene más vitamina C, necesario para multitud de procesos en nuestro cuerpo.

Dentro del primer capítulo, detallamos la presentación del proyecto Yogu Dragón S.A.C, lo cual desarrollamos el análisis PESTE, asimismo poder analizar el entorno externo. Por consiguiente, se realizó una exploración del mercado local en lo cual, se destacó las características de la población, asimismo para identificar los grados socioeconómicos que existen en el Perú y poder seleccionar nuestra población final. Luego se muestra la investigación de la matriz FODA de Yogu Dragón S.A.C., para poder formular estrategias.

Asimismo, en el segundo capítulo, se detalla la información que nos identifican como empresa, donde mencionamos nuestro objetivo principal y nuestra meta a futuro donde queremos llegar, así como también de los objetivos fundamentales que se realizarán a largo plazo, etc.

Por otro lado, en el tercer capítulo, se analiza las estrategias de marketing que nos accederá lograr los objetivos deseados por la empresa, por ello desarrollamos las

acciones marketing mix o las 4p, las características del Yogu Dragón, el planeamiento del costo del producto, distribución de la empresa, tácticas para lograr promociones y así alcanzar el posicionamiento de promoción.

Además, en el cuarto capítulo, tenemos los procesos productivos que nos abarcamos en los objetivos, las actividades de fabricación del producto y el procedimiento que se lleva a cabo.

Luego de ello en el quinto capítulo, se realiza el esquema de la estructura y el plan de gestión de capital humano, también analizamos el reclutamiento del personal, las tácticas incorporación, la formación, valoración a los colaboradores, las tácticas de estimulación y crecimiento, como además de sus políticas de recompensa.

Para finalizar, en el sexto capítulo se detalla acciones financieras de la empresa, donde analizamos los gastos e inversiones y en el séptimo capítulo la estructura jerárquica que se ha implementado, lo cual se puede visualizar en el diagrama de flujo de YOGU DRAGÓN S.A.C.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

Dentro del estudio del entorno, realizaremos el macroentorno que viene hacer el ambiente externo de YOGU DRAGÓN S.A.C., de manera que nos permitirá poder reconocer las conveniencias y advertencias.

Político:

- En la inestabilidad política es uno de los factores principales para el alza del dólar, por lo tanto, en la actualidad el tipo de cambio tiene un alza de 3.96 soles.
- En junio del 2022, la informalidad de las micro y pequeñas empresas se incrementó a un 85%, ante la ausencia de acciones del gobierno.
- Las múltiples protestas de conductores y cultivadores debido a la elevación del petróleo y productos de primera necesidad, asimismo, el gobierno manifestó medidas para exonerar el IGV en las comidas y en la gasolina solo por un periodo definido.

Económico:

- La economía continuará mejorando y examinará un aumento del 3.3% aproximado entre los años del 2023 y del 2025.
- Un 3,6% del Producto Bruto Interno aumentaría, asociándose al más grande comienzo de las ocupaciones económicas más dañadas por el Coronavirus.

- Inflación en el Perú fue del 1% en el mes de julio y llega al 5.6% en lo que va del año 2022, por efecto del alza de los precios internacionales en los combustibles y alimentos básicos.
- En la Expo 2020 Dubái, el Perú se resaltó por su colaboración, con la existencia del líder del gobierno que consiguió demostrar la cultura y pluralidad, con el fin de captar a los financieros y poder afirmar el restablecimiento económico.

Social:

- La valoración de desempleo fue de un 8,9% dentro del trimestre entre el 2021 y el 2021 de Lima Metropolitana, a diferencia de inicios del trimestre del 2021 que fue del 14,5% (INEI, 2022).
- En Lima Metropolitana 2022: La población según el nivel socioeconómico se clasifica de este modo, el 22% está perteneciendo al nivel A/B, el nivel C es de 47.9%, en el D es de 24.5% y por último el E que corresponde al 5,6% (CPI, 2022).

Tecnológico:

- La tendencia del consumidor ha llevado a utilizar cada vez más tecnología en su relacionamiento con el mundo.
- El 73 % de las empresas están encaminadas con el uso de la tecnología.
- El Perú registra un 0,13% del PBI, lo cual es una baja inversión en CTI, a diferencia de otros países que están ejecutando.

Ecológico:

- El Departamento de Medio Ambiente informa que en el país se establecerán sensores de contaminación del agua y del aire, lo que también ayudará a reducir la contaminación.
- MINAM anuncia metas sectoriales, proporcionará SGD 13,3 millones para el mantenimiento de la biodiversidad.
- Aprueban reglamentos para la transmisión de señales o alarmas ambientales, que incluyen medidas para fortalecer las respuestas a las amenazas ambientales.

1.2. Sondeo de mercado

1.2.1. Sondeo de mercado local

Los peruanos buscan productos que aporten positivamente hacia su bienestar, por consiguiente, se distingue en los peruanos una clara preferencia hacia productos saludables según nos informa Euromonitor (2018). Es por ello por lo que se aprecia una clara oportunidad de incursionar en la industria de productos que aporten un valor nutricional, con propiedades favorables para la salud y tengan un sabor exótico.

Por otra parte, muchas personas desconocen los beneficios y propiedades que aporta el consumo de la fruta “Pitahaya” para su salud, por esa razón, es recomendada por expertos en nutrición y medicina, debido a que este fruto presenta un alto valor nutricional, si lo consumes con su pulpa y semillas te brindara elevadas propiedades en fibra, además, favorece a la flora intestinal, previene el estreñimiento, brinda un bajo aporte calórico y sus hidratos de carbono que hace una adecuada comida

dietética. De igual manera, contiene captina que es una sustancia que contribuye como tonificante natural para el corazón y relajante para el sistema nervioso.

En el Perú se puede encontrar este tipo de fruto Cactáceas conocido como “fruta del dragón” o “Pitahaya” de la cual está ubicado en los departamentos de Bellamar, Nuevo Chimbote, Ancash, Amazonas y San Martín, pero también está existiendo el cultivo en otros lugares como Piura, Lambayeque y Junín (provincia de Chanchamayo). Con respecto a nuestro segmento de nivel socio económico nuestro producto será dirigido a NSE A, B y C, debido a los altos costos de esta fruta ya que es escasa.

1.3. Análisis de la empresa

Figura 1

Estudio de la matriz Foda de la empresa YOGU DRAGRÓN S.A.C

		FORTALEZA		DEBILIDAD	
		F1.	Procesos productivos que respetan la responsabilidad social	D1.	Ser una empresa nueva en el mercado
		F2.	Personal y tecnología con gran desarrollo para elaborar y comercializar el yogurt de pitahaya	D2.	La empresa no cuenta con una propia distribución para trasladar los productos a los almacenes
		F3.	Adaptados a los cambios que realizan las redes sociales	D3.	Aumento de costos en temporadas de escasez de pitahaya en el Perú, por motivo de la importación
		F4.	Buenas relaciones con los agricultores (proveedores) de frutos cactáceos	D4.	Altos costos de mantenimiento de almacenamiento y distribución
		F5.	Procesos sistematizados que mejoran la calidad del producto	D5.	Bajo conocimientos en el mercado sobre la pitahaya
OPORTUNIDAD		1. Estrategia FO		2. Estrategia DO	
O1.	El gobierno está impulsando su cultivo y consumo de lo saludable	(F3+O2+O3)	Enfocarnos en las estrategias de redes sociales para promover los productos del yogurt de pitahaya promocionando sus beneficios nutritivos	(D3:O1)	Aprovechar el impulso del gobierno para la reducción de costos de pitahaya
O2.	Ausencia de competidores de productos de yogurt de pitahaya	(F5:O1)	Contribuir con la ayuda del gobierno para mantener la calidad del producto en el mercado	(D1:O2)	Aprovechar la ausencia de los competidores que ofrecen productos saludables para posicionarnos en el mercado
O3.	Tendencia de los consumidores a seguir un estilo de vida saludable	(F1:O4)	Mejorar los procesos de responsabilidad social, ya que contamos con los beneficios de los regímenes tributarios como nueva empresa	(D5:O1)	Utilizar el impulso del gobierno para sustituir los conocimientos sobre la pitahaya
O4.	Beneficios tributarios para nuevas empresas	(F2:O1)	Incidir en capacitar y actualizar al personal para el incremento de la ventas con ayuda del gobierno	(D2:O4)	Utilizar los beneficios tributarios para adquirir transportes
AMENAZA		3. Estrategia FA		4. Estrategia DA	
A1.	Políticas laborales dadas por el gobierno	(F5:A1)	Incrementar los procesos de sistematización para evitar el impacto negativo sobre las políticas laborales	(D3:A4)	De incrementarse los conflictos sociales y cierres de carreteras deberá contratarse a terceros para la refrigeración de los insumos y productos
A2.	Comercialización de productos sustitutos	(F5+F2+A2)	Enfocarnos en las mejoras en los procesos sistematizados, que nos ayuden a competir contra los productos sustitutos	(D3:A3)	Al incrementarse la escasez de la pitahaya y los precios de fertilizantes, contamos con relaciones directa con los agricultores
A3.	Incremento de los precios de fertilizantes	(F4+A3)	De incrementarse lo precios de fertilizantes contamos con una relación directa con los proveedores	(D5:A2)	Diferenciarnos en todas las redes sociales para aumentar los conocimientos de la pitahaya y disputar contra los productos sustitutos
A4.	Conflictos sociales que ocasionan problemas de abastecimiento de frutos cactáceas				

CAPÍTULO II: PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

La sociedad constituida para los efectos de este proyecto de comercio se calificará como “Yogu Dragón S.A.C.”, por lo cual mantendrá la denominación mercantil de “Dragón Fruit”, para que la empresa elabore y comercialice el yogur de pitahaya con edulcorantes y stevia para combatir la digestión problemas de salud, diabetes, cáncer colon, mejorando los buenos hábitos alimentarios de los consumidores, especialmente niños y ancianos.

2.1. Visión

Posicionarnos como una marca líder en la venta de productos nutritivos, reconocida por estar comprometida con la alimentación saludable, calidad, practicidad y continua innovación, impulsada por un excelente equipo humano, bajo un modelo de negocio que aporte cuidado y rentabilidad.

2.2. Misión

Satisfacer con excelencia el mercado objetivo en general, ofreciendo nuestro producto eficiente y diferente, a través del consumo del yogurt de pitahaya con endulzante de stevia, con alternativa saludable, buscando mejorar la alimentación que contribuirá a la salud.

2.3. Objetivos estratégicos

Teniendo en cuenta un límite de tiempo de cinco (5) años, los objetivos estratégicos (OE) que esta compañía se plantea alcanzar para el año 2027, son los siguientes:

- OE1: Optimizar un 50% la participación en el mercado, con el apoyo de las redes sociales, campañas o ferias y transformar a la empresa a contribuir con innovaciones creando sinergias para obtener resultados beneficiosos para la compañía.
- OE2: Conseguir que los consumidores o clientes se transformen en el centro de las actividades de la empresa, de esta forma los empleados trabajarán pensando en cómo lograr que el cliente tenga una experiencia memorable con los productos, ayudándose a través de las promociones, logrando alcanzar una fidelización hacia la marca.
- OE3: Generar alianzas estratégicas con colaboradores y proveedores, logrando convertirnos en una gran empresa.
- OE4: Invertir proyectos que permitan automatizar todos los procesos de la empresa, para laborar con eficiencia y generando comodidad a la compañía para realizar nuevas ideas que ayuden al crecimiento fundamentado en tecnología de la información.

2.4. Estrategia del negocio

YOGU DRAGÓN S.A.C. usaremos unas tácticas de enfoque genérico que tenga en cuenta los atributos únicos de la pitahaya y la stevia, además del público específico que consideramos es por ello que nos enfocaremos en:

YOGU DRAGÓN, estará enfocado en las personas que quieran combatir problemas digestivos, diabetes y cáncer al colon en lima metropolitana y en todo el Perú, el producto del yogurt de pitahaya con endulzante de stevia, su valor nutritivo es muy saludable para combatir enfermedades.

2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Este propósito de la empresa es indispensable conocer que YOGU DRAGÓN S.A.C. se diferenciara de los competidores en el mercado de yogures y productos sustitutos, entre estas diferencias se encuentran:

- Como empresa ofreceremos los beneficios y propiedades de la pitahaya con stevia tras el consumo de nuestro producto “YOGU DRAGÓN”.
- Contaremos con un producto de calidad tras una selección rigurosa de proveedores para los insumos.
- Nos diferenciamos por ofrecer la mayor calidad en nuestra producción e instalaciones, por esto la compañía va a tener los papeles de autorización sanitaria y certificación por las instituciones de DIGESA y SENASA.
- Optamos por un adecuado ambiente laboral e incentivos hacia nuestros colaboradores.
- Habilitaremos facilidades de pago con nuestros clientes y distribuidores.

CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING

3.1. Objetivos de marketing

Figura 2

Mercadotecnia "YOGU DRAGÓN"

Objetivo	Indicador	2022	2023	2024
Construir y desarrollar la imagen y la reputación de la marca	Seguidores en el fanpage	5,000.00	15,000.00	30,000.00
	Visitas del clientes a la pagina web	3,000.00	10,000.00	20,000.00
Satisfacer a los consumidores	Nivel de satisfacción al consumidor	35%	55%	80%
Alcanzar la máxima rentabilidad en el negocio	Nivel de ventas	15%	40%	70%
Posicionamiento o notoriedad de la marca	Recordación de la marca	10%	30%	55%

3.2. Marketing mix

Conforme se va elaborando nuestro plan de negocios utilizaremos las estrategias de las 4Ps que específicamente son el producto, precio, punto de venta y promoción, de la cual, nos contribuirán en ser más reconocido en el mercado para alcanzar un mejor posicionamiento, ya que nos aportará con la maximización de las ventas y el minimizar nuestros costos, el tener conexiones con intermediarios, la calidad en los canales de ventas y comunicación, contar con una buena empresa proveedora de insumos, un precio adecuado o que se acomode a un punto de equilibrio, y por último efectuar la valoración postcompra que nos dará como finalidad alcanzar un dialogo con los usuarios y asegurar el buen crédito o estimación hacia nuestra compañía.

3.3. Descripción de producto o servicio

El yogurt “YOGU DRAGÓN” será elaborado 100% natural con un control de sanidad respecto a la fruta, la stevia y la leche que son producidos en nuestro país, además la leche es de vaca por lo cual será espesa, vaporizada, nivelada y purificada que a su vez contará con pedazos de pitahaya con el endulzante de stevia. Con respecto al envase de vidrio de 900 gr que es reciclable, será producido por nuestra empresa, al igual que las etiquetas que tiene de contenido la cantidad, el valor nutricional, como consumirlo, advertencias y el número de la empresa donde podrán llamar ante cualquier inconveniente. Además, este producto nos permite mejorar en la circulación de la sangre, es un antioxidante natural, regula la presión, contiene captina, vitamina C y regenera las células previniendo el envejecimiento. Por otro lado, según el informe Indecopi (2020) “el NSE A/B evidenció una mayor frecuencia de lectura y entendimiento de la información” (pg.16). Por consiguiente, nos ilustra que parte de nuestro público objetivo tomará en cuenta las indicaciones de la etiqueta y valoran lo nutricional del producto, ya que, también están pendientes del cuidado de su salud y no tienen dificultades con pagar un precio más alto.

Figura 3

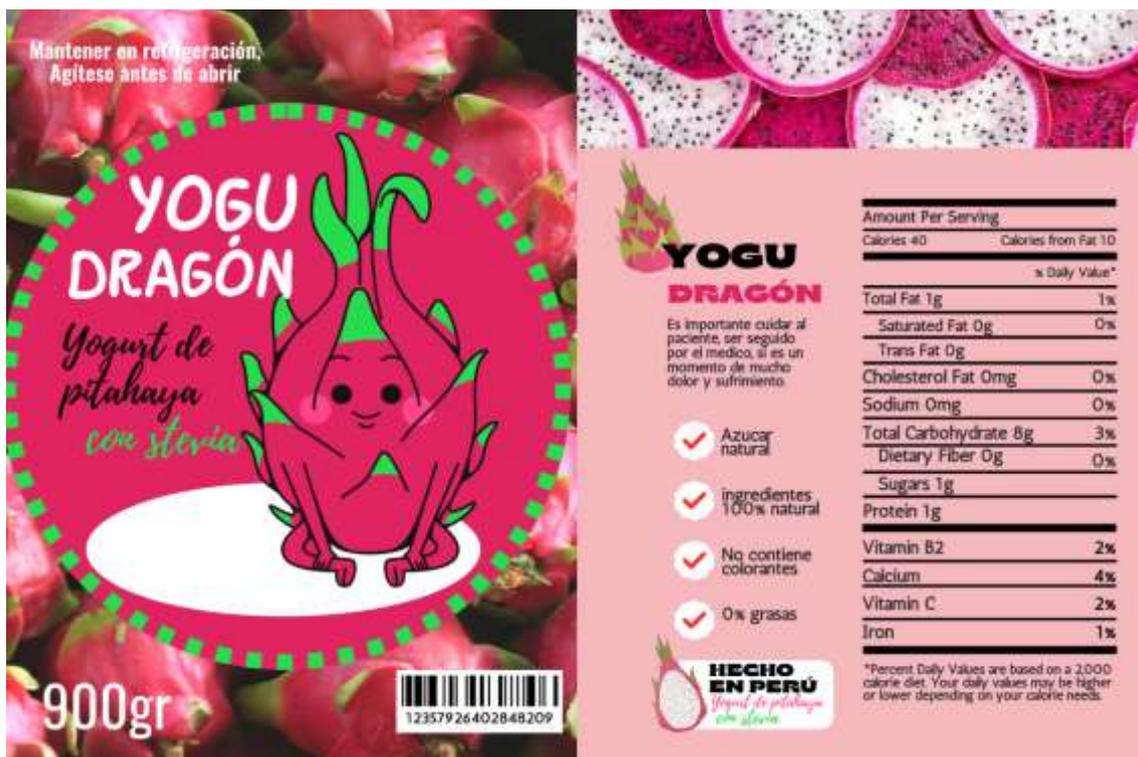
Modelo de envase YOGU DRAGÓN



Nota. La imagen corresponde a “Berlin Packaging”, puesto que se toma de referencia para el recipiente del producto Yogu Dragón.

Figura 4

Etiqueta de presentación



3.4. Estrategia de precio

El yogurt de pitahaya será un producto nuevo en el mercado e innovador, que estará dirigido al nivel socioeconómico A, B y C debido a los altos costos de la

pitahaya al no ser tan reconocida en el Perú. Por otro lado, la estrategia de precio será en base a las competencias del mercado y a los costos del tamaño y cantidad del envase, de acuerdo con ello obtendremos un precio adecuado para nuestros clientes, que asimismo nos accederá abrirnos en el mercado en un grupo selectivo que a su vez podremos competir con marcas que ya se encuentran posicionadas mostrando la diferencia del producto.

Tabla 1

Comparación de precios

Productos de comparación	Precio	Cantidad
Yogurt de pitahaya con endulzante de stevia (Yogu Dragón)	S/. 9.00	900 gr
Yogurt batido griego (Laive)	S/. 9.50	800 gr
Yogurt line 0% (DANLAC)	S/. 9.90	900 gr
Yogurt Mix berries (Vakimu)	S/.12.40	500 gr

3.5. Estrategia de distribución o plaza

Se realizará el canal de atención al cliente que será mediante la página web o nuestras redes sociales donde podrán realizar sus pedidos de manera digital, es por ello, que no contaremos con un establecimiento de ventas ya que será todo de manera virtual. Por otro lado, contamos con cinco almacenes donde el almacén central de la planta de producción que estará ubicado en el departamento de San Martín debido a la cercanía de los insumos principales como la pitahaya, la leche y la stevia que a su vez servirá como acopio ya que se encargará de la selección de los productos y de una mejor conservación. Por otro lado, los otros almacenes estarán ubicados en Lima, Arequipa, Cusco y Trujillo donde solo será para el guardado del producto ya terminado.

El yogurt es importante que se mantenga en cadena de frío para poder lograr la garantía de sus valores nutricionales.

3.6. Estrategia de promoción

Se lanzarán campañas de publicidad con los beneficios que brinda el yogurt, asimismo con promociones en los precios como precios bajos, publicidad de 2x1, eventos, descuentos, degustaciones, publicidad en redes sociales con influencers dando conocimiento del producto.

3.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

En YOGU DRAGÓN contaremos con un espacio de atención al comprador, de tal manera que se tendrá un dialogo directo y monitoreo del historial del cliente, como también tendremos la resolución de problemas y facilitaremos el libro de reclamaciones ya sea el virtual o físico. A continuación, se realizará las siguientes acciones:

- Se ejecutará encuestas en nuestras redes sociales como Pagina web, Instagram o Facebook, donde nos podrá facilitar la información y poder analizar sobre nuestro público objetivo, ayudándonos a mejorar para nuestra empresa y los usuarios.
- Brindaremos atención las 24 horas, donde habrá personal capacitado y estará encargado de absolver las dudas o quejas del público.

3.8. Estrategia de posicionamiento

Se buscará el posicionamiento del yogurt de pitahaya y endulzante de stevia con elementos de creación y mantener en el mercado con una imagen

particular del producto. Se basará en brindar beneficios que promuevan una mejor salud, bienestar y prevenir enfermedades para nuestros consumidores generando un buen estilo de vida con producto 100% fruto natural.

CAPÍTULO IV: PLAN DE OPERACIONES

4.1. Objetivos de operaciones:

Con respecto a nuestra organización contaremos gracias a los objetivos de operaciones con el fin de cubrir las necesidades del cliente y ser eficientes en el proceso productivo, de la cual son los siguientes:

- Se implementará un estricto proceso de calidad, con el fin de mitigar en un 30% la merma y/o productos defectuosos obteniendo un porcentaje no excedente al 3%.
- Se mantendrá un control cuatrimestral sobre la operatividad de las maquinarias para mitigar retrasos o inactividad en la producción.
- Para una adecuada administración de los insumos se implementará el método PEPS (primeras entradas, primeras salidas), para una mejor rotación de los insumos según el orden de ingreso, dando como prioridad de salida los recursos que colocaron antes.

4.2. Actividades previas al inicio de la producción

Anticipadamente nuestra productividad priorizará en tener las autorizaciones sanitarias que otorga DIGESA y que se pueda cumplir con modelos de calidad, garantizando confianza a los clientes. Seguidamente tras un estudio

estratégico planteamos una ubicación adecuada para la planta y el almacenamiento, considerando lo siguiente:

- La localización de la planta de producción será ubicada en el departamento de San Martín a fin de tener cercanía con los proveedores de los insumos principales que es la pitahaya, la leche y la stevia.
- El almacén se ubicará estratégicamente entre las ciudades más pobladas del Perú donde, además, existan consumidores del nivel socioeconómico A, B y C, contaremos con almacenes en San Martín, Lima, Arequipa, Cusco y Trujillo respectivamente.
- Realizar un sondeo del mercado específico al que venderemos y conocer bien a nuestros potenciales clientes objetivos.

4.3. Proceso de producción del bien o servicio

Dentro del diagrama de procesos de YOGU DRAGÓN, será planteado detalladamente en lo cual visualizaremos en la siguiente figura, explicaremos cómo se realiza el proceso de productividad empezando de la adquisición de los insumos hasta la terminación del producto final “Yogu Dragón”.

De tal modo mostraremos el Layout en la figura 6, donde especificaremos la ubicación de cada área estratégicamente, desde la adquisición de los insumos hasta el servicio post venta, teniendo como objetivo el mitigar la saturación y mermas durante el desarrollo de la productividad.

Figura 5

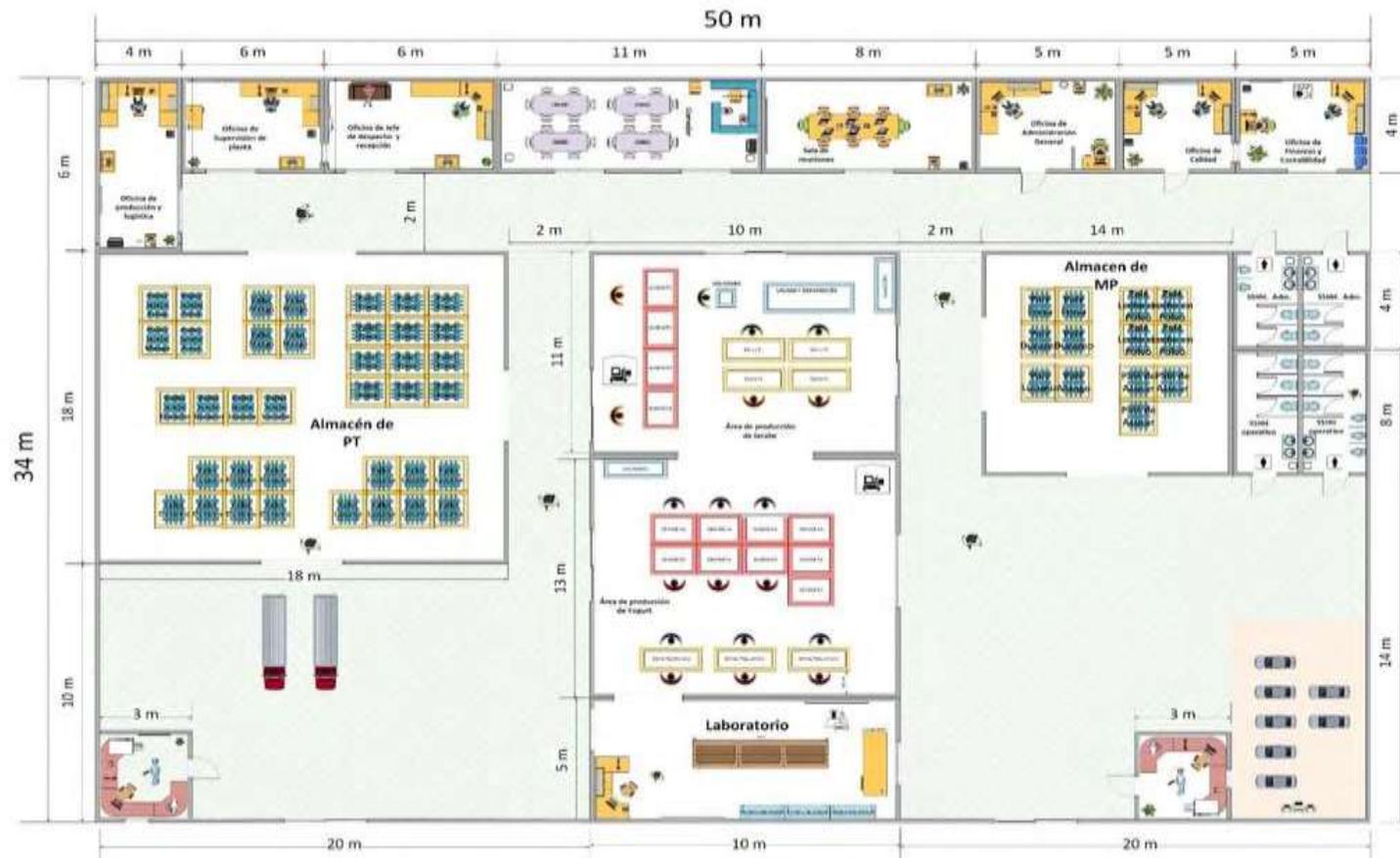
Diagrama de proceso de YOGU DRAGÓN S.A.C



Elaboración propia

Figura 6

Plano de replanteo de YOGU DRAGÓN S.A.C.



Nota. Adaptado del plano de la planta del proyecto, de M. Macharé y R. Zevallos, 2017, recuperado de: <https://docplayer.es/74931862-Pontificia-universidad-catolica-del-peru.html>

CAPÍTULO V: DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

En esta etapa es cuando seleccionaremos al personal adecuado para el área de trabajo requerido, sin embargo, él o los candidatos deberán pasar por una serie de filtros para que cumplan los requisitos y los estándares del puesto a ocupando las necesidades requeridas de la organización.

Reclutamiento:

- Para todos los puestos que se requieran ocupar trabajarán teniendo en cuenta la misión, visión y valores que funciona en “Yogu Dragón”.
- Para puestos de jefatura en la organización se requerirá como mínimo se debe contar con 2 años de practica en el puesto que postule y además que cuente con título o certificado.
- Para cada puesto dentro de la organización se va a elaborar un manual de organización y responsabilidades, cuyo contenido tendrá especificado las funciones, conocimientos, competencias y habilidades requeridas.
- Con el fin de obtener mayor alcance de postulantes para los distintos puestos de la organización se publicarán anuncios en plataformas digitales de trabajo como CompuTrabajo, Bumeran, Indeed y redes sociales, donde se obtendrá información básica de los postulantes como su CV y posteriormente pasar por el proceso de selección.

Selección:

- Cada puesto de la empresa se va a detallar explícitamente las responsabilidades laborales que se deberán realizar, además de comentarle los beneficios de trabajar para nosotros.
- Se determinará un perfil que sea idóneo para cada puesto, es decir que el postulante deberá contar con ciertas aptitudes, estudios y/o certificaciones de operatividad de maquinaria.
- Para el caso de contratación de personal para los puestos administrativos, jefatura o asistentes seremos muy minuciosos y deberán contar con experiencia de 2 años como mínimo.
- Aquellos postulantes finales deberán pasar por su examen psicológico y médico.

Contratación:

- Como finalidad tras los procesos de reclutamiento y selección, se escogerá el postulante mayor capacitado y apto para el puesto, asimismo se ejecutarán los procedimientos legales para el contrato del personal y su respectiva inscripción a la planilla de la empresa junto con la entrega del uniforme si es del área de producción.

5.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

Introducción:

- Llevaremos a cabo una explicación que corresponde a nuestro colaborador del área, asimismo conocerá a los superiores como también a otros

colaboradores, de la cual se podrá comunicar ante cualquier situación que pueda tener en la organización.

- Se les informará sus funciones, tareas e indicadores en el puesto que se ha solicitado, por lo tanto, confirmar que el colaborador sepa las reglas de la organización.
- Se llevará a cabo también un recorrido por la empresa, para que puedan conocer las ubicaciones de cada área.

Preparación y habilitación:

- Las preparaciones se efectuarán anualmente cuatro veces en cada área, informando sus vivencias que han tenido en su puesto de trabajo. También se hará uso de tecnología que será brindada en las preparaciones, asimismo será enérgica y comprensible para los colaboradores, de acuerdo con ello se conseguirá una mejora e incremento en el desarrollo de la productividad de los trabajadores.
- Se fortalecerán las habilidades blandas de cada área donde podrán progresar, además de tener un buen desenvolvimiento en su ocupación o zona que se les asigna a los trabajadores.
- Alinear los indicadores de los trabajadores con los de la organización, para laborar con un mismo objetivo, dirección, asimismo lograr conseguir la misión y visión de la empresa.

Evaluación de colaborador:

- Aplicaremos una táctica con visión circular de 360°, el cual se enfoca en percibir de manera integral los comentarios de los colaboradores y sus

superiores con quienes interactúan constantemente, con este método aplicado en cada área de trabajo lograremos conseguir una retroalimentación en estos.

- Se implementará metas e indicadores por medio de la jefatura y colaboradores determinando ser accesibles y concretos, para el cual se tomará medidas de control como desempeño laboral por trabajador y el tiempo en el cumplimiento de las metas.
- Efectuaremos diagnósticos psicológicos de la cuales será por medio de una entrevista, que permitirá identificar como también reconocer ciertas cualidades, actitudes e inteligencia que podrían afectar o influir en el trabajo.

5.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

- Realizaremos conferencias o asambleas, donde colaboradores igual como los encargados de área se acopien, asimismo pueden participar directamente, compartiendo ideas, conocimientos, experiencias, dudas, por lo tanto, se logrará así crear un ambiente de libre expresión.
- Premiación y reconocimiento por el desempeño del colaborador, lo cual obtendrá remuneraciones y bonificaciones, para que se puedan sentir motivados.
- Flexibilidad de horarios ante casos personales de nuestros colaboradores, para que sientan el compromiso y lealtad que tenemos con los colaboradores.

- Se brindarán cursos y capacitaciones para que nuestros trabajadores estén actualizados y tengan un aprendizaje continuo, asimismo el beneficio será para la organización y el talento humano.

5.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

- Compensaciones por horas extras en el trabajo dentro de la empresa, de manera efectiva adicional u ofrecer días de descanso laboral, asimismo dependerá de las horas extras reunidas en el trabajo.
- Las fechas de pago serán respetados y cumplidos, asimismo la organización ofrece beneficios y eso está pactado en el contrato.
- Los altos niveles de rendimiento de cada área serán reconocidos y premiados mediante un aumento de sueldo o vacaciones por una semana.
- La organización cubrirá las necesidades básicas de nuestros talentos humanos, además del salario que reciben, tendrá la posibilidad de tener seguro de vida o coberturas médicas.

CAPÍTULO VI: PLAN FINANCIERO

6.1. Historia financiera de la empresa

YOGU DRAGÓN es nuevo en el comercio peruano, por lo tanto, no se cuenta con un historial crediticio, es por ello que nos basaremos en nuestros costos y en la base de información que hemos obtenido de negocios que se encuentran establecidas en el Perú.

6.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Posteriormente, se mostrará la información específica de la empresa YOGU DRAGÓN S.A.C, de lo cual se considera alcanzar en el primer año de funcionamiento:

Figura 7

Información de YUGO DRAGÓN S.A.C.

Volumen de ventas (2022)	400,000
Precio de venta	S/ 9.00
Costo unitario	S/ 2.36
Costo totales (CV+CF)	S/ 3,575,480.00

Tabla 2

Supuestos de la empresa YUGO DRAGÓN S.A.C.

Cotización de divisas	<i>Estimación del dólar inestable</i>
Valor de la UIT	<i>Pronóstico de una valoración de S/. 200 para el año 2023, lo cual se considera un incrementó para la UIT</i>

La información y supuestos nos servirá para tener en cuenta ante la comercialización y producción del producto de Yogu Dragón, a pesar de ello, en necesario tomar en cuenta las políticas del Perú para poder efectuar lo siguiente:

- Se efectuarán los pagos a los abastecedores de los componentes principales como la pitahaya, la leche y la stevia, mediante transferencias bancarias, una vez llegado el insumo a la planta y a ver tenido que pasar por control de calidad.

- Se podrán aceptar pagos de los clientes ya sea en efectivo o giros bancarios.
- También los clientes que realicen compras al por mayor, se le considerará un pago por producto de S/. 8.50.
- Se contará con un stock de seguridad de productos en el almacén, antes cualquier inconveniente que se tenga con los clientes.

6.3. Plan de ventas de la empresa

Figura 8

Ventas futuras en un periodo de tres años

Información	2023	2024	2025	TOTAL
Millones (S/)	S/ 500,000	S/ 700,000	S/ 900,000	S/ 2,100,000

Figura 9
Ventas proyectadas del yogurt “Yogu Dragón”

	2023		2024		2025		
Cantidad	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	Total S/
	200,000	300,000	300,000	400,000	400,000	500,000	2,100,000
P. unitario	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	
	S/ 9.00						
C. unitario	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	
	S/ 2.36						
Ingreso	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	Total S/
	S/ 1,800,000.00	S/ 2,700,000.00	S/ 2,700,000.00	S/ 3,600,000.00	S/ 3,600,000.00	S/ 4,500,000.00	S/ 18,900,000.00
Costo de venta	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	Total S/
	S/ 471,200.00	S/ 706,800.00	S/ 706,800.00	S/ 942,400.00	S/ 942,400.00	S/ 1,178,000.00	S/ 4,947,600.00
Utilidad bruta	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	<i>1er semestre</i>	<i>2do semestre</i>	Total S/
	S/ 1,328,800.00	S/ 1,993,200.00	S/ 1,993,200.00	S/ 2,657,600.00	S/ 2,657,600.00	S/ 3,322,000.00	S/ 13,952,400.00

6.4. Análisis de costos

A continuación, se describirán los costos variables y fijos que se determina en un periodo estimado de los gastos que tiene la empresa, en este caso identificamos los gastos anuales y mensuales.

Figura 10

Costo mensual del yogurt de pitahaya y endulzante de stevia.

COSTOS VARIABLES	MENSUAL
Mano de obra indirecta	S/ 39,200.00
Gastos de transporte	S/ 4,000.00
Materia prima	S/ 33,333.33
Otros	S/ 2,000.00
TOTAL	S/ 78,533.33
COSTOS FIJOS	MENSUAL
Seguro contra riesgo	S/ 250.00
Gastos administrativos	S/ 708.33
Mano de obra directa	S/ 204,850.00
Pago de internet y telefono	S/ 541.67
Pago de luz	S/ 10,056.67
Pago de agua	S/ 1,516.67
Otros	S/ 1,500.00
TOTAL	S/ 219,423.33
COSTO TOTAL	S/ 297,956.67

Figura 11

Costo anual del yogurt de pitahaya y endulzante de stevia.

COSTOS VARIABLES	ANUAL
Mano de obra indirecta	S/ 470,400.00
Gastos de transporte	S/ 48,000.00
Materia prima	S/ 400,000.00
Otros	S/ 24,000.00
TOTAL	S/ 942,400.00
COSTOS FIJOS	ANUAL
Seguro contra riesgo	S/ 3,000.00
Gastos administrativos	S/ 8,500.00
Mano de obra directa	S/ 2,458,200.00
Pago de internet y telefono	S/ 6,500.00
Pago de luz	S/ 120,680.00
Pago de agua	S/ 18,200.00
Otros	S/ 18,000.00
TOTAL	S/ 2,633,080.00
COSTO TOTAL	S/3,575,480.00

6.5. Punto de equilibrio de la empresa

Posteriormente especificaremos el análisis de break-even point o también llamado punto de equilibrio de YOGU DRAGÓN S.A.C, donde nos indicara la mínima cantidad que se deba producir para poder cubrir con los costos y gastos que genera la empresa. Por otro lado, nos sale como resultado que se debe vender alrededor de 33,026 productos.

Figura 12

Análisis de break-even point. de YOGU DRAGÓN

Precio de venta	S/	9.00
Unidades		400,000.00
Costo Variable Unitario	S/	2.36
Costo Fijo Mensual	S/	219,423.33
Margen de Contribucion		6.64

P.E.	33,025.79	<i>Cantidad de equilibrio</i>
P.E.	297,232.09	<i>Ingreso de equilibrio</i>

Unidades vendidas	Costo total	Ingreso x Ventas
-	S/ 219,423.33	S/ -
10,000.00	S/ 242,983.33	S/ 90,000.00
25,000.00	S/ 278,323.33	S/ 225,000.00
40,000.00	S/ 313,663.33	S/ 360,000.00
55,000.00	S/ 349,003.33	S/ 495,000.00
70,000.00	S/ 384,343.33	S/ 630,000.00
85,000.00	S/ 419,683.33	S/ 765,000.00
100,000.00	S/ 455,023.33	S/ 900,000.00
115,000.00	S/ 490,363.33	S/ 1,035,000.00
130,000.00	S/ 525,703.33	S/ 1,170,000.00
145,000.00	S/ 561,043.33	S/ 1,305,000.00



6.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

Figura 13

Compra de materiales a fin de la fabricación del Yogurt “Yogu Dragón”

Descripción de insumos	Unidad de medida
Pitahaya	Kg.
Leche evaporada	Lt.
Stevia	Kg.
Cultivos Lacticos	Kg.
Leche en Polvo	Kg.
Etiqueta	Millar.
Precinto Termoencogible	Millar.
Envase de vidrio y tapa	Millar.

6.7. Inversión inicial

En el siguiente punto, se mostrará los costos de inversión que se realizan para la implementación del proyecto, dentro de ello, también se agrega el IGV que viene hacer el 18%, ya sea en los activos de oficina y en los preoperativos donde a su vez están los gastos notariales y registrales, etc.

Figura 14
Representación de la inversión

INVERSION INICIAL (MONEDA SOLES S/)							
Egresos	Conceptos Principales		Cant.	Sub Total	IGV	Total	
	De Pre-operativos	Creación de la empresa			S/ 1,700,000	S/ 306,000	S/2,006,000
		Gastos notariales y registrales			S/ 70,550	S/ 12,699	S/ 83,249
		Sub Total (1)			S/ 1,770,550	S/ 318,699	S/2,089,249
	Activo de Oficina	Laptos		15	S/ 67,500	S/ 12,150	S/ 79,650
		Celulares		48	S/ 14,400	S/ 2,592	S/ 16,992
		Muebles y Enseres		20	S/ 30,000	S/ 5,400	S/ 35,400
		Desarrollo de Web Site y App		2	S/ 4,000	S/ 720	S/ 4,720
		Impresoras		5	S/ 7,500	S/ 1,350	S/ 8,850
		Sub Total (2)			S/ 123,400	S/ 22,212	S/ 145,612
TOTAL INVERSION ACTIVO TANGIBLE E INTANGIBLE				S/ 1,893,950	S/ 340,911	S/2,234,861	

6.8. Capital de trabajo

Figura 15

Capital corriente YOGU DRAGÓN S.A.C

Costo operativo anual	Primer año
Materia prima	S/ 400,000.00
Insumos y materiales	S/ 34,281.00
Planilla	S/ 2,928,600.00
Gastos administrativos	S/ 8,500.00
Gastos de comercialización	S/ 60,000.00
Otros	S/ 40,500.00
Total (S/)	S/ 3,471,881.00

6.9. Fuentes de financiamiento

Se examinó que, para comenzar el proyecto, se va a contar con la contribución efectivas de los 4 socios que serán comprometidos a que se lleva a cabo el proyecto de producción y comercialización del producto Yogu Dragón, es por ello, que no se contará con aportes financieros.

6.10. Proyección de flujo de caja

Figura 16

Pronóstico de Yogu Dragón en su flujo de efectivo

Información	0	2023	2024	2025
DETALLE DE INGRESOS				
Ingreso de Ventas	-	S/ 4,500,000.00	S/ 6,300,000.00	S/ 8,100,000.00
TOTAL DE INGRESOS	-	S/ 4,500,000.00	S/ 6,300,000.00	S/ 8,100,000.00
DETALLE DE EGRESOS				
Luz	-	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00
Agua	-	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00
Internet y telefono	-	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00
EGRESOS EN CONSUMO		S/ 145,380.00	S/ 145,380.00	S/ 145,380.00
Administrativo	-	S/ 8,500.00	S/ 8,600.00	S/ 8,700.00
Comerciales	-	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	S/ 62,000.00
Insumos y materiales	-	S/ 34,281.00	S/ 37,500.00	S/ 40,100.00
Transporte	-	S/ 48,000.00	S/ 49,000.00	S/ 50,000.00
Planilla	-	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00
EGRESOS OPERATIVO		S/ 3,079,381.00	S/ 3,084,700.00	S/ 3,089,400.00
TOTAL EGRESOS	-	S/ 3,224,761.00	S/ 3,230,080.00	S/ 3,234,780.00
Impuesto a la renta 29.5%	-	S/ 376,195.51	S/ 905,626.40	S/ 1,435,239.90
SALDO NETO	S/ -	S/ 899,043.50	S/ 2,164,293.60	S/ 3,429,980.10
SALDO ACUMULADO	S/ -	S/ 899,043.50	S/ 2,164,293.60	S/ 3,429,980.10
	Inversión inicial	S/ -2,234,861.00	-	-
	Capital de trabajo	S/ -289,323.42	-	-
FLUJO DE CAJA	S/ -2,524,184.42	S/ 899,043.50	S/ 2,164,293.60	S/ 3,429,980.10

6.11. Análisis de rentabilidad

Figura 17

Coste - beneficio de VAN y TIR

WACC	40%
VAN	S/ 2,996,398.10
TIR	51%

Con respecto al informe presentado en la figura previa nos da los resultados del VAN de S/.2,996,398.10, por lo tanto, muestra un efectivo eficiente para el proyecto. Por otra parte, la TIR nos da un valor del 51% siendo a ser una cifra mayor a la tasa inicial, representando en si una buena tasa de crecimiento.

6.12. Estado de resultados proyectado de la empresa

Figura 18

Situación financiera dirigido a 1 año de YUGO DRAGÓN S.A.C

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 12 MESES (EN SOLES)	
INGRESOS	S/ 4,500,000.00
(-) Costos de ventas	S/ 1,178,000.00
UTILIDAD BRUTA	S/ 3,322,000.00
(-) Gastos de ventas y distribución	S/ 108,000.00
(-) Gastos administrativos	S/ 8,500.00
Otros gastos operativos	-
(-) Gastos de la operación	S/ 2,234,861.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 970,639.00
Ingresos financieros	-
Gastos financieros	-
Utilidad antes del impuesto	S/ 970,639.00
Impuesto a la renta 29.5%	S/ 286,338.51
UTILIDAD NETA	S/ 684,300

6.13. Estado de situación financiera proyectado de la empresa
Figura 19
Situación del balance contable del 2023 de YUGO DRAGÓN S.A.C.

YUGO DRAGÓN S.A.C.					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO AL 2023					
(EXPRESADO EN SOLES)					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
EFFECTIVO	S/	434,500	CUENTAS POR PAGAR	S/	-
DEPÓSITOS BANCOS	S/	-	DEUDA BANCARIA	S/	-
CUENTAS POR COBRAR	S/	-	OTRAS DEUDAS POR PAGAR	S/	-
OTROS ACTIVOS POR COBRAR	S/	-			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/	434,500	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/	-
ACTIVO NO CORRIENTE			PASIVO NO CORRIENTE		
CUENTAS POR COBRAR	S/	-	DEUDA BANCARIA A LARGO PLAZO	S/	-
MAQUINARIA Y EQUIPOS	S/	246,000	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/	-
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACIÓN	S/	3,800	PATRIMONIO		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/	249,800.00	UTILIDAD NETA	S/	684,300
TOTAL ACTIVOS	S/	684,300	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/	684,300

6.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

Dentro de nuestra organización YOGU DRAGÓN, abordamos supuestas situaciones posibles donde la variable de precios de venta aumenta o disminuya en un 20% y 15%, de este modo visualizaremos cuantitativamente la variación en el VAN Y TIR. A continuación, mostraremos estas variaciones detalladamente en las siguientes figuras.

Figura 20

Análisis de sensibilidad de la empresa YUGO DRAGÓN S.A.C.

Precio	Variación %		VAN	TIR
Escenario positivo	20%	S/	4,319,043.87	82%
Escenario negativo	-20%	S/	1,673,752.33	18%
Escenario positivo	15%	S/	3,988,382.43	75%
Escenario negativo	-15%	S/	2,004,413.77	27%

Figura 21
Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en un crecimiento del 20% del costo del producto.

Información	0	2023	2024	2025
DETALLE DE INGRESOS				
Ingreso de Ventas	-	S/ 5,400,000.00	S/ 7,560,000.00	S/ 9,720,000.00
TOTAL DE INGRESOS	-	S/ 5,400,000.00	S/ 7,560,000.00	S/ 9,720,000.00
DETALLE DE EGRESOS				
Luz	-	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00
Agua	-	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00
Internet y telefono	-	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00
EGRESOS EN CONSUMO		S/ 145,380.00	S/ 145,380.00	S/ 145,380.00
Administrativo	-	S/ 8,500.00	S/ 8,600.00	S/ 8,700.00
Comerciales	-	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	S/ 62,000.00
Insumos y materiales	-	S/ 34,281.00	S/ 37,500.00	S/ 40,100.00
Transporte	-	S/ 48,000.00	S/ 49,000.00	S/ 50,000.00
Planilla	-	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00
EGRESOS OPERATIVO		S/ 3,079,381.00	S/ 3,084,700.00	S/ 3,089,400.00
TOTAL EGRESOS	-	S/ 3,224,761.00	S/ 3,230,080.00	S/ 3,234,780.00
Impuesto a la renta 29.5%	-	S/ 641,695.51	S/ 1,277,326.40	S/ 1,913,139.90
SALDO NETO	S/ -	S/ 1,533,543.50	S/ 3,052,593.60	S/ 4,572,080.10
SALDO ACUMULADO	S/ -	S/ 1,533,543.50	S/ 4,586,137.10	S/ 9,158,217.20
	Inversión inicial	S/ -2,234,861.00	-	-
	Capital de trabajo	S/ -289,323.42	-	-
FLUJO DE CAJA	S/ -2,524,184.42	S/ 1,533,543.50	S/ 3,052,593.60	S/ 4,572,080.10

WACC	40%
VAN	S/ 4,319,043.87
TIR	82%

Figura 22

Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en una reducción del 20% del costo del producto

Información	0	2023	2024	2025
DETALLE DE INGRESOS				
Ingreso de Ventas	-	S/ 3,600,000.00	S/ 5,040,000.00	S/ 6,480,000.00
TOTAL DE INGRESOS	-	S/ 3,600,000.00	S/ 5,040,000.00	S/ 6,480,000.00
DETALLE DE EGRESOS				
Luz	-	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00
Agua	-	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00
Internet y telefono	-	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00
EGRESOS EN CONSUMO		S/ 145,380.00	S/ 145,380.00	S/ 145,380.00
Administrativo	-	S/ 8,500.00	S/ 8,600.00	S/ 8,700.00
Comerciales	-	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	S/ 62,000.00
Insumos y materiales	-	S/ 34,281.00	S/ 37,500.00	S/ 40,100.00
Transporte	-	S/ 48,000.00	S/ 49,000.00	S/ 50,000.00
Planilla	-	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00
EGRESOS OPERATIVO		S/ 3,079,381.00	S/ 3,084,700.00	S/ 3,089,400.00
TOTAL EGRESOS	-	S/ 3,224,761.00	S/ 3,230,080.00	S/ 3,234,780.00
Impuesto a la renta 29.5%	-	S/ 110,695.51	S/ 533,926.40	S/ 957,339.90
SALDO NETO	S/ -	S/ 264,543.50	S/ 1,275,993.60	S/ 2,287,880.10
SALDO ACUMULADO	S/ -	S/ 264,543.50	S/ 1,540,537.10	S/ 3,828,417.20
	Inversión inicial	S/ -2,234,861.00	-	-
	Capital de trabajo	S/ -289,323.42	-	-
FLUJO DE CAJA	S/ -2,524,184.42	S/ 264,543.50	S/ 1,275,993.60	S/ 2,287,880.10

WACC	40%
VAN	S/ 1,673,752.33
TIR	18%

Figura 23

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en un crecimiento del 15% del costo del producto

Información	0	2023	2024	2025
DETALLE DE INGRESOS				
Ingreso de Ventas	-	S/ 5,175,000.00	S/ 7,245,000.00	S/ 9,315,000.00
TOTAL DE INGRESOS	-	S/ 5,175,000.00	S/ 7,245,000.00	S/ 9,315,000.00
DETALLE DE EGRESOS				
Luz	-	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00
Agua	-	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00
Internet y telefono	-	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00
EGRESOS EN CONSUMO		S/ 145,380.00	S/ 145,380.00	S/ 145,380.00
Administrativo	-	S/ 8,500.00	S/ 8,600.00	S/ 8,700.00
Comerciales	-	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	S/ 62,000.00
Insumos y materiales	-	S/ 34,281.00	S/ 37,500.00	S/ 40,100.00
Transporte	-	S/ 48,000.00	S/ 49,000.00	S/ 50,000.00
Planilla	-	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00
EGRESOS OPERATIVO		S/ 3,079,381.00	S/ 3,084,700.00	S/ 3,089,400.00
TOTAL EGRESOS	-	S/ 3,224,761.00	S/ 3,230,080.00	S/ 3,234,780.00
Impuesto a la renta 29.5%	-	S/ 575,320.51	S/ 1,184,401.40	S/ 1,793,664.90
SALDO NETO	S/ -	S/ 1,374,918.50	S/ 2,830,518.60	S/ 4,286,555.10
SALDO ACUMULADO	S/ -	S/ 1,374,918.50	S/ 4,205,437.10	S/ 8,491,992.20
	Inversión inicial	S/ -2,234,861.00	-	-
	Capital de trabajo	S/ -289,323.42	-	-
FLUJO DE CAJA	S/ -2,524,184.42	S/ 1,374,918.50	S/ 2,830,518.60	S/ 4,286,555.10

WACC	40%
VAN	S/ 3,988,382.43
TIR	75%

Figura 24

Estudio de sensibilidad de Yogu Dragón en una reducción del 15% del costo del producto

Información	0	2023	2024	2025
DETALLE DE INGRESOS				
Ingreso de Ventas	-	S/ 3,825,000.00	S/ 5,355,000.00	S/ 6,885,000.00
TOTAL DE INGRESOS	-	S/ 3,825,000.00	S/ 5,355,000.00	S/ 6,885,000.00
DETALLE DE EGRESOS				
Luz	-	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00	S/ 120,680.00
Agua	-	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00	S/ 18,200.00
Internet y telefono	-	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00
EGRESOS EN CONSUMO		S/ 145,380.00	S/ 145,380.00	S/ 145,380.00
Administrativo	-	S/ 8,500.00	S/ 8,600.00	S/ 8,700.00
Comerciales	-	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	S/ 62,000.00
Insumos y materiales	-	S/ 34,281.00	S/ 37,500.00	S/ 40,100.00
Transporte	-	S/ 48,000.00	S/ 49,000.00	S/ 50,000.00
Planilla	-	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00	S/ 2,928,600.00
EGRESOS OPERATIVO		S/ 3,079,381.00	S/ 3,084,700.00	S/ 3,089,400.00
TOTAL EGRESOS	-	S/ 3,224,761.00	S/ 3,230,080.00	S/ 3,234,780.00
Impuesto a la renta 29.5%	-	S/ 177,070.51	S/ 626,851.40	S/ 1,076,814.90
SALDO NETO	S/ -	S/ 423,168.50	S/ 1,498,068.60	S/ 2,573,405.10
SALDO ACUMULADO	S/ -	S/ 423,168.50	S/ 1,921,237.10	S/ 4,494,642.20
	Inversión inicial	S/ -2,234,861.00	-	-
	Capital de trabajo	S/ -289,323.42	-	-
FLUJO DE CAJA	S/ -2,524,184.42	S/ 423,168.50	S/ 1,498,068.60	S/ 2,573,405.10

WACC	40%
VAN	S/ 2,004,413.77
TIR	27%

CAPÍTULO VII: DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA EMPRESA

7.1. Descripción del equipo gerencial de la empresa

Figura 25

Flujograma YOGU DRAGÓN

