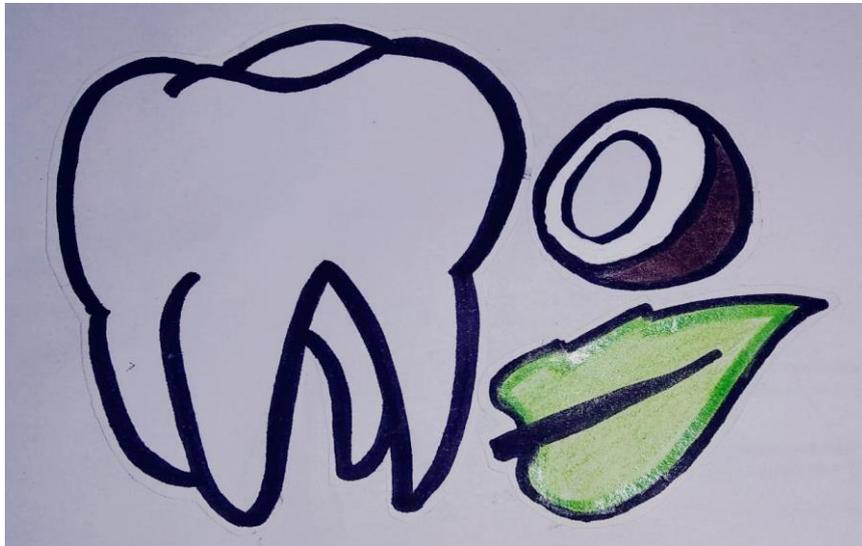




**Universidad  
Continental**

**PRODUCCION DE PASTA DENTAL (CLEAN DENT) PARA  
PERSONAS QUE DESEAN UNA HIGIENE BUCAL MAS SALUDABLE  
EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO**



ASIGNATURA

**Iniciativa Empresarial**

DOCENTE

**Jose Luis Ignacio Ubaldo**

**Perú - Huancayo**

**2019 20**

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres por su apoyo incondicional y a todos nuestros docentes por la enseñanza que nos brindan.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos la vida y encaminar nuestra felicidad. En esta página queremos expresar nuestra gratitud al docente de Iniciativa empresarial, a nuestros padres y familiares, así como a aquellas personas que de una manera nos impulsaron a seguir adelante y mostrarnos su apoyo incondicional.

DATOS DE ESTUDIANTES:

NOMBRE Y APELLIDO	CARRERA PROFESIONAL	CODIGO	EDAD	DNI	DIRECCION	CELULAR
JANAMPA ARANDA MAYKER	Adm. Marketing	73023423	21	73023423	Av. Mariscal castilla 1909 TAMBO	973602189
HINOSTROZA SANTANA VALERIA	Medicina Humana	76844820	20	76844820	Jr. Trujillo 790 TAMBO	985263399
ALVA SANDIVAL YOEL	Arquitectura	77214143	22	77214143	C.CENTRAL 1153 CONCEPCION	921694528
ANCO PARDAVE JOE ANTHONY	Ing. Civil	77044957	20	77044957	Jr. Pablo Bermudez 121 Tarma	990238699
WLADIMIR EULALIO ROJAS PAUCARPURA	Ing. Civil	44357751	22	44357751	Av. Daniel A. Carrión 1914	936087130

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20**  
**CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, JANAMPA ARANDA MAYKER estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ADMINISTRACION Y MARKETING identificado con código de estudiante N° 73023423 y domiciliado en AV. MARISCAL CASTILLA 1909 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: "CLEANDENT"

**De los Compromisos:**

1. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
2. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
3. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
4. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
5. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

**De las Penalidades:**

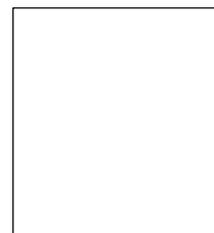
1. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

**De los casos especiales:**

1. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
2. El aspecto no contemplado en la presente será consultado y definido por el docente de aula.

---

Nombres y apellidos: Janampa Aranda Mayker  
Código de estudiante: 73023423  
Carrera profesional: Adm. marketing  
Plan de iniciativa empresarial: CLEAN DENT



Huella

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20**  
**CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, HIMOSTROZA SANTANA VALERIA estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de MEDICINA HUMANA identificado con código de estudiante N° 76844820 y domiciliado en JR. TRUJILLO 790 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: "CLEAN DENT"

**De los Compromisos:**

1. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
2. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
3. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
4. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
5. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

**De las Penalidades:**

1. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

**De los casos especiales:**

- Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
- El aspecto no contemplado en la presente será consultado y definido por el docente de aula.

---

Nombres y apellidos: Hinostroza Santana Valeria  
Código de estudiante: 76844820  
Carrera profesional: Medicina Humana  
Plan de iniciativa empresarial: CLEAN DENT



Huella

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20**  
**CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, ALVA SANDOVAL YOEL estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ARQUITECTURA identificado con código de estudiante N° 77214143 y domiciliado en CALLE CENTRAL 1153 CONCEPCION me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: "CLEAN DENT"

**De los Compromisos:**

- 1 Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
- 2 Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
- 3 Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
- 4 Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
- 5 En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

**De las Penalidades:**

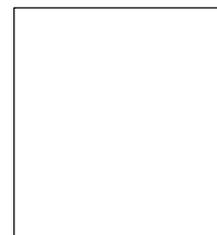
- 1 El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

**De los casos especiales:**

- 1 Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
- 2 El aspecto no contemplado en la presente será consultado y definido por el docente de aula.

---

Nombres y apellidos: Alva Sandoval Yoel  
Código de estudiante: 77214143  
Carrera profesional: Arquitectura  
Plan de iniciativa empresarial: CLEAN DENT



Huella

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20**  
**CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, ANCO PARDAVE JOE ANTHONY, estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de Ingeniería Civil identificado con código de estudiante N° 77044957 y domiciliado en Jr. Pablo Bermudez 121 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: "CLEAN DENT"

**De los Compromisos:**

- 1 Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
- 2 Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
- 3 Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
- 4 Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
- 5 En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

**De las Penalidades:**

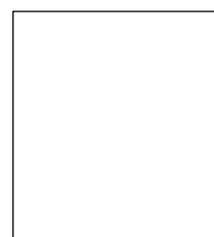
- 1 El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo III, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

**De los casos especiales:**

- 2 Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
- 3 El aspecto no contemplado en la presente será consultado y definido por el docente de aula.

---

Nombres y apellidos: Anco Pardave Joe  
Código de estudiante: 77044957  
Carrera profesional: Ing. Civil  
Plan de iniciativa empresarial: CLEAN DENT



Huella

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20**  
**CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL**  
**PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, Wladimir Eulalio Rojas Paucarpura estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de Ingeniería civil identificado con código de estudiante N° 44357751 y domiciliado en Av. Daniel A. Carrión 1914 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: "CLEAN DENT"

**De los Compromisos:**

- 1 Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
- 2 Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
- 3 Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
- 4 Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
- 5 En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

**De las Penalidades:**

- 1 El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

**De los casos especiales:**

- 2 Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
- 3 El aspecto no contemplado en la presente será consultado y definido por el docente de aula.

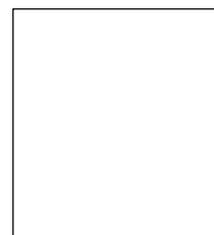
---

Nombres y apellidos:

Código de estudiante:

Carrera profesional:

Plan de iniciativa empresarial:



Huella

## RESUMEN EJECUTIVO

Para defender la problemática que se vive en la sociedad, en el grupo de personas entre 18-40 años que cuidan su salud bucal más vulnerables, se lanzó un producto denominado "CLEAN DENT" que es una pasta dental altamente orgánica y 100% artesanal. Este proyecto se basa en el cuidado y prevención de caries, además de mejorar el aliento en las personas.

En donde primero se identificará las ideas generales del producto y además de las características innovadoras y creativas que pusimos en esta pasta. Por segundo lugar se realizó el estudio de mercado para saber quiénes y cuántos clientes podríamos tener, además del ciclo de vida de este producto. En el tercer punto hablaremos sobre la ficha técnica del producto, en donde se especificará de que está elaborado esta pasta dental, además se observará los procesos que tiene que pasar para la creación de esta pasta. En el cuarto punto hablaremos sobre todo el estudio administrativo y legal que necesita este producto para venderla, tales como permisión, sindicatos, papeles, además se dará a conocer el organigrama que establecimos. Y por último punto se dará a conocer el VAN, TIR y el flujo de caja en donde con esto conoceremos si este proyecto es tan viable para su producción.

## ABSTRACT

To defend the problem that exists in society, in the group of people between 18-40 years who care for their most vulnerable oral health, a product called "CLEAN DENT" was launched, which is a highly organic and 100% handmade toothpaste. This project is based on caries care and prevention, as well as better breath in people.

Where first the general ideas of the product will be identified and in addition to the innovative and creative characteristics that we put in this paste. Secondly, the market study was carried out to know who and how many customers we could have, in addition to the life cycle of this product. In the third point we will talk about the technical data sheet of the product, where it will be specified that this toothpaste is made, in addition the processes that have to go through the creation of this paste will be observed. In the fourth point we will talk about all the administrative and legal study that this product needs to sell it, such as permission, unions, papers, in addition the organization chart we established will be announced. And finally, the NPV, IRR and cash flow will be announced, where we will know if this project is so viable for its production.

## INDICE

<b>1. ASPECTOS GENERALES</b>	
1.1. TÍTULO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL .....	(15)
1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	(15)
1.3. CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS Y CREATIVAS DEL PRODUCTO.....	(16)
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO</b>	
2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	(17)
2.1.1.CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA COMPETENCIA.....	(18)
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	(23)
2.2.1.LA SEGMENTACIÓN.....	(23)
2.2.2.FICHA TÉCNICA ESTADÍSTICA .....	(24)
2.2.3.LA ENCUESTA (se puede utilizar otras técnicas de recolección de datos).....	(24)
2.2.4.RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS U OTROS RESULTADOS .....	(28)
2.2.5.DETERMINACIÓN DE LOS MERCADOS .....	(29)
2.2.5.1.    MERCADO POTENCIAL .....	(29)
2.2.5.2.    MERCADO DISPONIBLE .....	(29)
2.2.5.3.    MERCADO OBJETIVO .....	(29)
2.2.6.DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA .....	(30)
2.2.7.PROYECCIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS .....	(30)
2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	(31)
2.3.1.ESTRATEGIAS GENÉRICAS .....	(31)
2.3.2.MARKETING MIX .....	(34)
2.3.2.1.    PRODUCTO.....	(34)
2.3.2.2.    PLAZA .....	(34)
2.3.2.3.    PROMOCIÓN .....	(34)
2.3.2.4.    PRECIO .....	(34)
2.3.3.CICLO DE VIDA ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO.....	(34)
<b>3. ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO</b>	
3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO .....	(36)
3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	(37)
3.3. LOCALIZACIÓN .....	(38)
3.3.1.MACRO LOCALIZACIÓN .....	(38)
3.3.2.MICRO LOCALIZACIÓN .....	(39)
3.4. TAMAÑO DE PLANTA .....	(40)
3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA .....	(40)
3.6. REQUERIMIENTOS.....	(41)
3.6.1.REQUERIMIENTOS DE RRHH .....	(41)
3.6.2.REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, MUEBLES Y HERRAMIENTAS .....	(41)
3.6.3.REQUERIMIENTO DE INSUMOS O MATERIA PRIMA .....	(41)
<b>4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO / LEGAL / ORGANIZACIONAL</b>	

4.1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....	(42)
4.1.1. VISIÓN .....	(42)
4.1.2. MISIÓN .....	(42)
4.1.3. VALORES .....	(42)
4.1.4. OBJETIVOS .....	(42)
4.2. TIPO DE EMPRESA .....	(42)
4.2.1. EMPRESA SEGÚN CONSTITUCIÓN LEGAL .....	(42)
4.2.2. EMPRESA SEGÚN EL TAMAÑO .....	(42)
4.2.3. EMPRESA SEGÚN EL SECTOR .....	(43)
4.2.4. EMPRESA SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL .....	(43)
4.3. PROCESO DE FORMALIZACIÓN .....	(43)
4.3.1. FORMALIZACIÓN REGISTRAL .....	(43)
4.3.1.1. TIPO DE PERSONA JURÍDICA .....	(45)
4.3.2. FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA .....	(45)
4.3.2.1. TIPO DE RÉGIMEN TRIBUTARIO .....	(46)
4.3.3. FORMALIZACIÓN LABORAL .....	(47)
4.3.3.1. TIPO DE RÉGIMEN LABORAL .....	(48)
4.3.4. FORMALIZACIÓN MUNICIPAL .....	(50)
4.3.5. FORMALIZACIÓN SECTORIAL .....	(52)
4.4. PRESUPUESTO DE FORMALIZACIÓN .....	(53)
4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (ORGANIGRAMA) .....	(54)
<b>5. ESTUDIO ECONÓMICO</b>	
5.1. CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL .....	(55)
5.1.1. INTERPRETACIÓN DEL CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL .....	(56)
5.2. DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN.....	(57)
5.2.1. INTERPRETACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y LA AMORTIZACIÓN .....	(58)
5.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR MES Y AÑO.....	(59)
5.3.1. INTERPRETACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES .....	(59)
5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS MES Y AÑO .....	(60)
5.4.1. INTERPRETACIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS .....	(60)
5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	(61)
5.5.1. INTERPRETACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO .....	(61)
5.6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO .....	(62)
5.6.1. INTERPRETACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO .....	(63)
5.7. INDICADORES DE RENTABILIDAD .....	(63)
5.7.1. VANE Y SU INTERPRETACIÓN .....	(63)
5.7.2. TIRE Y SU INTERPRETACIÓN .....	(63)
5.7.3. BENEFICIO / COSTO Y SU INTERPRETACIÓN .....	(64)
5.7.4. PERIODO DE RECUPERO Y SU INTERPRETACIÓN .....	(64)
<b>6. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL</b>	
6.1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO .....	(65)
<b>7. CONCLUSIONES .....</b>	<b>(67)</b>
<b>8. SUGERENCIAS .....</b>	<b>(68)</b>

<b>9. ANEXOS</b>	
<b>9.1.FOTOS, COPIAS</b> .....	<b>(69)</b>
<b>9.2.BUSINESS MODEL CANVAS</b> .....	<b>(70)</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA (APA)</b> .....	<b>(72)</b>

## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1. TÍTULO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

PRODUCCION DE PASTA DENTAL PARA PERSONAS QUE DESEAN UNA HIGIENE BUCAL MAS SALUDABLE EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO,2019

### 1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El problema que se identificó en las personas que se interesan en su higiene bucal, es que necesitan una pasta dental que no sea producida químicamente, además que no tenga mucho fluor en su ingrediente ya que es dañino según (<https://www.salud180.com/salud-dia-dia/3-danos-que-podria-causarte-el-fluor-de-tu-pasta-de-dientes>), por lo que se ha planteado la producción de una pasta dental 100% artesanal que permitirán mejorar el cuidado de los dientes y caries, además de satisfacer positivamente en la salud bucal de dichas personas.

Esta pasta dental será hecha 100% artesanal con aceite de coco, sábila, bicarbonato de sodio, aceite esencial de menta, hierba buena y stevia. Además de ello esta pasta tendrá un peso de 120 gramos.

Según la pág. Web (<https://ucontinental.edu.pe/noticias/segun-estudio-de-arellano-marketing-en-huancayo-33-de-la-poblacion-es-nueva-clase-media/>) nos proporciona que la población de la provincia de Huancayo en lo que es la clase media gasta en su salud un 7 %, sin embargo sus necesidades no están bien atendidas, ya que ahora la población se está preocupando por el medio ambiente, en donde este porcentaje crecerá muy rápido en los próximos años.

### 1.3. CARACTERISTICAS INNOVADORAS Y CREATIVAS DEL PRODUCTO



## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

#### **¿Quiénes son nuestros competidores?**

En este sector de pasta dentales, tenemos una alta variedad de competidores, pero tomamos en cuentas los principales competidores que son: COLGATE, KOLINOS y DENTO

#### **¿Cuál es la gama de productos que ofrecen?**

Estas empresas tienen una variedad de productos dirigidos para un público objetivo grande, en donde el cliente tiene la posibilidad de elegir su pasta dental que más le favorezca. En cambio, nosotros lo que ofrecemos es una pasta totalmente diferente dirigido a las personas que les gusta cuidar su higiene dental sin consumo de pastas dentales con químicos, este producto que ofrecemos es 100% natural y artesanal, quien nos ayudará en la protección de nuestros dientes y en el cuidado y fortalecimiento de los dientes ya que tendrá calcio en su ingrediente.

#### **¿Cuánto tiempo han estado en el negocio?**

Las empresas competidoras tienen posicionamiento en el mercado peruano por unos 10 años aproximadamente, en cambio nosotros como ser nueva empresa en este rubro realizaremos estrategias de penetración de mercado e innovación en nuestro producto artesanal

Finalmente, nosotros nos enfocamos a mujeres y varones de 18 años hasta los 40 años que desean una higiene bucal más natural y además fortalecer sus dientes para un mejor placer disfrutando sus comidas.

## 2.1.1.CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA COMPETENCIA

Ítems	COLGATE	DENTO	KOLINOS
Ubicación	Av. 28 de Julio 1011 of. 1201, Miraflores, Lima – Perú	INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A. Av. Producción Nacional Nro. 188	Av. 28 de Julio 1011 of. 1201, Miraflores, Lima – Perú
Horario	6:00 am a 10:00pm	6:00 am a 10:00pm	6:00 am a 10:00pm
Productos	Pasta dental triple acción de 100 ml.,	Crema Dental DENTO Menta Natural Tubo 75ml	Crema Dental KOLYNOS Súper Blanco Paquete Tubo 75ml
Precios y formas de pago	3.50 soles, en efectivo y tarjetas de crédito	3.00 soles, en efectivo y tarjetas de crédito	4.10 soles, en efectivo y tarjetas de crédito
Servicios adicionales	Centro del cuidado bucal, colgate sonrisas brillantes	Campaña de ayuda dentales gratuitas, charla de prevención de caries en colegios.	Consejos de salud bucal
Promoción	Promociones, venta personal, publicidad en TV y redes sociales	Promociones, venta personal, publicidad en TV y redes sociales	Promociones, venta personal, publicidad en TV y redes sociales
Infraestructura	65 hectáreas distribuidas en 6 plantas y con 140 millones de dólares de inversión en su última planta (en Guanajuato-México)	250,000 metros cuadrados, en sus tres plantas y 24 millones de dólares en sus nuevos laboratorios	65 hectáreas distribuidas en 6 plantas y con 250 millones de dólares en su última planta (en Guanajuato-México)
Personal	250 solo en su nueva planta	Aprox. 2000 personas	250 solo en su nueva planta
Otras características afines al negocio	35% de preferencia del público	12% de preferencia por el público	13% de preferencia de por el público

FODA:

## FORTALEZAS

- CALIDAD DEL PRODUCTO
- CONOCIMIENTO DEL MERCADO
- RECURSOS HUMANOS MOTIVADOS
- PRODUCTO 100% ARTESANAL
- BENEFICIO DENTAL Y PRO LIMPIEZA

## DEBILIDADES

- PROBLEMAS FINANCIEROS (CAPITAL Y CREDITICIA)
- PERSONAL
- FALTA DE EQUIPOS PARA SU FABRICACION

## OPORTUNIDADES

- MERCADO MAL ATENDIDO
- DESCONOCIMIENTO DE VARIEDADES DE PRODUCTOS DENTALES
- PRODUCTO SIN QUIMICOS
- CRECIAMIENTO POBLACION AMIGABLE CON MEDIO AMBIENTE

## AMENAZAS

- COMPETENCIAS RECONOCIDAS
- PRECIOS BAJOS
- ACEPTACION DE NUESTRO PRODUCTO
- ECONOMIA DEL PAIS
- NO EXISTE UNA CULTURA HIGIENICA EN HYO

FODA: (COMPETIDORES)

## FORTALEZAS

- CALIDAD
- LEALTAD DE MARCA
- CONOCIMIENTO DEL MERCADO
- LABORATORIO
- VARIEDAD DE PRODUCTOS

## DEBILIDADES

- PRODUCTOS IMPORTADOS
- PUBLICIDAD NO ATRACTIVA
- PRODUCTOS QUIMICOS

## OPORTUNIDADES

- CALIDAD DE VIDA
- TIPO DE CAMBIO
- PRODUCTOS EFECTIVOS
- APARICION DE NUEVOS CLIENTES

## AMENAZAS

- DIVERSIDAD DE MARCAS EN EL MERCADO
- SATURACION EN DISTRIBUCION

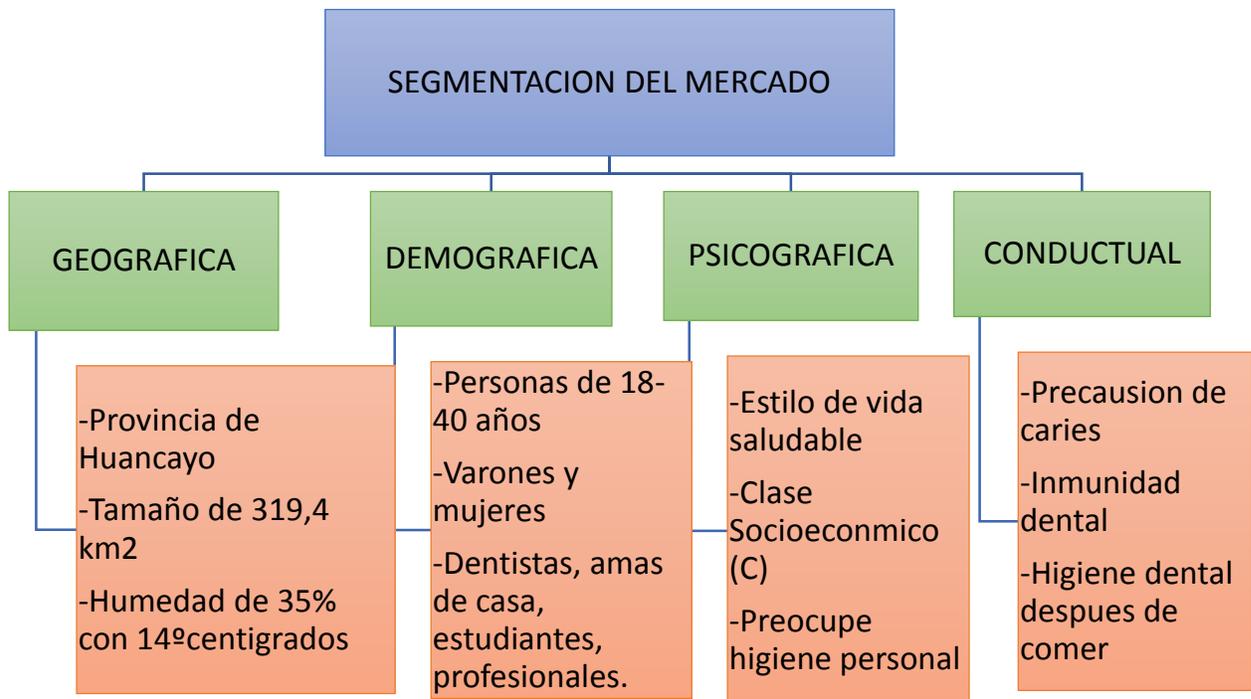
**PESTEL:**

	<b>FACTOR</b>	<b>DETALLE</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>
<b>POLITICO</b>	-Cambio de presidente	El programa de gobierno de adecua a las necesidades de la empresa	X	
	-Impuestos y reforma tributaria	El impuesto que debemos de pagar por nuestros productos		X
	-Política empresarial	Ley 29571 cuidado de protección y defensa del consumidor	X	
<b>ECONOMICO</b>	-PBI	Aumento del PBI en un 2.28%	X	
	-Financiación	Financiamiento crediticio mediante algún banco que desea realizar este proyecto	X	
	-Tasa de inflación	La economía peruana tendrá un crecimiento del 4% y su tasa de inflación se mantendra en 2%	X	
<b>SOCIAL</b>	-Estilo de vida	El mayor estilo de vida en JUNIN es la moderna con un 28% en donde les interesa la moda y la tendencia.	X	
	-Nivel socioeconomico	Nos enfocamos en el sector C ya que es la mayor en Junin	X	

	-Calidad de vida	Actualmente se esta cambiando la calidad de vida a una vida mas ecológica y de protección	X	
<b>TECNOLOGICO</b>	-Nuevas maquinarias y dispositivos tecnológicos	Nuevas tendencias en maquinarias industriales y además el uso de aplicaciones en tu celular	X	
	-Uso de internet	Mayor accesibilidad a los conocimiento de ingredientes		X
<b>ECOLOGICO</b>	-Cultura de reciclaje	El producto es reciclable para que ayude al medio ambiente	X	
	-Leyes de protección medioambiental	Ley 28611 ley general del medio ambiente		X
	-Proceso e ingredientes para fabricación	Proceso y producto artesanal que no daña el medio ambiente	X	
<b>LEGAL</b>	Licencias, salarios, proteccion, trabajo	Cumplir con el decreto N° 1072 sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo		X

## 2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 2.2.1.LA SEGMENTACIÓN



**Poblacion del Peru:** 32, 526, 084 habitantes en el Peru

([m.inei.gov.pe](http://m.inei.gov.pe) > estadisticas > indice-tematico > poblacion-y-vivienda)

Poblacion de Huancayo: 517,701 habitante en la ciudad de Huancayo

([m.inei.gov.pe](http://m.inei.gov.pe) > estadisticas > indice-tematico > poblacion-y-vivienda)

Personas de 18-40 años: 18,819 personas

Nº personas importancia en la salud: 1317 personas 7%segun

(<https://ucontinental.edu.pe/noticias/segun-estudio-de-arellano-marketing-en-huancayo-33-de-la-poblacion-es-nueva-clase-media/>)

## 2.2.2.FICHA TÉCNICA ESTADÍSTICA

Universo/población: 1317 personas
Ámbito geográfico: Ciudad de Huancayo
Método de muestreo: Muestreo aleatorio simple población infinita.
Tamaño muestral: 298 personas, solo se ara 200 encuestas los 6 integrante
Perfil del entrevistado: Persona que desea una higiene bucal más saludable entre 18 a 40 años.
Nivel de confianza: 95%
Error de muestreo: 5%
Fecha de trabajo de campo: 15/11/2019
Coordinador(a) del equipo de trabajo: Janampa Aranda Mayker

## 2.2.3.LA ENCUESTA (se puede utilizar otras técnicas de recolección de datos)

### **Encuesta Crema Dental Clean Dent**

Entrevistador/a: \_\_\_\_\_

Fecha

: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

¿Cuál es su edad?

\_\_\_\_\_ años

Sexo

1 Hombre

2 Mujer

País 1 Perú

Empresa 1 Clean dent

Muchas gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta de Clean dent. Su opinión es de gran importancia para mejor nuestro producto. Esta encuesta solo requiere 5 minutos de su tiempo. Sus respuestas serán totalmente anónimas.

A continuación, encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre este producto. Mediante esto queremos conocer lo que piensa la gente como usted sobre esta temática.

Por favor lea las instrucciones al inicio de cada sección y conteste la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa.

## SECCIÓN 1: INTERESES

A continuación, encontrará una serie de preguntas sobre sus intereses respecto a este tema. Por favor haga un círculo en la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa.

- 1) ¿Usted compraría nuestra pasta dental Clean Dent?
  - 1 Si
  - 2 No
  
- 2) ¿Cada cuánto tiempo usted compra pasta dental.?
  - 1 1 vez al mes
  - 2 2 veces al mes
  - 3 4 veces al mes
  - 4 5 a más veces al mes
  
- 3) ¿Cuántas pastas dentales compra usted cuando va a la tienda o supermercado?
  - 1 1 unidad
  - 2 2 unidades
  - 3 3 unidades
  - 4 4 a más unidades
  
- 4) ¿Cómo calificas a la pasta dental que utilizas?
  - 1 Excelente
  - 2 Bueno
  - 3 Regular
  - 4 Malo
  
- 5) ¿La crema dental que utilizas satisface tus necesidades?
  - 1 Si
  - 2 No
  - 3 A veces
  
- 6) ¿Dónde adquiere la pasta dental?
  - 1 Supermercados
  - 2 Mercados
  - 3 Tiendas de Barrios
  - 4 Farmacias
  - 5 Otros
  
- 7) ¿Cómo le gustaría que fueran las presentaciones de la pasta dental?
  - 1 Me es indiferente
  - 2 Liquida
  - 3 Gel
  - 4 Spray

- 8) ¿Cuánto cree que usted debe de pagar para una buena pasta dental?
- 1 3.5 soles
  - 2 4.5 soles
  - 3 6 soles
  - Otro \_\_\_\_\_
- 9) ¿Cuál sería la promoción perfecta que le gustaría que se implemente a la crema dental?
- 1 2x1
  - 2 Crema dental + Cepillo gratis
  - 3 Crema dental + Enjuague Bucal de 180 ml
  - 4 Otros \_\_\_\_\_
- 10) ¿A través de qué medios de comunicación usted se informa de su publicidad?
- 1 Radio
  - 2 Televisión
  - 3 Internet
  - 4 Revistas
  - 5 Otro \_\_\_\_\_

***Muchas Gracias***

**SECCIÓN 2: CONOCIMIENTO**

¿Cuál diría usted que es el nivel de uso de las personas como usted frente a las siguientes interrogantes?

Por favor encierre en un círculo la alternativa que más se parece a lo que usted piensa.

**En escala de Likert siendo 1 calificación más baja y 5 calificación más alta. Al momento de elegir la pasta dental que tantas tomas en cuenta.**

Tema: PASTA DENTAL	Nivel de conocimiento				
	1	2	3	4	5
El precio	<input type="radio"/>				
El sabor	<input type="radio"/>				

Tema: PASTA DENTAL	Nivel de conocimiento				
	1	2	3	4	5
La marca	<input type="radio"/>				
Su función	<input type="radio"/>				

**En escala de Likert siendo 1 calificación más baja y 5 calificación más alta ¿Qué función prefieres en una pasta dental?**

Tema: PASTA DENTAL	Nivel de conocimiento				
	1	2	3	4	5
Pastas dentales blanqueadoras	<input type="radio"/>				
Pastas dentales para dentaduras postizas	<input type="radio"/>				
Pastas dentales para gingivitis	<input type="radio"/>				
Pastas dentales para sensibilidad	<input type="radio"/>				
Pastas dentales contra el mal aliento	<input type="radio"/>				

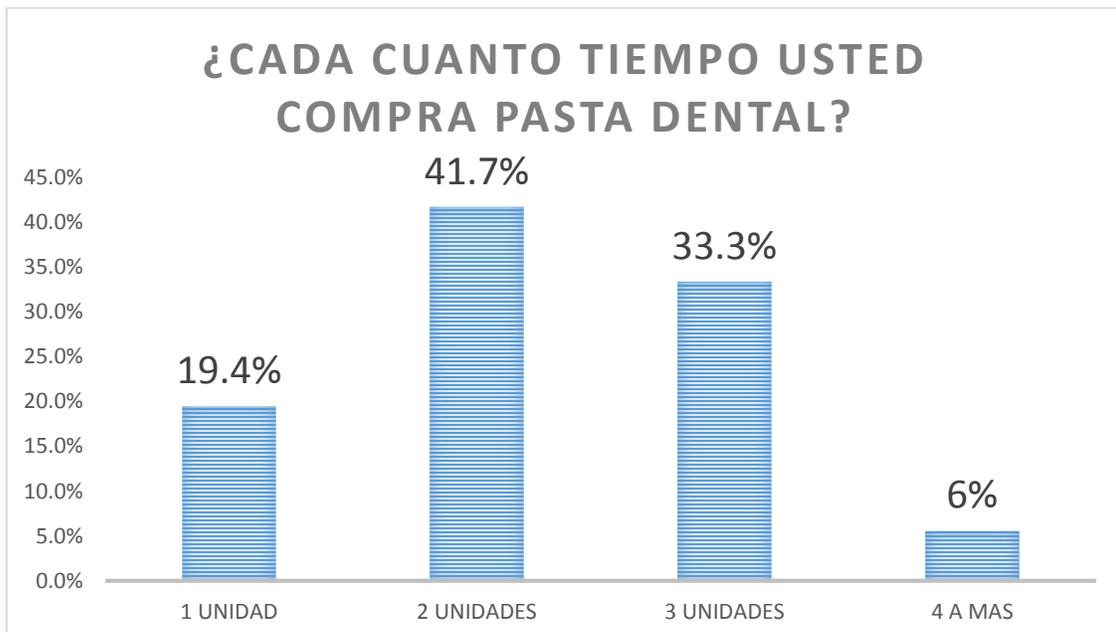
## 2.2.4.RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS U OTROS RESULTADOS

De acuerdo con las encuestas(piloto) realizadas tenemos estos resultados

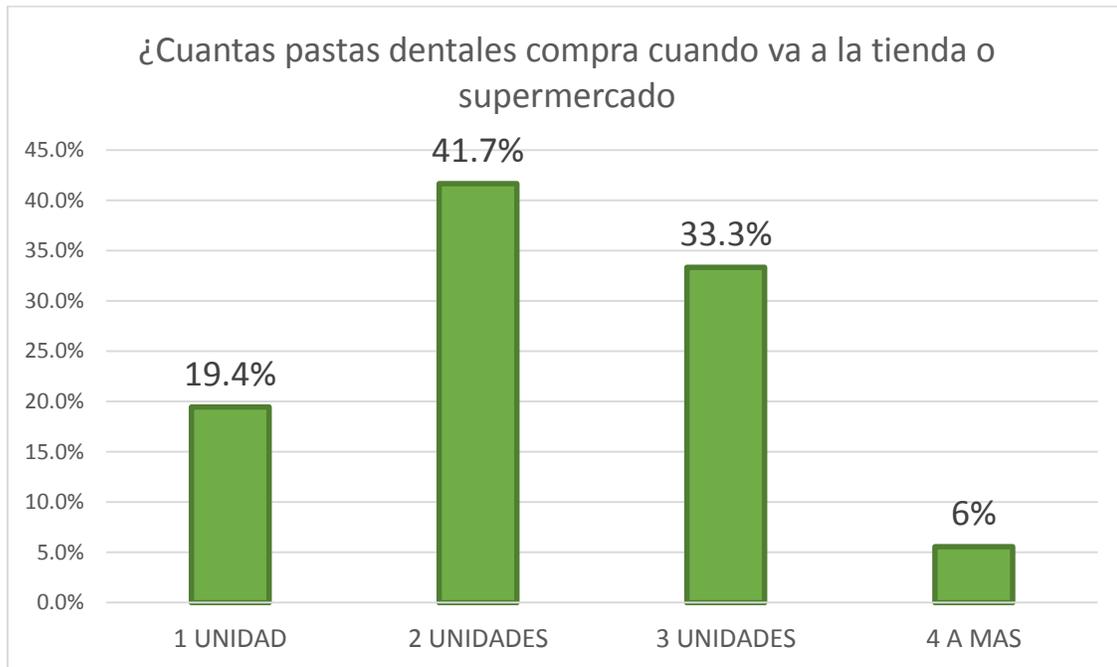
### PREGUNTA 1:



### PREGUNTA 2:



### PREGUNTA 3:



#### 2.2.5.DETERMINACIÓN DE LOS MERCADOS

##### 2.2.5.1. MERCADO POTENCIAL

1317 personas entre 18-40 años de edad preocupadas en el cuidado de la salud bucal en la ciudad de Huancayo.

##### 2.2.5.2. MERCADO DISPONIBLE

Con una aceptación del producto del 83.3% en donde nuestro Mercado disponible es de 1097 personas.

##### 2.2.5.3. MERCADO OBJETIVO

Con una capacidad de atención del 50% en donde nuestro Mercado objetivo es de 549 personas.

## 2.2.6.DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda esperada es de 549 personas \* 24 frecuencias de visita al año \* 2 compra de insumos mensuales = 26329 productos que se debe vender.

## 2.2.7.PROYECCIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS

N°	Items	Unidad	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
1	Tasa de Crecimiento (%)		1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%
2	Mercado Potencial (segmentación)	1317	1337	1357	1377	1398	1419
3	% de aceptación de las encuestas	83.30%	84.50%	85.80%	87.10%	88.40%	89.73%
4	Mercado Disponible = (2) x (3)	1097	1130	1164	1200	1236	1273
5	% de captación (capacidad de atención)	50%	50.80%	51.50%	52.30%	53.10%	53.90%
6	Mercado Objetivo (en personas) = (4) x (5)	549	573	600	627	656	686
7	Frecuencia de Visita (resultado según encuestas en forma con estimación anual)	24	24	24	24	24	24
8	Unidades de consumo por vez de compra (resultado según encuestas)	2	2	2	2	2	2
9	Cantidad demandada anual = (6)x(7)x(8)	26329	27516	28784	30103	31476	32938
10	Precio de venta S/ por unidad	S/210,632.00	S/220,128.00	S/230,272.00	S/240,824.00	S/251,808.00	S/263,501.63

## 2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

### 2.3.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS

Utilizaremos Ventaja de segmentación de mercado conoceremos el comportamiento de las personas a la hora de consumir este producto para que pueda satisfacer sus necesidades. Desarrollaremos un sistema de distribución eficiente que permita que los productos lleguen en óptimas condiciones a sus puntos de venta, nos especializaremos en determinado segmento del mercado para conocer sus requerimientos y ofrecer el mejor. Nuestra marca de pasta dental tiene como nombre "CLEANDENT"

Utilizaremos la estrategia de Liderazgo de costo

El objetivo es captar clientela a través de precios más bajos que el resto de competidores (S/ 8) , el pago será efectuado al contado, también utilizaremos una tarjeta de crédito para que los clientes depositen a esa cuenta y se le entregue el producto, contaremos con muchas promociones como 3x2, haremos rebajas el día 22 de Abril por el día del planeta , haremos Delivery gratis en el Tambo.

Para la publicidad del producto utilizaremos el alcance de las redes sociales como Facebook e Instagram para poder crear una página referente a la marca y poder dar a conocer por ese medio las cualidades del producto. A su vez queremos utilizar el marketing "boca a boca" para lo cual al inicio como promoción solo invertiremos en la entrega de muestras a un número reducido de personas, principalmente a influencers de diversos sectores, para que se puedan familiarizar con el producto y así recomendarlo y llegue fácilmente a nuestro público objetivo. Finalmente, ya en un futuro cuando se esté obteniendo una rentabilidad estable por el producto se piensa ofrecer como promoción descuentos a los canales para que el producto también pueda obtener una posición estratégica en las tiendas y así mejorar la relación con el cliente.

**PROVEEDORES**  
La negociación con los proveedores es adherible por el nivel de precios de los productos, envases orgánicos o reciclables ya que es apto para una gama alta de consumidores.



**NUEVOS CLIENTES**  
Las nuevas empresas que entran al mercado tienen precios que han ido variando debido al incremento a muchas empresas dentales y a la efectividad del buen cuidado de higiene bucal, además estos clientes desean precios bajos.



**RIVALIDAD DE COMPETIDORES**  
Generalmente las competencias se ubican internacionalmente, así mismo por ser varias empresas dentales, tienden a brindar productos peores y algunos mejores, pero diferentes con respecto a la calidad y a lo 100% artesanal



**SUSTITUTOS**  
Un gran número de sustitutos(artesanal) están disponibles en el mercado, lo que nos conlleva a tener un único producto sin fluor y hecho a base de sábila (aloe vera), lo cual nos da un margen diferencial al resto de productos artesanales

**CLIENTES**  
Los clientes recurrirán a esta empresa ya que superara sus expectativas sobre su higiene bucal, porque los beneficiara en el cuidado de sus caries y sus encías, además de mejorar el aliento y blanqueara sus dientes sin ninún químico.

**CUADRO No 1: RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA**

**(Puede utilizar más de tres competidores y mencionar otros ítems)**

<b>Ítems</b>	<b>COLGATE</b>	<b>ORAL B</b>	<b>DENTO</b>
Ubicación	Plaza vea, Tottus y centros comerciales en Huancayo (Bodegas, Farmacias, <u>Minimarkets</u> )	Plaza vea, Tottus y centros comerciales en Huancayo (Bodegas, Farmacias, <u>Minimarkets</u> )	Plaza vea, Tottus y centros comerciales en Huancayo (Bodegas, Farmacias, <u>Minimarkets</u> )
Horario	7:30 am – 10:00 pm de Lunes a Domingo	7:30 am – 10:00 pm de Lunes a Domingo	7:30 am – 10:00 pm de Lunes a Domingo
Productos	Pasta dental, hilo dental, cepillo de dientes, enjuague bucal, entre otros	Cepillos dentales eléctrico, cepillos de dientes manuales, pastas dentales, hilo dental, enjuague bucal, entre otros	Cremas dentales, enjuague bucal, cepillos dentales y cuidado para bebés
Precios y formas de pago	Entre S/.9.73- S/.19.10	Entre S/.8.90 - S/.18.90	Entre S/.8.90 - S/.11.90
	Al Contado y tarjeta debito	Al Contado y tarjeta debito	Al Contado y tarjeta debito
Servicios adicionales	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Promoción	Regalan sus productos, vales para que puedan comprar sus productos, vienen ambos productos de cuidado bucal (pasta dental y cepillo) pagando un menor precio.	pastas dentales en pack de tres, dúo de pasta dental y cepillo a un menor precio.	pastas dentales en pack de tres, dúo de pasta dental y cepillo a un menor precio.
Infraestructura	Material noble	Material noble	Material noble
Personal	Gran número de vendedores	Gran número de vendedores	Gran número de vendedores
Otras características afines al negocio	Participación del 38,20% en el mercado	Participación del 21,60 % en el mercado	Participación del 3,20% en el mercado

## 2.3.2.MARKETING MIX

### 2.3.2.1. PRODUCTO

Nosotros nos preocupamos por la presentación, la higiene y toda la calidad de nuestras pastas dentales, por ahora solo ofrecemos pasta dental, pero más adelante se ofrecerá más variedad como enjuagues bucales y cepillos de dientes. Y finalmente lo que nos hace diferente del resto de competidores es que nosotros usamos productos naturales y no usamos el fluor ya que es dañino en mayores cantidades.

### 2.3.2.2. PLAZA

Contaremos con un local en la ciudad de Huancayo, además nuestros productos serán ofrecidos por venta online en donde nuestros clientes podrán obtener su pedido con la comodidad de no salir de sus hogares y también se ofrecerá las pastas dentales en ferias de salud demostrando la efectividad que se puede tener con este producto

### 2.3.2.3. PROMOCIÓN

- Utilizar redes sociales de manera activa.
- Ser incluidos en guías de salud de los odontólogos.
- Patrocinar eventos socioculturales a razón de la salud bucal.
- Ofrecer y promocionar ofertas en días festivos como navidad, año nuevo, cumpleaños, etc.
- Crear boletines electrónicos para dárselos a los clientes.

### 2.3.2.4. PRECIO

El precio está establecido tomando en cuenta que estén dentro de lo que pueda pagar el cliente y también que cubra los gastos de inversión.

## 2.3.3.CICLO DE VIDA ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

PRODUCTO	Pasta dental en envase de vidrio con etiqueta	Pasta dental en envase orgánica (reciclable) con etiqueta monocromático	Pasta dental en envase orgánica con mayor cartera de productos	Diversificación de los productos en Pasta dental, enjuague bucal y cepillos
----------	---	---	--	---

PRECIO	S/ 8	S/ 8	S/ 9	S/ 8
PROMOCION	Sin Promociones, publicidad de boca a boca, delivery (tambo) y Fan page	Compra 3 x 2, Rebaja en el día del planeta, delivery a todo huancayo, descuentos en días festivos, publicidad BTL	Compra 3 x 2, Rebaja en el día del planeta, delivery, día de la ecología, publicidad en internet, publicidad ATL	Compra 3 x 2, rebaja en el día del planeta, delivery, 10 % de descuento por la 3ra recarga de producto, sorteos, canjesy cepillos gratis.
PLAZA	Venta por página de Facebook, delivery a todo el tambo	Ventas por página de Facebook (delivery a todo Huancayo) y puntos de venta intensivo a través de intermediarios (bodegas)	Ventas por página de Facebook (delivery) y puntos de venta intensivo a través de intermediarios (bodegas y mercados)	Ventas por página de Facebook (delivery) y puntos de venta intensivo a través de intermediarios (bodegas, mercados y supermercados )
PERIODO	INTRODUCCION	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACION
DURACIÓN DE CADA ETAPA	6 meses	1 año	1 año	1 año
ESTRATEGIA GENÉRICA DE M. PORTER	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación
DEMANDA ESTIMADA (unidades físicas)	1500	3000	4000	2500

VENTAS ESTIMADAS S/ (unidades monetarias)	S/. 12000	S/. 24000	S/. 36000	S/ 20000
--	-----------	-----------	-----------	----------

### 3. ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO

#### 3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

## Ficha técnica del producto

Cliente	• 18-40 mejor cuidado bucal
Género	• Hombres y mujeres
Tamaño	• 120 gramos
Color	• Verde y azul
Código	• 001-CD

Descripción: Pasta dental 100% artesanal con un diseño único y un envase orgánico para el cuidado de la naturaleza.

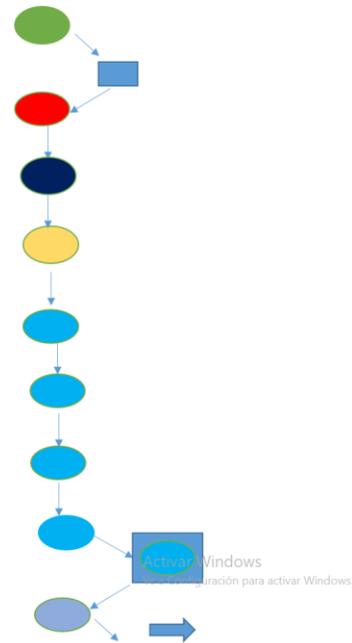
Calidad de producto	• 100% artesanal
Título o prestación	• 20% bicarbonato de sodio, 8% sábila, 5 g. menta, 2 oz. Aceite coco.
Observación	• Sus instrucciones estarán en la parte posterior derecha, cada uno con un código original y el envase será ovalado.



### 3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

## Diagrama Procesos

- Recepción, compra de material
- Inspección del material
- Lavado de menta, sábila y hierba
- Cortar y sacar la pulpa
- Agregar la menta
- Agregar el bicarbonato
- Agregar aceite de coco
- Agregar hierba buena y estevia
- Licuar e inspeccionar el producto final
- Empaquetado
- Entrega final



### 3.3. LOCALIZACIÓN



FUENTE: Elaboración propia

#### 3.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

FACTOR	PESO	El Tambo		Cercado de Huancayo		Chilca	
		CALIF.	PONDER.	CALIF.	PONDER.	CALIF.	PONDER.
Alquiler del local	0.35	8	2.8	9	3.15	6	2.1
Factor climático	0.05	8	0.4	8	0.4	8	0.4
Costo de materia prima	0.15	9	1.35	6	0.9	7	1.05
Materia prima disponible	0.10	7	0.7	9	0.9	6	0.6
Seguridad del lugar	0.1	9	0.9	8	0.8	6	0.6
Servicios básicos disponibles	0.08	9	0.72	9	0.72	9	0.72
Factor transporte	0.15	8	1.2	8	1.2	7	1.05
Cercanía a los puntos de distribución	0.1	8	0.8	9	0.9	7	0.7
Costos indirectos	0.02	7	0.14	8	0.16	9	0.18

TOTAL	1		9.01		9.13		7.4
-------	---	--	------	--	------	--	-----

FUENTE: Elaboración propia

### 3.3.2.MICRO LOCALIZACIÓN

Para la elección de la micro localización se pondero 1 ubicación: Av. Amazonas245(frente a Electrocentro)

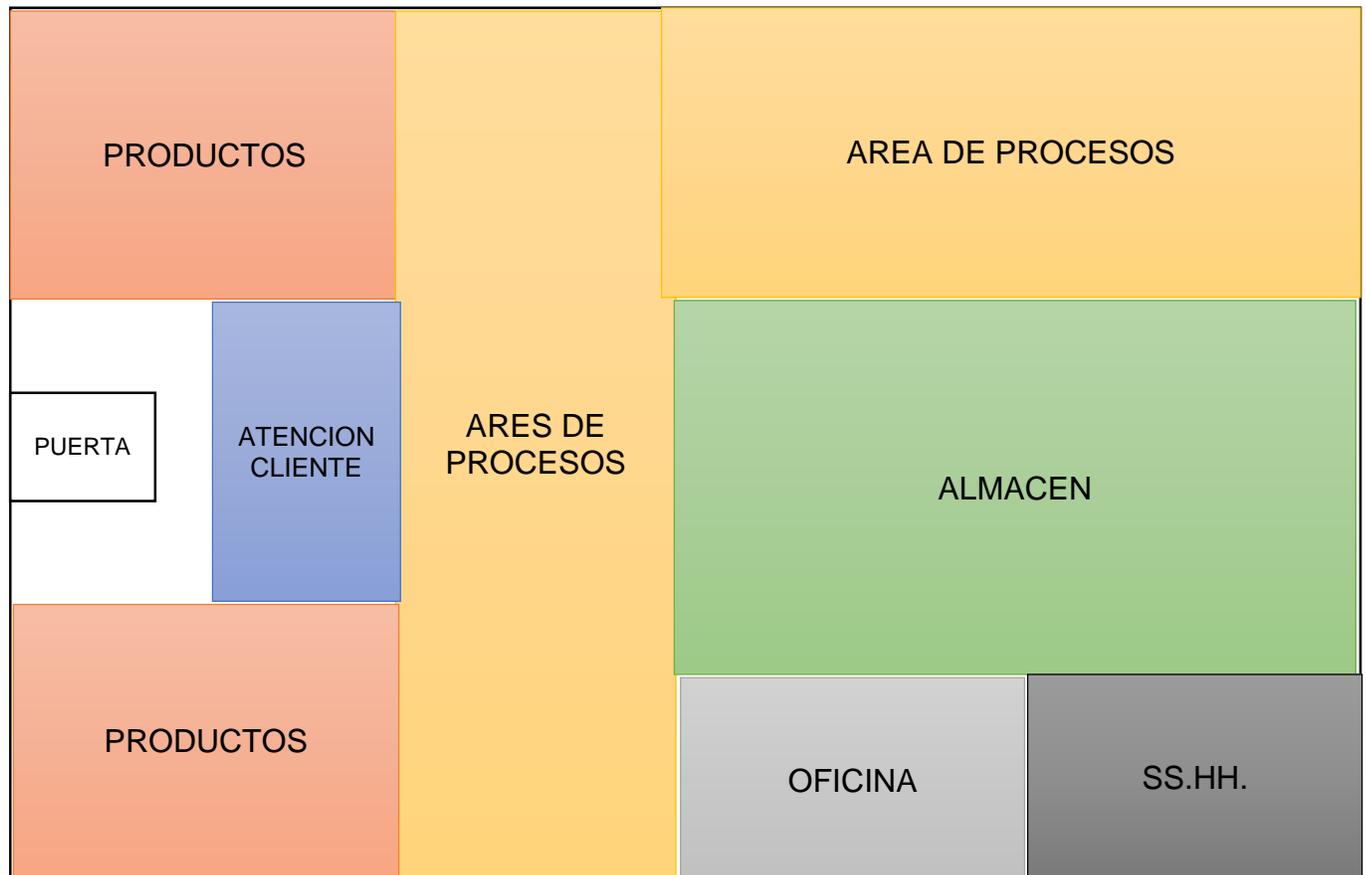
FACTOR	PESO	Av. Amazonas 601	
		CALIF.	PONDER.
Alquiler del local	0.35	9	3.15
Factor climático	0.05	8	0.4
Costo de materia prima	0.15	9	1.35
Materia prima disponible	0.10	9	0.9
Seguridad del lugar	0.1	9	0.9
Servicios básicos disponibles	0.08	9	0.72
Factor transporte	0.15	8	1.2
Cercanía a los puntos de distribución	0.1	9	0.9
Costos indirectos	0.02	7	0.14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>9.66</b>

FUENTE: Elaboración propia

### 3.4. TAMAÑO DE PLANTA

AMBIENTES	AREA (m2)
Almacen materia prima y prod. Term.	18m2
Area de proceso	14m2
Oficina administrativa	7m2
Servicio higienico	6m2
Area de atención al cliente	15m2
TOTAL	60M2

### 3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



### 3.6. REQUERIMIENTOS

#### 3.6.1. REQUERIMIENTOS DE RRHH

PERSONAL	PUESTO DE TRABAJO	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO
ADMINISTRADOR	G.GENERAL	1	COMPLETO	1200
ADMINISTRADOR	G.PRODUCCION	1	PART TIME	700
ADMINISTRADOR	G.LOGISTICA	1	PART TIME	700
ADMINISTRADOR	G.MARKETING	1	PART TIME	700
OPERATIVA	ENVASADORA	2	COMPLETO	1940
OPERATIVA	EMPAQUETADORA	1	COMPLET	970

#### 3.6.2. REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, MUEBLES Y HERRAMIENTAS

MAQUINAS EQUIPOS, MUEBLES	cantidad	costo
Mesas, sillas, escritorios, computadoras	-----	6440
licuadora	5	1045
Maquina empaquetadora	1	5390

#### 3.6.3. REQUERIMIENTO DE INSUMOS O MATERIA PRIMA

MATERIA/INSUMO	CANTIDAD	COSTO
BICARBONATO	8 KG	96
SABILA	12 KG	240
ACEITE DE COCO	2 LITROS	192
HIERBA BUENA	1 KG	5
STEVIA	4 KG	125
ENVASES	2200	880

ETIQUETADO	2200	440
TOTAL		1978

#### **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO / LEGAL / ORGANIZACIONAL**

##### **4.1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL**

###### **4.1.1.VISIÓN**

Al 2025, ser una de las mejores compañías de salud bucal y ser reconocida por nuestra calidad natural; a nivel regional

###### **4.1.2.MISIÓN**

Somos una empresa dedicada al cuidado de la salud bucal, que ofrecemos pasta dental 100% artesanal para ayudarles a prevenir las caries y proteger sus dientes.

###### **4.1.3.VALORES**

- CALIDAD
- SEGURIDAD
- INTEGRIDAD
- HONESTIDAD
- CONFIABILIDAD
- RESPONSABILIDAD

###### **4.1.4.OBJETIVOS**

- Alcanzar los mas altos estándares de calidad en el mercado provincial y posicionarnos en la mente del consumidor como un producto confiable.
- Vender 30000 productos al finalizar el primer año.
- Lograr una rentabilidad anual del 25%.
- Abrir una tienda más al finalizar el primer semestre.

## 4.2. TIPO DE EMPRESA

### 4.2.1.EMPRESA SEGÚN CONSTITUCIÓN LEGAL

CLEAN DENT S.A.C

### 4.2.2.EMPRESA SEGÚN EL TAMAÑO

MICROEMPRESA

### 4.2.3.EMPRESA SEGÚN EL SECTOR

EMPRESE SECTOR TERCERIA DIRIGIDO A SALUD

### 4.2.4.EMPRESA SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL

EMPRESA PRIVADA CON FINES DE LUCRO

## 4.3. PROCESO DE FORMALIZACIÓN

### 4.3.1.FORMALIZACIÓN REGISTRAL

**FORMALIZACIÓN REGISTRAL**

1. Determinación del nombre de la empresa y el Tipo de Personería Jurídica elegida
2. Búsqueda de Nombre
3. Reserva de Nombre
4. Elaboración de Minuta
5. Adjuntar la negatividad de la Búsqueda de nombre
6. Copia simple del DNI (socios) y Conyugue
7. Objeto social de la empresa
8. Aporte de Capital o Capital social ( Pago en Banco si es dinerario)
9. Elaboración de la Escritura Pública
10. Inscripción en registro Público

**2. Elaboración de la minuta**  
(sólo Persona Jurídica)

- Dónde van a funcionar las agencias o sucursales, si es que las hubieran.
- Quién va a administrar o representar a la sociedad.
- Los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
  - *bienes dinerarios*: dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.
  - *bienes no dinerarios*: inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.
- Otros acuerdos que establezcan los socios.
- El capital social o patrimonio social (aporte de los socios).

Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza.

[minuta.pdf](#)

FUENTE: Internet

La empresa CLEAND DENT será constituida por JANAMPA ARANDA MAYKER, HINOSTROZA SANTANA VALERIA, ALVA SANDIVAL YOEL, ANCO PARDAVE JOE ANTHONY, ROJAS PAUCARPURA WLADIMIR. Primero, se constituirá a la una empresa como persona jurídica, porque si constituye a la empresa como persona natural, los socios asumiremos todas las obligaciones de la empresa, garantizando con tu patrimonio las deudas que pueda contraer el negocio. Segundo, será el patrimonio de la empresa el que asumirá todas las obligaciones de esta. Lo que implica que las deudas u obligaciones se limitan solo a los bienes que forman parte del patrimonio de la empresa. No se optó por la Sociedad Anónima o S.A. porque este tipo de sociedad nos dificulta la toma de decisiones y nosotros como emprendedores necesitamos tomar decisiones rápidas. Con lo ya expuesto, se llegó a la conclusión que el proyecto adoptara la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada o S.A.C. porque se constituye en un solo acto. El capital de la sociedad está representado en acciones nominativas que pueden ser bienes o efectivo en el cual se inscribe el porcentaje de acciones de cada socio. Como la S.A., la responsabilidad de los socios es limitada. En este tipo de sociedad, las acciones no se inscriben en Registros Públicos, además permite sociedades más dinámicas, es decir, no es obligatoria la conformación del directorio y las Juntas Generales de Accionistas se pueden convocar a través de correo electrónico.

#### **Elaboración de una Minuta de Constitución**

Este documento, elaborado y firmado por un abogado, contiene la **declaración de voluntad de querer constituir una empresa**. Aquí se detalle el tipo de modalidad empresarial, luego los datos de los socios o accionistas y los estatutos.

Primero se necesita reservar el nombre de la empresa en Sunarp para que nadie más tome el mismo nombre mientras dura el proceso. Ya debe haberse adoptado la modalidad de la compañía (EIRL, SA, SAC, etc.), en nuestro caso se decidió por la SAC

La reserva requiere la búsqueda de los índices, para comprobar que ninguna compañía tiene el mismo nombre, luego se solicita la **reserva por 30 días naturales**.

Después se presenta una copia simple del DNI de los socios, además de una copia del documento de identidad del cónyuge (en caso hubiere) y visa de negocio o carné de extranjería (en caso de que alguno sea extranjero). La minuta también debe incluir una descripción detallada de la actividad económica a desarrollar con la firma por los interesados. Por último, se detalla el capital de la empresa, entre bienes dinerarios y no dinerarios que aporten los socios. Los bienes dinerarios es el capital en efectivo. Se efectúa el depósito a nombre de la empresa y se adjunta la constancia de depósito, original y copia.

Los no dinerarios constituyen las máquinas, equipos, muebles o enseres. Esta lista también debe presentarse con declaración jurada

- Personería jurídica de la empresa Características Dos accionistas como mínimo. No existe un límite en cantidad de socios
- Capital Social: Representado en acciones (dinerario o no dinerario)
- Denominación: "CLEAN DENT"
- Órganos Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia
- Duración Determinado o indeterminada entidad de socios.



FUENTE: Internet

#### 4.3.1.1. TIPO DE PERSONA JURÍDICA

##### **Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)**

También tiene carácter de limitada en cuestiones de sociedad, es decir, la responsabilidad y participación de los socios es limitada.

- Nuestra capital social está representada por acciones.
- Nuestro número de socios no puede ser mayor a 20.
- Las acciones de los socios no deben estar inscritas en el registro público del mercado de valores.
- Los socios tienen como derecho la preferencia en el caso de la venta de acciones.

#### 4.3.2.FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA

Exhibir el original y presentar la fotocopia simple de la partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos. Dicho documento no podrá tener una antigüedad mayor a treinta (30) días calendario.

El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Por lo cual se optará por un régimen que esté acorde al tipo y el tamaño de nuestro proyecto.

##### **¿Cómo se determinó la forma en la que se asumirá el pago de los impuestos?**

Como se está iniciando un pequeño negocio, con ingresos mensuales no muy altos se tuvo dos opciones el Nuevo Régimen Único Simplificado y el primer régimen considera que en caso nuestros clientes nos soliciten facturas para sustentar sus gastos nos permite no emitir este tipo de comprobantes por los servicios o ventas pero no contaba con los requisitos que pedía este régimen, entonces se optó por el Régimen Especial impuesto Renta (RER), porque si se cumplía con los requisitos que pedía la SUNAT



FUENTE: Internet

#### 4.3.2.1. TIPO DE RÉGIMEN TRIBUTARIO

Régimen considerado a adoptar: Régimen Especial impuesto Renta

Pueden acogerse a este régimen las personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas que obtengan rentas de tercera categoría proveniente de actividades de comercio y/o industria, además por actividades de servicios.

Cabe señalar que estas personas deberán contar con un ingreso neto que no supere los S/. 360,000.00 (Trescientos sesenta mil y 00/100 Nuevos Soles) por ejercicio gravable, dentro de otros requisitos.

Por último, existen sujetos que no pueden acogerse a este régimen por mandato expreso de la Ley, como, por ejemplo: Actividades de contratos de construcción, presenten servicio de transporte de carga de mercancías, siempre que los vehículos tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM, organicen cualquier tipo de espectáculo público, etc.

- Llevar libros contables (Registro de ventas e ingresos, Registro de compras y libro de inventario y balances). Además, los Registros de consignaciones y de planillas de pago, de corresponder.
- Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boletas de venta,

tickets, liquidación de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión, entre otros.

- Declarar y pagar sus obligaciones tributarias.
- Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.
- Comunicar la suspensión de actividades y mantener actualizado su RUC.
- Efectuar la baja del RUC en caso de cierre o cese de actividades.

Acogimiento	NRUS	RER	RMT	RG
<b>Requisitos</b>	Sólo con la afectación al momento de la inscripción.*	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.*	Sólo con la declaración mensual.

Medios de declaración y Código de Tributos	NRUS	RER	RMT	RG
<b>Medios de declaración</b>	FV 1611	FV1611	FV 1621 FV Simplificado 1621 Declara Fácil PDT 621	FV 1621 FV Simplificado 1621 Declara Fácil PDT 621
<b>Código de tributo (pago mensual)</b>	1ra Categoría 4131  2da categoría 4132	3111	3121	3031

#### 4.3.3.FORMALIZACIÓN LABORAL

La legislación laboral peruana para el sector privado establece derechos y beneficios comunes para los empleados. Sin embargo, en algunos casos, se establecen condiciones y derechos diferentes en función de la industria (sector agrario, minería, textil, entre otros), la ocupación o actividad (p.ej. régimen de enfermeras) o el número de empleados en la empresa (microempresas y pequeñas empresas). Los contratos de trabajo son acuerdos entre el empleador y el empleado que se basan en elementos esenciales:

- El servicio debe ser personal (no puede ser delegado),

- Relación de subordinación entre el trabajador y el empleador

## FORMALIZACIÓN LABORAL

**Ley de Promoción y formalización de la MYPE – Ley 28015 y Reglamento D.S. 009-2003 TR**

**Definición de la Micro y Pequeña Empresa.-** Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

**Características de las MYPES**  
Las MYPES deben reunir las siguientes características concurrentes

	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 10 trabajadores	1 a 50 trabajadores
<b>Niveles de Venta Anuales</b>	máximo 150 UIT	de 150 hasta 850 UIT

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

*FUENTE: Internet*

#### 4.3.3.1. TIPO DE RÉGIMEN LABORAL

##### REGIMEN LABORAL ESPECIAL MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En donde nuestra empresa será microempresa por que no pasaremos de las 150 UITs de las ventas anuales, además nos ayuda al ser una empresa que recién esta iniciando ya que los beneficios sociales nos menores a la de pequeña empresa:

- Remuneración Mínima Vital
- Jornada máxima
- Descanso semanal
- Trabajo en sobretiempo
- Feriados
- Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.

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

#### 4.3.4.FORMALIZACIÓN MUNICIPAL

## FORMALIZACIÓN MUNICIPAL



FUENTE: Internet

La empresa debe de cumplir con todas las normativas exigidas por instituciones tales como la municipalidad, INDECI, DIGESA, DIGEMID, para el pago de arbitrios, licencias, u otras certificaciones exigidas de acuerdo al tipo de negocio que se tiene. También tener en cuenta las exigencias de las normas de seguridad que se deben de seguir en cada negocio, todo esto es necesario para poder evitar sanciones y multas más adelante.

*La formalización municipal permite actuar de acuerdo a las normas establecidas para evitar ciertas contingencias a futuro que pueden hacer que el negocio tenga que asumir sanciones que perjudique sus actividades.*

Teniendo en cuenta lo anterior, y de acuerdo a la experiencia que tienen muchos empresarios, podemos afirmar que una empresa para poder crecer de manera sostenida y seguir ampliando su mercado es necesario que realice sus actividades dentro del campo de la formalidad lo que le garantiza que sus operaciones comerciales se realicen de manera transparente y al amparo de las normas establecidas en nuestro país.



**FORMULARIO GRATUITO**  
**SOLICITUD PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Y/O ANUNCIO**  
**ADOSADO A LA FACHADA**  
 Ley N° 27972, Ley N° 28976, O.M 431, 436 y 437-MPHICM

N° de Expediente

**Nº 000**

- I. MODALIDAD DE TRAMITE QUE SE SOLICITA** (Marcar con una "X")
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Licencia de Funcionamiento Indeterminada     | <input type="checkbox"/> Licencia de Funcionamiento Indeterminada + Autorización de Anuncio (adosado a fachada) |
| <input type="checkbox"/> Licencia de Funcionamiento Temporal          | <input type="checkbox"/> Licencia de Funcionamiento Temporal + Autorización de Anuncio (adosado a fachada)      |
| <input type="checkbox"/> Autorización de Anuncio adosado a la fachada | <input type="checkbox"/> Ampliación de Área o Giro  |

**II. DATOS DEL SOLICITANTE**

3. Apellidos y nombres o Razón Social

4. Nro. de DNI o C.E.      5. Correo electrónico/ e-mail      6. Nro. Teléfono      7. RUC

8. Av./Cr./Ca./Pje./Proteq.      9. Nro. Int.      Ma.      Lt.

10. Urb., AA, HH, otros      11. Distrito      12. Provincia      13. Departamento

**III. REPRESENTANTE LEGAL** (completar sólo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)

14. Apellidos y nombres      15. Nro. de DNI o C.E.      16. Nro. Partida R(BUNARPI)      17. Nro. Teléfono

**IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

18. Nombre Comercial      19. Giro o actividad

20. Av./Cr./Ca./Pje./Proteq.      21. Nro. Int.      Ma.      Lt.      22. Urb., AA, HH, otros

23. Sector económico: Comercio      Industria      Servicio

24. Área de local      25. N° de Estacionamientos

**V. OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

26. Croquis de ubicación

**VI. ANUNCIO ADOSADO A FACHADA**

27. Tipo de anuncio  
 Luminoso       Óptico

28. Colores

29. Medidas:  
 largo [ ] m X alto [ ] m = Área total [ ] m<sup>2</sup>



**31.- DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:**

- Los datos consignados anteriormente expresan la verdad y que la documentación presentada es veraz.
- Tengo conocimiento que la presente declaración y la documentación presentada está sujeta a verificación posterior de su veracidad y en caso de haber proporcionado información, documentación y/o declaraciones que no respondan a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y/o penales correspondientes, REVOCÁNDOSE AUTOMÁTICAMENTE las autorizaciones que se me otorguen como consecuencia de esta solicitud.
- Brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control a las autoridades municipales competentes.
- De conformidad con el Art. 42° de la Ley N° 27444, todas las declaraciones juradas, los documentos sucedáneos presentados y la información incluida en los escritos y formularios que presenten los administrados para la realización de procedimientos administrativos, se presumen verificados por quien hace uso de ellos, así como de contenido veraz para fines administrativos, salvo prueba en contrario.



#### 4.3.5.FORMALIZACIÓN SECTORIAL

MINISTERIO DE LA SALUD



Autorización Sanitaria de Funcionamiento o Traslado de Laboratorio y Traslado de planta o almacenes de laboratorio, de productos farmacéuticos. (Procedimiento N° 138 del TUPA - MINSa)

#### Requisitos:

1. Solicitud de autorización con carácter de Declaración Jurada, según formato. <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=464>.
2. Croquis de ubicación del establecimiento.
3. Croquis de distribución de las áreas de laboratorio. En el área de almacenamiento indicar el volumen útil de almacenamiento máximo en metros cúbicos por cada área, como mínimo, en formatos A-3.  
**Para laboratorios de producción de gases medicinales, el área de almacenamiento será indicada en metros cuadrados.**
4. Diagrama de flujo de los procesos de producción, por forma farmacéutica indicando los controles de calidad por cada etapa del proceso.
5. Copia de la licencia de zonificación.
6. Croquis de los sistemas de apoyo crítico, excepto para los laboratorios de producción de gases medicinales.
7. Relación de equipos críticos para la producción y control de calidad  
**Se exceptúa del presente requisito cuando se trate de laboratorios que se dedican exclusivamente al acondicionamiento, reacondicionamiento o fraccionamiento. En este caso el interesado debe presentar la relación de equipos para el acondicionado, reacondicionado o fraccionamiento.**
8. Copia del contrato de servicio de tercero, cuando corresponda.
9. Copia del certificado de habilidad profesional del Director técnico y de los profesionales a cargo de las jefaturas de aseguramiento de la calidad y de las áreas de producción y control de calidad.
10. Pago por derecho de trámite.

Derecho de Pago: **20,3%** UIT

Plazo para Resolver: **30 días hábiles**

Recursos Impugnativos:

**Reconsideración:** Director Ejecutivo de Autorizaciones Sanitarias

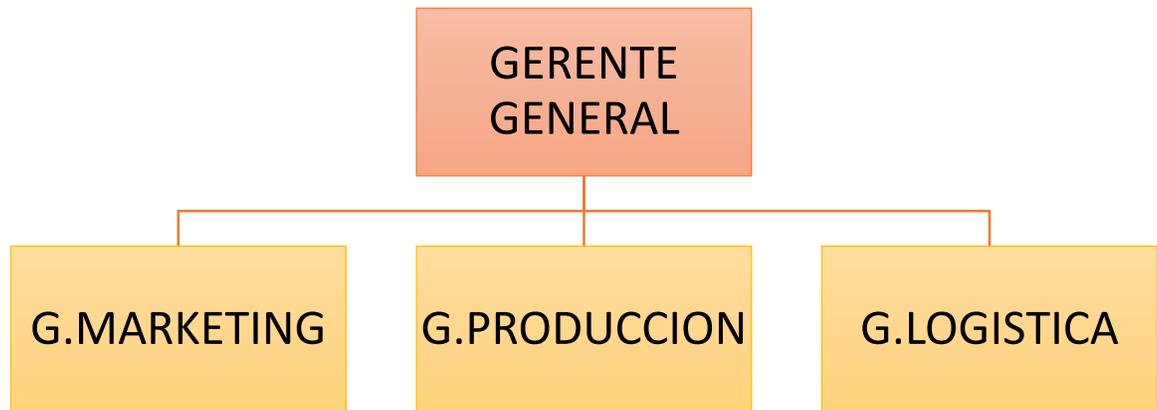
**Apelación:** Director General de la DIGEMID

#### 4.4. PRESUPUESTO DE FORMALIZACIÓN

Nº	PASOS DE FORMALIZACIÓN	COSTOS S/.	
	PROCESO REGISTRAL-SUNARF /NOTARIA		
1	Búsqueda de Nombre	9.00	
2	Reserva de Nombres	18.00	
3	Mínuta y Escritura Pública	120.00	Dependiendo el Monto de capital Social
			1,000-10,000 Capital
		200.00	10,000-100,000 Capital
4	Elevar Escritura Pública		
	Nombramiento del representante Legal	22.00	
	Trámite Documentario	39.00	
	S/. 3.00 x Cada S/. 1,000 de capital	3.00	El calculo dependerá del Monto de Capital
	Copia Literal	4.00	Por hoja
	PROCESO FORMALIZACION TRIBUTARIA		
5	Inscripción del RUC	Gratuito	
6	Impresión de Comprobantes	60.00	Dependerá del tamaño, cantidad, diseño
7	Legalización de Libros Contables	12.00	Cada libro contable
	PROCESO DE FORMALIZACION LABORAL		
8	Acojimiento a la Ley de la MIPYME	Gratuito	
9	Contrato de Trabajadores	12.00	Por trabajador

Nº	PASOS DE FORMALIZACIÓN	COSTOS S/.
	PROCESO DE FORMALIZACIÓN MUNICIPAL	
10	Licencia Inmediata	258.00
	Licencia Básica	412.00
11	Anuncios publicitarios (Po internet)	100
<b>TOTAL COSTO DE FORMALIZACIÓN</b>		<b>S/1.269 aproximado</b>

#### 4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (ORGANIGRAMA)



PUESTO	DESCRIPCIÓN
Gerente General	Se encarga de la dirección y coordinación de las tareas de la empresa. Realiza actividades como: Trato con los proveedores, toma de decisiones, manejo de personal
Gerente de Producción	Encargado en la producción de las pastas dentales, supervisión de calidad y supervisión de tareas de los empleados.
Gerente de Marketing	Encargado de las ventas y de las publicidades que tendremos, encargado de auspicios , promocionar la marca de la empresa.
Gerente de Logística	Encargada del almacenado y distribución en un buen estado de los productos, además que garantizara la calidad de los productos.

## 5. ESTUDIO ECONÓMICO

### 5.1. CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

<b>INVERSIÓN</b>				
<b>Concepto</b>	<b>U.M.</b>	<b>CANT.</b>	<b>P.UNIT</b>	<b>TOTAL</b>
			<b>S/.</b>	<b>35268.8</b>
<b>1. Activos Fijos</b>				17908.8
<b>I Maquinaria y Equipo</b>				
Computadoras	und	2	2720	5440
Caja registradora	und	1	1000	1000
Licadoras	und	5	209	1045
Maquina empaquetadora	und	1	5390	5390
			<b>SUB TOTAL</b>	<b>12875</b>
<b>II Muebles y Enseres</b>				
Estantes	und	4	499	1996
Escritorio + Silla	und	2	558.9	1117.8
Mesas	und	6	320	1920
			<b>SUB TOTAL</b>	<b>5033.8</b>
<b>2. Capital de Trabajo</b>				
Costos variables	mes	1	3500	3500
Costos y gastos fijos	mes	1	9000	9000
			<b>SUB TOTAL</b>	<b>12500</b>
<b>3. Gastos Preoperativos</b>				
Plan de negocios e investigación	und	1	800	800
Licencias y constitución de empresa	und	1	2260	2260
Publicidad	und	1	500	500
Software de venta (CRM)	und	1	300	300

Obras civiles (decoración del local, pintura)	M2	1	1000	1000
			SUB TOTAL	4860
TOTAL DE INVERSIONES				35268.8

### 5.1.1.INTERPRETACIÓN DEL CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

#### ACTIVOS FIJOS:



**ACTIVO FIJO - ¿QUÉ ES UN ACTIVO FIJO?**

“ Son nuestros bienes ya sea tangible o intangible que normalmente son necesarios para el funcionamiento de nuestra empresa y esto no se destina a la venta.

En el texto: (Debitoor.es, 2019)

Bibliografía: Debitoor.es. (2019). *Activo fijo - ¿Qué es un activo fijo?*. [online] Available at: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo> [Accessed 29 Nov. 2019].

Página web

#### CAPITAL DE TRABAJO:



**CAPITAL DE TRABAJO | GERENCIE.COM.**

“ Son nuestros costos que nuestra empresa requiere para poder operar, en otras palabras, son nuestros activos corrientes (Efectivo, inversiones, inventarios).  
La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

En el texto: ("Capital de trabajo | Gerencie.com.", 2019)

Bibliografía: Capital de trabajo | Gerencie.com. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Página web

## GASTOS PREOPERATIVOS:

¿QUÉ SON LOS GASTOS PREOPERATIVOS? (CON EJEMPLOS) - LIFEDER

Página web

“ Son aquellos que se realizan antes del inicio de operaciones de una empresa.

En ocasiones suele pensarse que estos gastos preoperativos son realmente inversiones, pero esto es incorrecto, debido a que estos gastos de constitución se limitan a aquel período en el cual la empresa en cuestión aún no ha empezado a producir.

En el texto: ("¿Qué son los Gastos Preoperativos? (con Ejemplos) - Lifeder", 2019)

Bibliografía: ¿Qué son los Gastos Preoperativos? (con Ejemplos) - Lifeder. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://www.lifeder.com/gastos-preoperativos/>

### 5.2. DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN

Depreciación	Tasa	Precio Total	Depreciación Anual	Depreciación mensual
Maquina Empaquetadora	20%	5390	1078	89.833
Escritorios y Sillas	10%	1117.8	111.78	9.315
Mesas	10%	1920	192	16
Computadoras	25%	5440	1360	113.33

TOTAL DE DEPRECIACION MENSUAL	228.478
-------------------------------	---------

AMORTIZACION	TASA	COSTO TOTAL	AMORTIZACION ANUAL	AMORTIZACION MENSUAL
--------------	------	-------------	--------------------	----------------------

Total de gastos pre operativos	10%	4860	486	40.5
--------------------------------	-----	------	-----	------

### 5.2.1.INTERPRETACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y LA AMORTIZACIÓN

#### DEPRECIACIÓN:

 ¿QUÉ ES LA DEPRECIACIÓN? | GERENCIE.COM.

Página web

“Es el mecanismo mediante el cual se reconoce contable y financiera mente el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de el con el paso del tiempo.

En el texto: ("¿Qué es la depreciación? | Gerencie.com.", 2019)

Bibliografía: ¿Qué es la depreciación? | Gerencie.com. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>

#### AMORTIZACIÓN:



AMORTIZACIÓN - ¿QUÉ ES LA AMORTIZACIÓN?

Página web

“Los activos de una empresa pierden valor a lo largo del tiempo y esa pérdida se contabiliza teniendo en cuenta los años de vida del activo. Las amortizaciones es la pérdida del valor de los activos o pasivos con el paso del tiempo. Esta pérdida, que se debe reflejar en la contabilidad, debe tener en cuenta cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor.

Con las amortizaciones, los costes de hacer una inversión se dividen entre todos los años de uso de esa inversión.

En el texto: ("Amortización - ¿Qué es la amortización?", 2019)

Bibliografía: Amortización - ¿Qué es la amortización?. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://debitoor.es/glosario/definicion-amortizacion>

### 5.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR MES Y AÑO

#### COSTOS FIJOS:

Conceptos/Año	MES	AÑO
<b>Costos Fijos</b>	<b>9000</b>	<b>108000</b>
Alquiler del local	800	9600
Sueldos Administrativo	3300	39600
Sueldo Operativo	2910	34920
Impuestos	1237	14844
Tributos	603	7236
Teléfono / Internet	150	1800
<b>Costos Variable</b>	<b>3500</b>	<b>42000</b>
Bicarbonato	96	1152
Sabila	240	2880
Aceite Coco	192	2304
Hierba Buena	5	60
Stevia	125	1500
Envases	1880	10560
Etiquetas	440	5280
Fletes	522	6264
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>12500</b>	<b>150000</b>

#### 5.3.1. INTERPRETACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

 COSTOS FIJOS | GERENCIE.COM.

Página web

“ Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

En el texto: ("Costos fijos | Gerencie.com.", 2019)

Bibliografía: Costos fijos | Gerencie.com. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://www.gerencie.com/costos-fijos.html>

## COSTOS VARIABLES



### COSTE VARIABLE - ¿QUÉ ES UN COSTE VARIABLE?

Página web

“ Los costes variables varían en función de la cantidad producida. Las materias primas y la mano de obra son ejemplos de costes variables, a mayor producción, más se incurrirá en este tipo de costes.

En el texto: ("Coste variable - ¿Qué es un coste variable?", 2019)

Bibliografía: Coste variable - ¿Qué es un coste variable?. (2019). Retrieved 29 November 2019, from <https://debitoor.es/glosario/coste-variable>

### 5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS MES Y AÑO

	MES	AÑO
<b>1 PERIODO</b>	<b>17 553</b>	<b>210 632</b>
<b>2 PERIODO</b>	<b>17 816</b>	<b>213 791</b>
<b>3 PERIODO</b>	<b>18 083</b>	<b>216 998</b>
<b>4 PERIODO</b>	<b>18 354</b>	<b>220 253</b>
<b>5 PERIODO</b>	<b>18 630</b>	<b>223 557</b>

#### 5.4.1. INTERPRETACIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS



### INTERPRETACION DE LA PROYECCION DE VENTAS - GOOGLE SEARCH

Página web

“ Es la técnica que tiene como fin calcular las proyecciones de ventas de una manera rápida y confiable, permite estimar la demanda hacia el futuro, basándose en información histórica generada por el movimiento de productos”

En el texto: ("INTERPRETACION DE LA PROYECCION DE VENTAS - Google Search", 2019)

Bibliografía: INTERPRETACION DE LA PROYECCION DE VENTAS - Google Search. (2019). Retrieved 4

December 2019, from [https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM\\_esPE780PE780&sxsrf=ACYBGNS3h-c4Rba2o2zkmXy-](https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM_esPE780PE780&sxsrf=ACYBGNS3h-c4Rba2o2zkmXy-OYNdcW2NNw%3A1575425691322&ei=mxbnXcytE9XD5OUPrreqwAQ&q=INTERPRETACION+DE+LA+PROY...)

OYNdcW2NNw%3A1575425691322&ei=mxbnXcytE9XD5OUPrreqwAQ&q=INTERPRETACION+DE+LA+PROY...

ab.3..0i7118.2400..2673...0.1..0.0.0.....0.....1..gws-wiz.u-hERD-71-

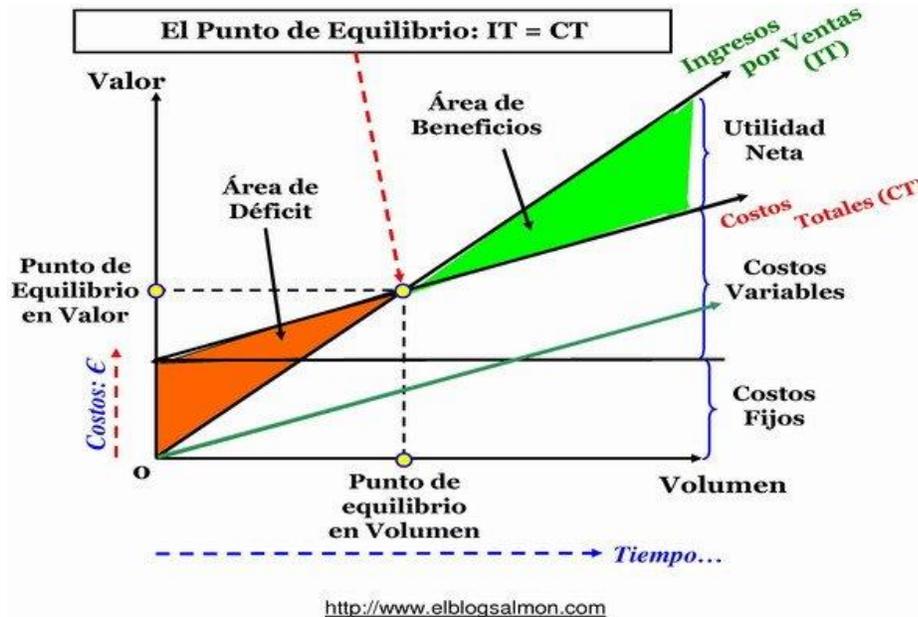
I&ved=0ahUKEwiM582F9prmAhXVlbkGHa6bCkgQ4dUDCAs&uact=5

## 5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTO FIJO TOTAL	9000
C.UNI.VARIABLE	1.60
PRE.UNITARIO	8
P.EQUILIBRIO	1405

### 5.5.1.INTERPRETACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Como se logra ver se necesita 1405 unidades mensuales que se tiene que vender para cubrir los todos los gastos necesarios, para lo halle perdida ni ganancia.



## 5.6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	26,329	26,724	27,125	27,532	27,945	
Precio	8	8	8	8	8	

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	210,632	213,791	216,998	220,253	223,557	
Costo de Ventas	23,736	23,736	23,736	23,736	23,736	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>186,896</b>	<b>190,055</b>	<b>193,262</b>	<b>196,517</b>	<b>199,821</b>	
COSTO FIJO	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000	
Depreciación	2,742	2,742	2,742	2,742	2,742	
COSTO VARIABLE	42,000	42,000	42,000	42,000	42,000	
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>34,154</b>	<b>37,313</b>	<b>40,520</b>	<b>43,775</b>	<b>47,079</b>	
Utilidad AI	34,154	37,313	40,520	43,775	47,079	
Impuesto	10,246	11,194	12,156	13,133	14,124	
<b>Utilidad neta</b>	<b>23,908</b>	<b>26,119</b>	<b>28,364</b>	<b>30,643</b>	<b>32,955</b>	

### FLUJO DE CAJA

	2,020	2,021	2,022	2,023	2,024	2,025
Flujo de Caja Libre	2,020	2,021	2,022	2,023	2,024	2,025
Utilidad	23,908	26,119	28,364	30,643	32,955	-
COMP.INVEN			- 8,000			
<b>Flujo de Caja</b>	<b>23,908</b>	<b>26,119</b>	<b>20,364</b>	<b>30,643</b>	<b>32,955</b>	<b>-</b>

### 5.6.1. INTERPRETACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Aquí vemos que, al finalizar las ventas de cada año, nuestra empresa tendrá liquidez y podrá controlar el momento de efectivo. En donde al sumar nuestros ingresos y egresos el resultado es positivo y beneficioso para los accionistas.

## 5.7. INDICADORES DE RENTABILIDAD

### 5.7.1. VANE Y SU INTERPRETACIÓN

12%	COK
Valor Actual De los Flujos	94,837
Inversion	35,269
VAN	59,568

Se actualizó el flujo de caja y las tasas de los accionistas con un COK del 12% en donde nuestro VAN salió positivo y por ello este plan de negocio es fiable y rentable para su acción.

### 5.7.2. TIR Y SU INTERPRETACIÓN

VALORES	FLUJO DE CAJA
PERIODO 0	-35269
PERIODO 1	23908
PERIODO 2	26119
PERIODO 3	20364
PERIODO 4	30643
PERIODO 5	32955

TIR	65%
-----	-----

En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión. Por lo tanto, este proyecto de inversión será aceptada.

### 5.7.3.BENEFICIO / COSTO Y SU INTERPRETACIÓN

TASA	12%						
	0	1	2	3	4	5	VALOR.PRESE
BENEFICIO		23,908	26,119	20,364	30,643	32,955	S/94,837
COSTO	35269	0	0	8000	0	0	S/36,574

RELACION B/C		2.6
-----------------	--	-----

Al obtener el resultado mayor a 1, esto indica que los beneficios son mayores a los costos. En consecuencia, el proyecto debe ser considerado y es rentable para todos.

### 5.7.4.PERIODO DE RECUPERO Y SU INTERPRETACIÓN

	0	1	2	3	4	5
FLUJO EFECTIVO		23,908	26,119	20,364	30,643	32,955
INVERSION	-35269			-8000		
FLUJO ACUMUL	-35269	-	11,361	14,758	27,122	57,765
		11,361	14,758	27,122	57,765	90,721

PR	1.43
----	------

Donde se observa el resultado de recuperación de 1.43 años, detalladamente este tiempo de recuperación será en 1 año con 5 meses y 5 días exactamente. Por lo cual este periodo de recuperación es viable al ser corto el tiempo.

## 6. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

### 6.1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO



N <sup>a</sup>	VARIABLES	DISTR	PROV	REG	NACI	MUND	PUNTJ
1	Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	0	1	0	2	1	4
2	Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible.	0	0	0	0	1	1
3	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades.	3	3	4	4	3	17
4	Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	0	0	1	0	0	1
5	Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.	0	0	0	0	0	0
6	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.	1	1	2	2	2	8
7	Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos.	0	0	0	0	0	0
8	Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.	2	3	1	0	0	6
9	Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.	3	3	0	0	0	6

10	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos.	0	0	0	0	0	0
11	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	1	1	0	0	0	2
12	Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenible.	3	3	2	2	1	11
13	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).	3	3	3	2	1	12
14	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.	0	1	2	2	2	7
15	Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica.	4	4	3	4	2	17
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.	1	1	0	0	0	2
17	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.	1	1	0	0	0	2
	TOTAL	22	25	18	18	13	

Este plan de iniciativa aborda la ODS N° 3 “Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades” y N° 15 “Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica”, entonces se puede demostrar que es un plan con impacto social positivo. Finalmente se puede evidenciar que el alcance de este plan es provincial.

## 7. CONCLUSIONES

- La realización de este proyecto servirá como una guía para la futura creación de nuestro producto, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo. Además, vemos que este proyecto CLEAN DENT al finalizar todos los resultados, este proyecto es factible para su elaboración y cualquier inversionista que desee invertir en este proyecto, tendrá utilidad al finalizar la proyección de ventas.
- La realización de este proyecto al ser amigable con el medio ambiente, dará un impacto positivo puesto que contribuiremos positivamente con disminuir el uso de plástico (tubos dentales convencionales).
- El proyecto nos genera un gran cambio ya que se está cambiando recursos ecológicos para la productividad de este proyecto ya que estamos reemplazando químicos por esencias naturales.

## 8. SUGERENCIAS

-Se recomienda cumplir con las indicaciones enseñadas en clases al momento de elaborar el plan de negocio para no tener inconvenientes como “obtener ganancias exorbitantes”, o planes de negocio imposibles de ejecutar.

- Otra sugerencia es que este proyecto no solo se puede realizar con un inversionista, sino con préstamo bancario a largo plazo en donde afectaría en el flujo de caja disminuyendo las cuotas y los intereses que esta financiera posea.

-Es necesario seguir correctamente las investigaciones y pasos necesarios para garantizar que un plan de negocio sea viable.

-Se recomienda tomar como parte importante del plan de negocio la parte económica puesto que esta indicara si este es viable o no, en este caso es viable.

-Seguir todo los pasos correctamente , debido a que es un negocio extenso lo cual requiere de varios puntos para poder sobresalir ,teniendo en cuenta paso a paso obteniendo un resultado positivo.

## 9. ANEXOS

### 9.1. FOTOS, COPIAS



9.2. BUSINESS MODEL CANVAS



## 10. BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA (APA)

- Kolynos. (2015). *Productos*. Google Recuperado de <https://www.kolynos.com.pe/products>
- Plaza vea. (2017). *Dentífricos*. Plaza vea Recuperado de <https://www.plazavea.com.pe/cuidado-personal/cuidado-bucal/crema-dental>
- Arellano. (2017). *Higiene personal*. Arellano Recuperado de <https://www.arellano.pe/higiene-personal-una-categoria-real-cuidado/>
- Colgate. (2015). *Productos*. Colgate Recuperado de <https://www.colgate.com/es-py/bright-smiles-bright-futures>
- La Republica. (2017). *Sindicato Obreros*. LR Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1201729-sindicato-de-obreros-de-intradevco-demanda-aumento-de-sueldos/>
- Miguel M M. (2014). *Inauguración planta Colgate*. Visión Industrial Recuperado de (<https://visionindustrial.com.mx/industria/noticias/colgate-palmolive-inaugura-su-planta-de-jabones-en-guanajuato>)
- Diario el Peruano. (2015). *Código de Protección y defensa al consumidor*. VLEX Recuperado de [https://vlex.com.pe/vid/codigo-proteccion-defensa-consumidor-401594897?\\_ga=2.96061020.1345480210.1570640994-1006500841.1570640994](https://vlex.com.pe/vid/codigo-proteccion-defensa-consumidor-401594897?_ga=2.96061020.1345480210.1570640994-1006500841.1570640994)
- Arellano R. (2017). *Estilo de vida Consumidor*. ISSUU Recuperado de [https://issuu.com/exportares/docs/estilos\\_de\\_vida\\_de\\_los\\_consumidores](https://issuu.com/exportares/docs/estilos_de_vida_de_los_consumidores)
- BCRP. (2013). *Informe Económico Social*. BCRP Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/juin/ies-juin-2013.pdf>
- Ministerio Ambiente. (2013). *Ley general del Medio Ambiente*. GIDAHATARI Recuperado de <http://gidahatari.com/ih-es/ley-general-del-medio-ambiente-ley-n-28611>