

# MISKYCHOC

CURSO: Iniciativa Empresarial

INTEGRANTES:

- Castro Eulogio Yassira
- De la Cruz Perez Betsy
- Herrera Marín Lisset
- Huamani Albino Mayumi
- Llanos Andrade Stefany
- Meléndez Canchan Danitsa



# Breve descripción del negocio

El negocio del chocolate se enfrenta a una creciente oferta del producto, por lo que se ha incrementado el consumo de chocolates, dentro de los cuales se destaca los beneficios que este tiene en la salud ya que contiene una gran cantidad de antioxidantes. En la ciudad de Huancayo, hay empresas que venden chocolates (comunes), pero nuestra idea de negocio es diferente ya que nosotros produciremos y comercializaremos chocolates personalizados y al gusto del consumidor, con diferentes tipos de rellenos nutritivos e ingredientes de alta calidad, y también los empaques de los chocolates serán novedosos y diseñados.

## **ANÁLISIS DEL MERCADO**

### Mercado potencial

El estudio de nuestro plan de negocio de "MISKYCHOC" utilizamos la población de Huancayo que es de 353.535 habitantes y con sus distritos como Chilca, Huancayo y El Tambo como hemos podido ver que en el distrito del tambo ha mostrado un crecimiento importante, en los últimos 2 años, por eso nuestras encuestas fueron hechas más en el distrito de El tambo.

## Estimación del mercado

Saber quiénes son nuestros clientes, es decir, a que segmentos de la población estas atendiendo, y como hemos podido ver nosotros segmento de mercado la provincia de Chilca, Huancayo y El Tambo y los niveles socio económico serán de A Y B, las edades de 20 a 50 años, y este producto que ofrecemos será específicamente para todas esas personas que les gustaría comer chocolates con cereales andinos.

## Análisis de la competencia

### Competidores directos:

Todas las chocolaterías que ofrecen chocolates artesanales en la región, como por ejemplo: los puestos de chocolates fuera del estadio Mariscal Castilla, en Real Plaza también se encuentra otro puesto de venta de chocolates artesanales, pero ninguno tiene un nombre específico por lo cual se le conoce.

## Competidores indirectos

Los chocolates convencionales:  
Sublime. Vizzio, Fochis, etc.

Estas marcas de chocolates ya están posicionadas. Desde los diferentes puntos de sus fábricas distribuyen sus productos por medio de intermediarios al mercado minorista (confiterías, bodegas, supermercados). Los productos que brindan son de calidad, ellos si manejan publicidad por los diferentes medios de comunicación, hacen también ofertas, sorteos, etc.

## Ventaja competitiva

La ventaja competitiva que vamos a usar para nuestro producto son los diseños personalizados (nombres, formas, memes, diseños culturales, diferentes rellenos, etc.) para las diferentes ocasiones de celebridad. A parte de eso ofreceremos un servicio de entrega a domicilio u oficinas, va depender del cliente

## Diseño del producto

### CHOCOLATES PERSONALIZADOS CON LETRAS



### CHOCOLATES CON FOTOS Y MEMES





# INVERSIONES DEL PLAN DE NEGOCIO

## ESTRUCTURA DE LA INVERSION INICIAL

### Inversiones (soles)

CONCEPTO	U.M.	CANT.	P.UNIT S/.	TOTAL S/.
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				<b>9,160.00</b>
<b>Edificaciones</b>	<b>m2</b>	<b>1</b>	<b>1200</b>	<b>1,200.00</b>
<b>I. Maquinaria y equipo</b>				
computadora	ud	1	900.00	900.00
templadora de chocolate de tres tinas	ud	1	1,600.00	1,600.00
maquina depositadora de chocolate	ud	1	1,500.00	1,500.00
estufa de chocolate	ud	1	800.00	800.00
congeladora	ud	1	1,200.00	1,200.00
<b>Sub total S/.</b>				<b>6,000.00</b>
<b>II. Muebles y enseres</b>				
mesas	ud	2	180.00	360.00
moldes	ud	8	5.00	40.00
escritorio+archivador	ud	1	150.00	150.00
vitrina	ud	2	250.00	500.00
stantes	ud	2	150.00	300.00
florecentes	ud	5	20.00	100.00
utensilios	ud	10	15.00	150.00
sillas	ud	8	45.00	360.00
<b>Sub total S/.</b>				<b>1,960.00</b>
<b>III. CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Costos variables	mes	1	1,616.67	1,616.67
Costos y gastos fijos	mes	1	1,207.29	1,207.29
<b>Sub total S/.</b>				<b>2,823.96</b>
<b>IV. GASTOS PREOPERATIVOS</b>				
Licencias y constitución de empresa	ud	1	350.00	350.00
registro de marca y patente	ud	1	535.00	535.00
Decoración del local, pintura.	m2	100	5.00	500.00
<b>Sub total S/.</b>				<b>1385</b>
<b>Total Inversiones</b>				<b>13,368.96</b>

# DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

$$PV = CTU + G$$

## Producto 1 : CHOCOLATES CLASICOS

PVC	=	2.00	el precio de venta de la competencia
CTU	=	2.59	
G	=	13.70%	% de ganancia
Precio de Venta	=	3.00	
P. V det.	=	3.00	

## Producto 2 : BOMBONES CON RELLENO

PVC	=	1.10	el precio de venta de la competencia
CTU	=	3.81	
G	=	23.80%	% de ganancia
Precio de Venta	=	5.00	
P. V det.	=	5.00	

## Producto 3 : CHOCOLATES PERSONALIZADOS

PVC	=	3.50	el precio de venta de la competencia
CTU	=	17.04	
G	=	31.84%	% de ganancia
Precio de Venta	=	25.00	
P. V det.	=	25.00	

Nota: Los precios y costos, no incluyen el IGV.

# FLUJO DE CAJA ECONÓMICO DEL PROYECTO

(Expresado en Soles)							
	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQUIDACIÓN
<b>INGRESOS</b>							Valor de Rescate
<b>VENTAS TOTALES</b>		43,077	48,795	53,675	59,042	64,947	
<b>EGRESOS</b>							
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	13,369						6,253
ACTIVO FIJO	9,160						
CAPITAL DE TRABAJO	2,824						
GASTOS PRE-OPERATIVOS	1,385						
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-	-	-2,824	
<b>COSTOS</b>		32,031	36,420	40,172	44,300	48,841	
COSTOS FIJOS		14,375	16,443	18,198	20,129	22,252	
COSTOS VARIABLES		17,655	19,977	21,974	24,172	26,589	
<b>COSTOS Y GASTOS TOTALES</b>		32,031	36,420	40,172	44,300	48,841	
<b>IMPUESTO A LA RENTA (30%)</b>		3,314	3,713	4,051	4,423	4,832	
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-13,369</b>	<b>7,732</b>	<b>8,663</b>	<b>9,452</b>	<b>10,320</b>	<b>14,703</b>	

<b>COK ANUAL (%)</b>	<b>35.000%</b>		<b>COK : Costo de Oportunidad del Capital (tasa de descuento)</b>				
<b>COK MENSUAL (%)</b>	<b>2.5%</b>						
<b>VANE</b>	<b>7,340</b>		<b>VANE : Valor Actual Neto Económico</b>				
<b>TIRE</b>	<b>60.67%</b>		<b>TIRE : Tasa Interna de Retorno Económico</b>				
<b>B/C</b>	<b>1.25</b>		<b>B/C : Beneficio costo</b>				
<b>PR</b>	<b>1.6</b>		<b>PR : Periodo de recupero</b>				



UNIVERSIDAD  
CONTINENTAL

CONTI - EMPRENDE  
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



INSTITUTO  
CONTINENTAL

# MISKYCHOC

INFORMES:

[Conti-emprende@continental.edu.pe](mailto:Conti-emprende@continental.edu.pe)

