

INICIATIVA EMPRESARIAL

PALTI-YA!

INTEGRANTES:

- Gaspar Camargo Mayela.
- Lagos Lazo Annie W.
- Palma Soto Saúl
- Uribe Miranda Lenna p.



DATOS USADOS:

- **Población de la provincia de Huancayo**
 - El Tambo = 156 320
 - Huancayo = 116 880
 - Chilca = 82 541
- **Población total = 355 749 (27.3% a nivel Perú).**
- **Población del Distrito de Huancayo:**
 - **Mujeres = 184 673 (51.9%)**
 - **Varones = 171 068 (48.1%)**

- **Hogares en el Distrito de Huancayo:**
 - 78 886 hogares

- **Edad promedio**
 - Huancayo y El Tambo = 29 años
 - Chilca = 26 años
- Migrantes = 25 %
- Huancaínos netas = 75 %

- **Nivel Socio Económico (NSE):**
 - AB = 16 %
 - C = 22 %
 - D = 27 %
 - E = 35 %
- Producto destinado a el NSE: A, B, C y D.

MERCADO POTENCIAL

DATOS PARA LA DETERMINACION DEL MERCADO POTENCIAL			
Distrito	Población Total	Hogares en total	NSE "A, B y C"
Huancayo	156 320	51 276	65%
El Tambo	116 880		
Chilca	82 541		
Total	355 741		

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

PALTIYA! SAC, es una empresa, encargada de comercializar productos de crema de palta, el cual se puede consumir en desayuno, almuerzo, bufets, catering, entre otros; según el gusto del cliente. Nos facilita su consumo ya que nos optimice el tiempo de preparación, a diferencia de tener una palta entera, pelarla, quitarle la pepa, cortar, etc.; nuestro producto es innovador, creativo; por lo cual está dirigido al público en general, desde niños hasta adultos mayores. También aporta con muchas vitaminas al organismo de las personas que lo consuman, pues la palta es una fruta muy completa en cuanto a vitaminas, consume un producto saludable, natural y vitamínico.

VISIÓN

Hacer de nuestra empresa la más líder en el rubro de crema de palta, posicionado junto a las grandes empresas competidoras que se tiene, ganando prestigio y garantía cada día, para lograr el bienestar de sus clientes; llegando no solo a vender nuestro producto a nivel regional, sino también a nivel nacional, y posteriormente exportar a otros países.

MISIÓN

Contribuir a los consumidores finales en su salud, principalmente satisfaciendo sus necesidades vitales como lo es la alimentación, ofreciéndoles un producto natural, nutritivo, económico, de fácil uso, asequible a su economía. Así como también de esta manera generar empleos para el beneficio de los pobladores

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Factores de segmentación	Segmento
Geográfico:	Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca
Demográfico:	Personas de 2 años en adelante
Nivel socio económico:	Niveles socio-económicos "A, B y C"
Factores Sicográficos:	Afortunados Progresistas Modernas



PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO		Paltiya 100gr	Paltiya 250gr	Paltiya 500gr
Precio de Venta		1.20	2.00	3.49
Costo Variable Unitario		0.15	0.35	1.05
Margen de Contribución		1.04	1.65	2.45
Proporción de Ventas		33%	40%	27%
Costos Fijos	1,477.83	492.61	591.13	394.09
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES		473	358	160.9799315
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)		565	715	563



FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACIÓN
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		40,525	45,730	51,603	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	15,570				-
ACTIVO FIJO	8,930				
CAPITAL DE TRABAJO	2,180				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	4,460				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-2,180	
COSTOS		29,916	32,223	41,465	
COSTOS FIJOS		21,000	22,863	30,903	
COSTOS VARIABLES		8,916	9,360	10,562	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		29,916	32,223	41,465	
IMPUESTO A LA RENTA		240	240	240	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-15,570	10,369	13,267	7,717	



UNIVERSIDAD
CONTINENTAL

CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



INSTITUTO
CONTINENTAL

INICIATIVA EMPRESARIAL

P

ALTI-YA!



INFORMES:

conti-emprende@continental.edu.pe

