



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE  
HARINA DE CHIA EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE  
LURIGANCHO**

**PRESENTADA POR  
VANESA NADITH ESTELA CAMPOS**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS  
HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUPCAKES DE HARINA DE  
CHIA EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**VANESA NADITH ESTELA CAMPOS**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

El presente plan de negocios es dedicado a mi familia, por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera profesional y en la vida diaria, a mis dos ángeles que están guiándome siempre en cada paso que doy, y que han sido una inspiración en mi vida, y las personas que han estado ahí aconsejándome y dándome las fuerzas para seguir adelante siempre con la mente positiva en todo.

## Tabla de contenido

DEDICATORIA .....	2
RESUMEN EJECUTIVO .....	9
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	11
1.1. Nombre o razón Social .....	11
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....	11
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	12
1.4. Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha .....	13
1.5. Ley de MYPES Micro y pequeña empresa característicos .....	15
1.6. Estructura Orgánica .....	16
1.7. Cuadro de Asignación del personal .....	18
1.8. Forma Jurídica Empresarial .....	18
1.9. Registros de Marca y procedimientos en INDECOPI .....	19
1.10. Requisitos y Trámites Municipales .....	21
1.11. Régimen Tributario procedimientos desde la obtención del RUC y Modalidades .....	21
1.12. Registro de Planillas Electrónicas (Plame) .....	24
1.13. Régimen Laboral Especial y General .....	24
1.14. Modalidades de contratos laborales .....	26
1.15. Contratos comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas .....	27
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	29
2.1. Descripción del entorno del mercado .....	29
2.1.1. Análisis FODA .....	35
2.2. Ámbito de Acción del Negocio .....	38
2.3. Descripción del bien o del servicio .....	40
2.4. Estudio de la demanda .....	43
2.4.1. Segmento del mercado .....	46
2.5. Estudio de la Oferta .....	49
2.5.1. Marco del Sector según Análisis del Porter .....	50
2.6. Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	52
2.7. Proyección y provisiones para comercializar .....	62
2.7.1. Estrategia del producto .....	62
2.7.2. Estrategia del Precio .....	62
2.7.3. Canal de Distribución .....	62

2.7.4.	Promoción.....	63
2.8.	Descripción de la Política Comercial.....	63
2.9.	Cuadro de demanda Proyectada.....	64
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	65
3.1.	Tamaño del Negocio, Factores determinantes.....	65
3.2.	Proceso y Tecnología.....	66
3.2.1.	Descripción y diagrama de los procesos.....	66
3.2.2.	Capacidad Instalada y Operativa.....	73
3.2.3.	Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumos ..	83
3.2.4.	Infraestructura y características físicas.....	87
3.3.	Localización del negocio, Factores determinantes .....	88
4.	ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....	90
4.1.	Inversión fija .....	90
4.1.1.	Inversión tangible .....	90
4.1.2.	Inversión intangible .....	91
4.2.	Capital de trabajo .....	91
4.3.	Inversión total.....	93
4.4.	Estructura de la inversión y financiamiento.....	93
4.5.	Fuentes financieras.....	94
4.6.	Condiciones de crédito .....	94
5.	ESTUDIOS DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	96
5.1.	Presupuesto de costos .....	96
5.2.	Punto de equilibrio.....	99
5.3.	Estado de ganancias y perdidas .....	101
5.4.	Presupuestos de ingresos.....	101
5.5.	Presupuestos de egresos .....	102
5.6.	Flujo de caja proyectado .....	103
5.7.	Balance general.....	106
6.	EVALUACIÓN.....	107
6.1.	Evaluación Económica, Paramentos de Medición .....	108
6.2.	Evaluación Financiera, Paramentos de Medición .....	109
6.3.	Evaluación Social .....	112
6.4.	Impacto Ambiental.....	112
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114

7.1. CONCLUSIONES.....	114
7.2. RECOMENDACIONES .....	117
REFERENCIAS.....	119
ANEXOS.....	124
.....	129

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Codificación CIIU.....	12
Tabla 2. Comparativo de las características entre las leyes modificatorias.....	16
Tabla 3. Cuadro de Asignación del Personal .....	18
Tabla 4. Características de la S.A.C. ....	19
Tabla 5. Requisitos de inscripción para empresas .....	21
Tabla 6. Requisitos Adicionales.....	22
Tabla 7. Impuesto a la Renta RMT .....	23
Tabla 8. Cuadro Comparativo entre Régimen Laboral General y Especial .....	25
Tabla 9. Análisis FODA.....	36
Tabla 10. Estrategias a partir del Análisis FODA .....	37
Tabla 11. Variación de Consumidores 2012-2016 .....	44
Tabla 12. Proyección de la Población según rango de Edades. ....	47
Tabla 13. Determinación del Mercado Potencial.....	47
Tabla 14. Principales Competidores.....	49
Tabla 15. Determinación del Mercado Objetivo.....	61
Tabla 16. Proyección de la Demanda.....	64
Tabla 17. Producción de Cupcakes.....	65
Tabla 18. Diagrama de Gantt del Proceso de Producción.....	68
Tabla 19. Diagrama de Gantt del Proceso de Ventas.....	71
Tabla 20. Diagrama de Gantt de Proceso de Distribución .....	73
Tabla 21. Presupuesto Total.....	83
Tabla 22. Requerimiento de personal.....	85
Tabla 23. Requerimiento de Insumos .....	86
Tabla 24. Matriz de Factores de Localización .....	88
Tabla 25. Matriz de Ponderación de Factores .....	89
Tabla 26. Inversión Tangible .....	90
Tabla 27. Inversión Intangible .....	91
Tabla 28. Inversión en Capital de Trabajo .....	91
Tabla 29. Inversión Total.....	93
Tabla 30. Estructura de la Inversión y Financiamiento.....	93
Tabla 31. Amortización de la Deuda .....	95
Tabla 32. Costo Unitario de Producción .....	96
Tabla 33. Costos de Mano de Obra.....	96
Tabla 34. Costos de Insumos .....	96
Tabla 35. Depreciación de Maquinaria y Equipo.....	97
Tabla 36. Depreciación de Muebles y Enseres .....	97
Tabla 37. Depreciación y Amortización .....	97
Tabla 38. Presupuesto de Costos Anual.....	98
Tabla 39. Punto de Equilibrio Año 1 .....	99
Tabla 40. Delimitación de Punto de Equilibrio Año 1 .....	100
Tabla 41. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectados .....	101
Tabla 42. Presupuestos de Ingresos .....	102
Tabla 43. Gastos de Ventas.....	102



Tabla 44. Gastos Administrativos .....	103
Tabla 45. Gastos Indirectos de Producción .....	103
Tabla 46. Flujo de Caja Económico .....	104
Tabla 47. Flujo de Caja Financiero .....	105
Tabla 48. Balance General Proyectado al 31.12.2017 .....	106
Tabla 49. Calculo de Costo Capital Propio .....	107
Tabla 50. Costo Promedio Ponderado de Capital .....	107
Tabla 51. Flujo de Caja Económico .....	108
Tabla 52. VANE y TIRE.....	108
Tabla 53. Índice Beneficio Costo.....	109
Tabla 54. Periodo de Recupero de la Inversión .....	109
Tabla 55. Flujo de Caja Financiero .....	110
Tabla 56. Flujo de Caja Financiero. ....	110
Tabla 57. VANF y TIRF .....	111
Tabla 58. Índice Beneficio Costo Financiero .....	111
Tabla 59. Periodo de Recupero de la Inversión Financiero.....	111

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación Local Comercial .....	12
Figura 2. Estructura Orgánica de la empresa .....	17
Figura 3. Marca Corporativa .....	20
Figura 4. Libros Contables .....	23
Figura 5. Planilla Electrónica .....	24
Figura 6. Análisis del Entorno del Mercado .....	29
Figura 7. Evolución del Índice Mensual de la Producción Nacional: Enero 2017 .....	30
Figura 8. Variación % del PBI Marzo 2017 .....	31
Figura 9. Hábitos Saludables de los peruanos.....	32
Figura 10. Estimación y Proyección de la Población 1950 – 2050 .....	33
Figura 11. Distribución de Personas según NSE 2016 - Lima metropolitana .....	34
Figura 12. FODA .....	35
Figura 13. Cantidad de Empresas Activas de 2011 - 2015 .....	38
Figura 14. Densidad de Empresas en Lima Metropolitana .....	39
Figura 15. Consumo Percápita de Pasteles y Tortas por Región.....	40
Figura 16. Partes del Cupcake .....	41
Figura 17. Comparación entre Harina de Chía y Harina de Trigo.....	42
Figura 18. Tipos de Presentaciones de los Cupcakes .....	42
Figura 19. Menú de Cupcakes.....	43
Figura 20. Variación de Cantidad de Consumidores por Rango de Edades .....	44
Figura 21. Producción de Pasteles .....	45
Figura 22. Producción de harina (varios) .....	45
Figura 23. Distribución de Niveles por Zona 2016.....	46
Figura 24. Ecuación para determinar la Muestra.....	48
Figura 25. Las 5 Fuerzas de Porter .....	50
Figura 26. Cantidad de personas por Sexo.....	52

Figura 27. Rango de Edades .....	53
Figura 28. Cantidad de personas que conocen los Cupcakes .....	54
Figura 29. ¿Te gustaría probarlos?.....	54
Figura 30. ¿Te gustaría que aporten a nutrición, siendo hechos de harina de Chía? .....	55
Figura 31. ¿Compraría para usted o para regalar? .....	56
Figura 32. ¿Qué presentación de Cupcakes Compraría? .....	56
Figura 33. ¿Frecuencia de compra de Cupcakes? .....	57
Figura 34. ¿Con que bebida le gustaría acompañarlo? .....	58
Figura 35. ¿Hasta cuanto pagaría por un Cupcake?.....	59
Figura 36. ¿Le gustaría que le envíen por delivery?.....	59
Figura 37. ¿Lo has encontrado en tu distrito? .....	60
Figura 38. ¿Qué dulce elegirías? .....	61
Figura 39. Proceso de Producción.....	67
Figura 40. Proceso de Ventas.....	71
Figura 41. Proceso de Distribución .....	72
Figura 42. Distribución del Local Comercial .....	87
Figura 43. Punto de Equilibrio .....	100

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios se basa en la producción y comercialización de cupcakes de harina de chía, para el mercado del distrito de San Juan de Lurigancho, para lo cual se contará con un local donde se va a producir y, a la vez, comercializar.

Para ello se ha realizado un estudio de mercado para saber los gustos y preferencias sobre los cupcakes, mediante la realización de un sondeo para saber si existe una demanda insatisfecha.

Los cupcakes aportaran un valor nutricional a quien lo consuma gracias a la harina de chia, ya que tiene menos calorías, ayuda al buen funcionamiento del intestino, y es rica en calcio, además que vamos a presentar diversas variedades de sabores y colores en la decoración de ellos.

Se contará con un servicio extra al de consumo regular en tienda, ofreciendo cupcakes personalizados, es decir, un cupcake hecho a la medida del cliente, y distribuyéndolo vía delivery para las zonas aledañas siempre y cuando el cliente lo desee, este servicio se puede solicitar mediante redes sociales y personalmente.

La empresa se acogerá a la normativa de la micro empresa, ya que según las proyecciones de ventas no se va a superar las 150 UIT's anuales, y el régimen tributario es el régimen mype tributario, el cual el impuesto a pagar es de 10% de las utilidades si no se superan las 15 UIT's anuales.

La inversión requerida será por S/ 35,303.61, el cual es financiado por 57.51% de capital propio aporte de los 2 accionistas, y 42.49% es financiado por una financiera.

De acuerdo a la evaluación financiera realizada en el presente plan de negocios se determinó que es viable y rentable, puesto que se obtuvo los siguientes resultados con un VANE de S/ 79,459.40 y TIRE de 66.48% y un VANF de S/ 52,522.45 y un TIRF de 79%

La empresa se compromete a estar socialmente responsable, y a tener una contribución activa y voluntaria para mejorar el entorno social y ambiental que nos rodea.

# 1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

## 1.1. Nombre o razón Social

DULCEMANIAC SAC es la razón social que se ha elegido para la empresa que producirá y comercializara cupcakes personalizados hechos a base de harina de chía, el nombre hace referencia al producto que se vende.

DULCEMANIAC SAC está compuesto por dos palabras:

DULCE → porque el producto que ofrecemos es dulce

MANIAC → Es una palabra en ingles que significa maniaco, que es la afición por algo

El nombre comercial se deriva de la razón social, omitiendo las abreviaturas SAC y la última letra C quedando el nombre “Dulce Mania”.

## 1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

El presente plan de negocios tiene dos actividades económicas producción y comercialización, por lo cual hemos decidido optar por la actividad que más predomina, que es la comercialización.

La codificación CIIU que le corresponde es venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, específicamente a la venta por mayor de productos de panadería, el cual se puede observar en la siguiente tabla 1.

Tabla 1. Codificación CIIU

CIIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	Esta clase comprende las siguientes actividades: - Venta al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas. - Venta al por mayor de productos lácteos. - Venta al por mayor de huevos y productos de huevo. - Venta al por mayor de aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal. - Venta al por mayor de carne y productos cárnicos. - Venta al por mayor de productos de la pesca. - Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería. - Venta al por mayor de productos de panadería. - Venta al por mayor de bebidas. - Venta al por mayor de café, té, cacao y especias. - Venta al por mayor de productos de tabaco. Se incluyen también las siguientes actividades: - Compra de vino a granel y embotellado sin transformación. - Venta al por mayor de piensos para animales domésticos.	No se incluye la mezcla de vinos o licores destilados; véanse las clases 1101 y 1102.

Fuente: INEI, 2017

### 1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

- La ubicación de local comercial se encuentra en un lugar estratégico, porque es una zona comercial y hay afluencia de público en general, hemos decidido que el local comercial se ubicara en Av. Wisse N°1345 San Juan de Lurigancho

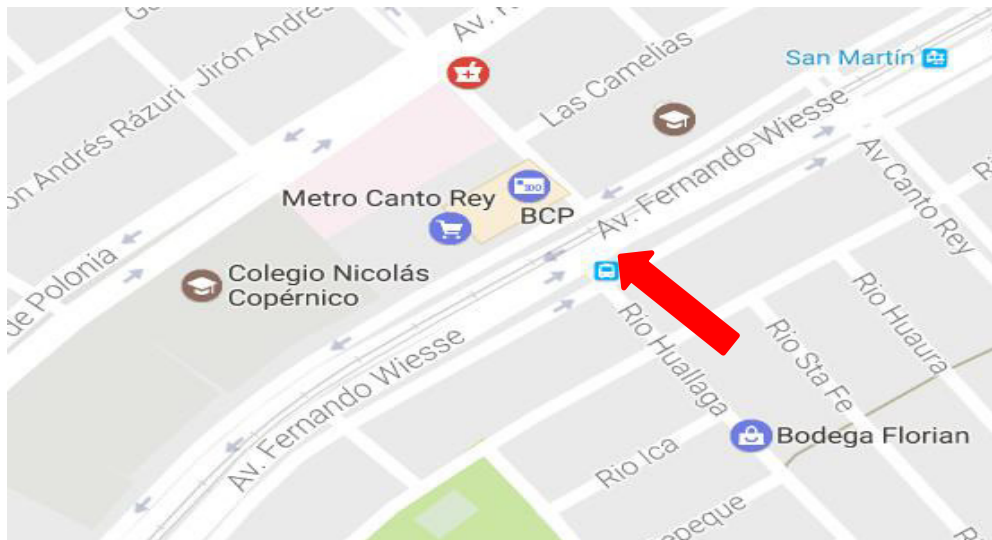


Figura 1 Ubicación Local Comercial

Fuente: Google Maps, 2017

- Factibilidad Municipal, el local comercial está en plena avenida principal por lo cual hay una factibilidad para entrada y salidas de carros los permisos se tramitaran en la municipalidad de San Juan de Lurigancho.

#### **1.4. Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha**

- El objetivo principal de este plan de negocios es obtener ganancias, que nuestro negocio sea rentable.
- El principio de la empresa en marcha es la razón de la viabilidad del presente plan, es decir que se seguirá con las actividades normales y el que surja un problema no implica el cierre del negocio, sino la búsqueda de soluciones para continuar.

#### **Misión**

Producir y comercializar cupcakes de haría de chíá, contribuyendo con la buena nutrición y superando las expectativas de nuestros clientes, brindándoles un producto saludable, novedoso y de buena calidad.

#### **Visión**

Convertirse en una de las empresas líderes en la producción y comercialización de cupcakes para el año 2022, además de expandirnos abriendo sucursales en otras provincias e innovar con nuevas presentaciones y sabores.

#### **Objetivos**

- Convertirse en una de las empresas líderes en el mercado.
- Ser una marca reconocida por ofrecer alternativas de consumo saludable para nuestros clientes
- Superar el margen anual de ventas proyectados en un 10%

- Imponer una cultura de honestidad y un buen clima organizacional entre los empleados.

## Valores

- **Responsabilidad:** estamos comprometidos con nuestra misión y visión, velaremos por las buenas condiciones laborales y que se cumpla cada función de los puestos, y que nuestros clientes reciban productos y servicios de calidad.
- **Respeto:** exigimos un trato amable entre los colaboradores de la empresa y hacia nuestros clientes, eso hará posible que construyamos lazos de convivencia y comunicación eficaz entre nosotros.
- **Confianza:** Hacia cada miembro de la empresa, hay que escucharlos, entender y respetar sus opiniones, para que se sientan más seguros y puedan desarrollar su trabajo con pasión.
- **Honestidad:** se promueve la verdad tanto entre nuestros colaboradores, como a nuestros clientes, es una parte fundamental para generar una imagen de confianza hacia nuestra empresa.
- **Justicia:** nuestros colaboradores tienen un contrato y una remuneración acorde a ley y de acuerdo a las actividades que les toca desempeñar en sus puestos de trabajo.
- **Competencia leal:** conseguir las mejores herramientas para captar más clientes, sin perjudicar a nuestra competencia en el sentido de confusión, engaño y reputación.
- **Integridad:** como empresa estamos orientados a actuar conforme a las normas políticas y sociales, sin utilizar ni manipular información relevante de la



empresa o trabajadores en beneficio propio, asumiendo consecuencias de lo que se hace o dice.

## **Principios**

- **Cultura de calidad:**

Buscar siempre los mayores niveles de calidad en todos los procesos tanto de producción y distribución, hasta que el producto llegue a manos de los clientes, esto incluye la atención al cliente.

- **Innovación y mejora continua:**

Implementar constantemente mejoras en cada proceso, con la finalidad que cada procedimiento sea más eficiente, reduciendo tiempos, gastos. Desarrollar nuevos productos, introducir la novedad para generar nuevas necesidades y así satisfacer nuevas demandas.

### **1.5. Ley de MYPES, Micro y pequeña empresa característicos**

Según las características y giro del negocio de nuestro plan, hemos optado por acogernos a la ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

Según Ley 28015 informado en el DIARIO EL PERUANO (2003), nos dice que la micro empresa puede tener de 1 a 10 trabajadores y obtener ventas anuales hasta 150 UITs y acogerse a un régimen laboral especial temporal, este fue, modificado, posteriormente por el Decreto Supremo N° 007-2008 y la Ley N° 30056 que elimina el límite de número de trabajadores como una característica para ubicarse en una de estas categorías empresariales, cabe resaltar en la última ley publicada en el 2013 se establece a la mediana empresa como nueva categoría empresarial, tal y como se muestra en la siguiente tabla comparativa.

Tabla 2. Comparativo de las características entre las leyes modificatorias

Categoría Empresarial	Ley 28015		D.S. 007-2008		Ley 30056	
	N° de trabajadores	Ventas anuales	N° de trabajadores	Ventas Anuales	N° de trabajadores	Ventas Anuales
<b>Micro Empresa</b>	De 1 a 10	Hasta 150 UIT	De 1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay limite	Hasta 150 UIT
<b>Pequeña Empresa</b>	De 1 a 50	Superiores a 150 UIT hasta 850 UIT	De 1 a 100	Superiores a 150 UIT hasta 1700 UIT	No hay limite	Superiores a 150 UIT hasta 1700 UIT
<b>Mediana Empresa</b>	-	-	-	-	No hay limite	Superiores a 1700 UIT hasta 2300 UIT

Fuente: El Peruano (2003, 2008, 2013)

## 1.6. Estructura Orgánica

DULCEMANIAC S.A.C. estará conformado por el siguiente equipo:

- Administrador
- Contador
- Pastelero
- Auxiliar de Pastelería
- Vendedor
- Cajero
- Repartidor

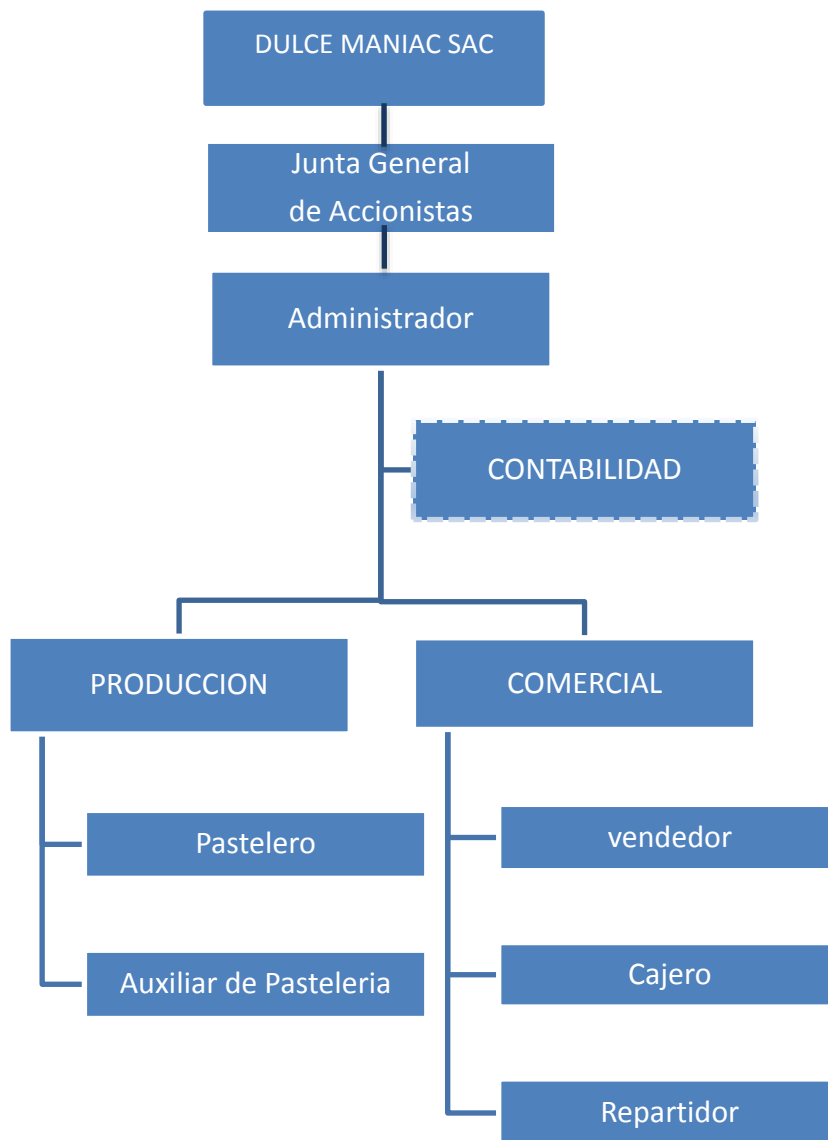


Figura 2. Estructura Orgánica de la empresa

Fuente: Elaboración Propia

## 1.7. Cuadro de Asignación del personal

El cuadro de asignación de personal, se ira reestructurando conforme pase tiempo, se necesite nuevos cargos, y se implementen requisitos y funciones que mejora la eficiencia de los cargos.

En la tabla 3, Cuadro de Asignación del Personal se mostrara al detalle los pagos de los sueldos mensuales y anuales con los beneficios de ley de acuerdo al régimen laboral correspondiente.

Tabla 3. Cuadro de Asignación del Personal

CARGOS	NRO DE TRABAJADORES	REMUNERACION	PAGO ANUAL	ESSALUD (9%)	TOTAL ANUAL
Administrador	1	1,200.00	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Pastelero	1	900.00	10,800.00	972.00	11,772.00
Auxiliar de Pastelería	1	500.00	6,000.00	540.00	6,540.00
Vendedor	1	850.00	10,200.00	918.00	11,118.00
Cajero	1	850.00	10,200.00	918.00	11,118.00
Repartidor	1	850.00	10,200.00	918.00	11,118.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>5,150.00</b>	<b>61,800.00</b>	<b>5,562.00</b>	<b>67,362.00</b>
Contador Externo	1	500.00	6,000.00	No aplica	6,000.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>5,650.00</b>	<b>67,800.00</b>	<b>5,562.00</b>	<b>73,362.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

DULCEMANIAC SAC se ha constituido bajo el tipo de sociedad, Sociedad Anónima Cerrada, ya que es el tipo de sociedad que es más dinámico y va más acorde al tipo de negocio que estamos realizando, en el sentido que como empresa necesitamos tomar decisiones rápidas.

DULCEMANIAC S.A.C. no tendrá directorio como se puede observar en la tabla 5, y estará conformado por 2 accionistas quienes tendrán el 75% y 25% de participaciones.

Tabla 4. Características de la S.A.C.

Fuente: Proinversion (2017)

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	De 2 a 20 accionistas.
<b>DENOMINACIÓN</b>	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
<b>ÓRGANOS</b>	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
<b>DURACIÓN</b>	Determinado o Indeterminado
<b>TRANSFERENCIA</b>	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

### 1.9. Registros de Marca y procedimientos en INDECOPI

DulceMania es el nombre comercial y también de la marca comercial, de nuestra empresa productora y comercializadora de cupcakes de harina de chíá.

Según INDECOPI (2017), para gestionar el registro de marca necesitamos lo siguiente:

- Antes de presentar la solicitud del registro necesitamos hacer una búsqueda, si existe un signo registrado con anterioridad que sea similar a DulceMania y pueda causar confusión. Para esto tomamos en cuenta la búsqueda fonética y figurativa.
- Presentar 3 ejemplares del formato de solicitud de registro de marca
  - Indicar datos del solicitante:
    - RUC
    - Señalar el domicilio para envío de notificaciones en Perú
  - En caso de representante, indicar datos y presentar documento de poder.
  - Indicar cuál es el signo que se va a registrar, presentar copias en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores

- Consignar los productos y servicios que desea distinguir según el signo solicitado, así como la clase que pertenece, en este caso para DulceMania le corresponde la Clase 30 específicamente productos de pastelería. (Clasificación NIZA,2017)
  - Firma de la solicitud.
  - Adjuntar constancia de pago por derecho de trámite, cuyo costo es el 13.90% de la UIT, costo en soles S/ 534.99 el cual debe pagarse en el Banco de la Nación.
- La dirección tiene aproximadamente 15 días hábiles, para ver ser evaluado si cumple con los requisitos
  - Dentro de 30 días luego de recibir la orden de publicación el solicitante debe publicar la marca solo por una vez y únicamente en el diario el peruano, asumiendo el costo de la publicación.



Figura 3. Marca Corporativa

Fuente: Elaboración propia

## 1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Según Municipalidad de San Juan de Lurigancho (2017), para realizar el trámite y obtener una licencia de funcionamiento menor a 100m<sup>2</sup> en el distrito se necesita lo siguiente:

- Llenar solicitud que incluya número de RUC y DNI
- Presentar declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad
- Pago por el derecho de S/ 105.90
- Evaluación de 2 días hábiles

## 1.11. Régimen Tributario procedimientos desde la obtención del RUC y Modalidades.

### Inscripción al RUC

RUC es el registro único al contribuyente, es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT, cuya información es actualizada por los contribuyentes y misma SUNAT. (SUNAT, 2017)

Tabla 5. Requisitos de inscripción para empresas

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI vigente del Representante Legal
Exhibir el original del DNI vigente	Exhibir el original del DNI vigente	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	<b>Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.</b>	

Fuente: (SUNAT, 2017)

Tabla 6. Requisitos Adicionales

EQUISITOS ADICIONALES	
<p>Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.</p>	<p>Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.</li> <li>-Formulario 2054 "Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo</li> </ul>

Fuente: (SUNAT, 2017)

### **Régimen Tributario**

Como DulceManiac S.A.C. va a generar rentas empresariales, le corresponde un aporte de renta de 3<sup>ra</sup> categoría, de los cuales tenemos 4 tipos de regímenes; Nuevo RUS, Régimen Especial, Régimen General y el Régimen Mype Tributario.

Como somos una empresa que nos proyectamos a consolidarnos y obtener buenos márgenes de ganancias, para empezar hemos elegido el Régimen MYPE Tributario, además que este régimen nos beneficia en que el impuesto a la renta es sobre las utilidades y no sobre las ventas.

- No se debe superar en las 1700 UIT en ingresos netos anuales
- La declaración y pago de impuestos es mensual
  - Formulario virtual N° 621 – IGV- Renta Mensual
  - Formulario virtual Simplificado N° 621 – IGV- Renta Mensual
  - Declara Fácil
  - PDT 621
- Emitir comprobantes de pagos: Facturas, boletas de ventas, tickets, etc.
- Hay dos tipos de impuestos a pagar (SUNAT, 2017)



## Impuesto a la Renta

Tabla 7. Impuesto a la Renta RMT

PAGO A CUENTA		PAGO ANUAL	
Ingresos netos hasta 300 UIT anual	1%	Renta anual hasta 15 UIT	10%
Ingresos Netos mayor a 300 UIT	Coficiente o 1.5%	Renta anual Mayor a 15 UIT (el exceso)	29.50%

Fuente: Elaboración propia (SUNAT, 2017)

**Impuesto General a las ventas** → 18% del valor de venta (16%IGV+2% Imp municipal)

las ventas

## Libros Contables

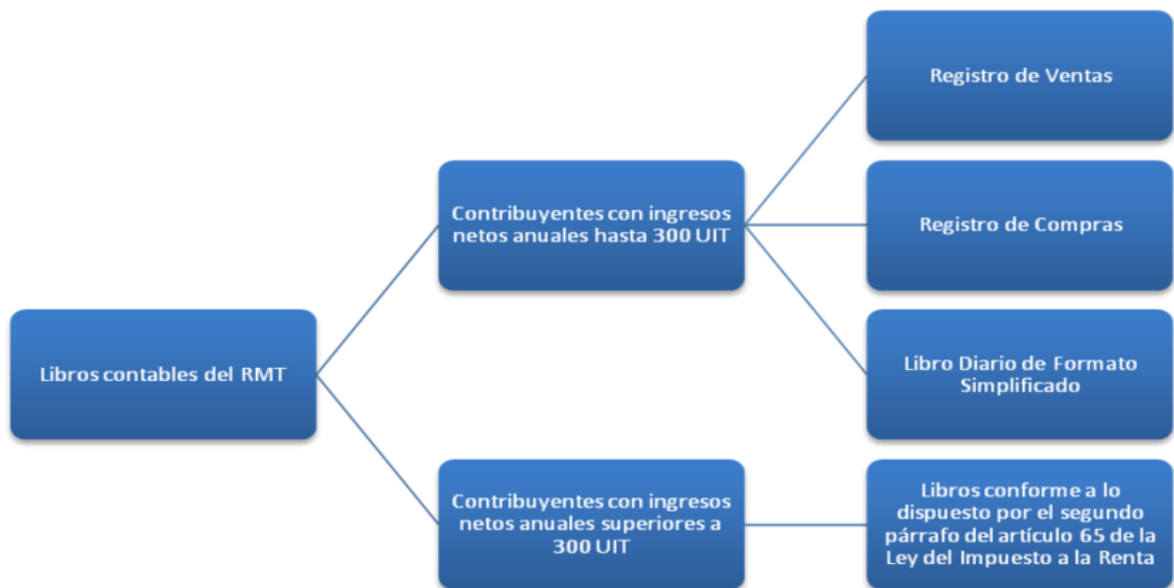


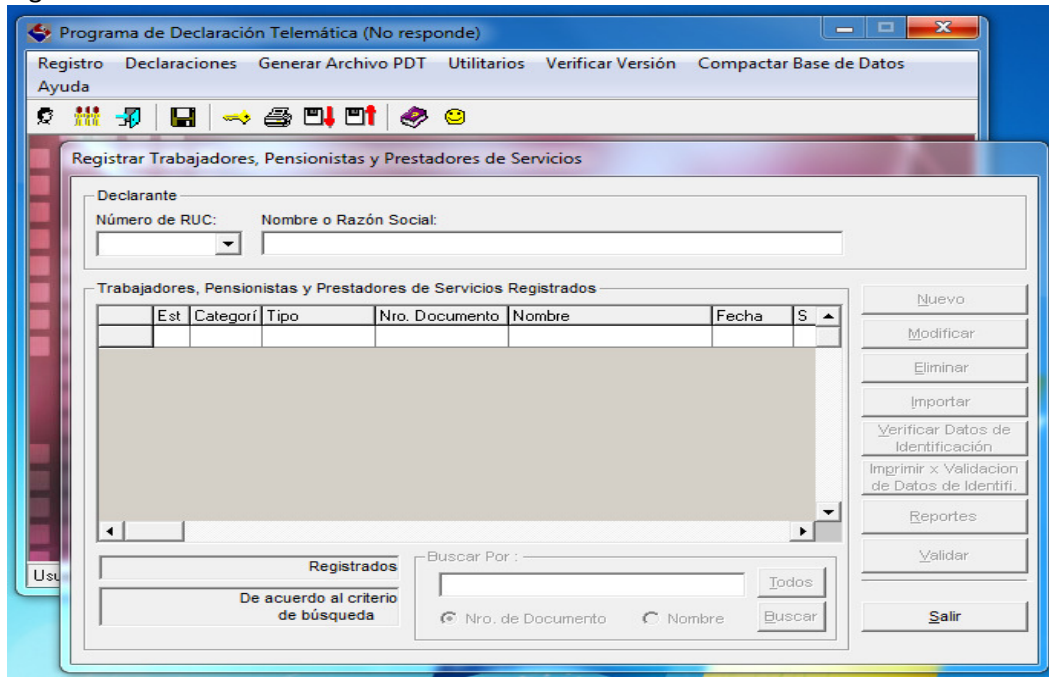
Figura 4. Libros Contables

Fuente: SUNAT (2017)

## 1.12. Registro de Planillas Electrónicas (Plame)

El Plame es la planilla mensual de pagos, que comprende información laboral, de seguridad social, y datos sobre otros tipos de ingresos de los trabajadores y derechohabientes registrados en el T- Registro (SUNAT, 2017)

Figura 5. Planilla Electrónica



Fuente: Elaboración propia

## 1.13. Régimen Laboral Especial y General

Como nosotros estamos en la Micro Empresa nos corresponde acogernos al Régimen Laboral Especial, y como recién empezamos como empleador tenemos algunos aspectos que nos puede beneficiar.

Tabla 8. Cuadro Comparativo entre Régimen Laboral General y Especial

Beneficios de los trabajadores	Régimen Laboral General	Régimen Laboral Especial	
		Micro empresa	Pequeña empresa
Remuneración	Mínima vital		
Jornada de trabajo	8 horas diarias o 48 horas semanales como máximo		
Refrigerio	45 minutos como mínimo		
Licencia Pre y Post Natal	45 días de descanso en Pre Natal y 45 días en Post Natal,		
	Derecho a 1 hora diaria de permiso de lactancia hasta que su hijo tenga 1 año		
Licencia por Paternidad	Derecho a ausentarse durante 4 días por el nacimiento de su hijo		
Vacaciones Truncas	Tienen que acreditar como mínimo un mes de trabajo		
Vacaciones	30 días	15 días	
Jornada Nocturna	sobretasa de 35%	No se aplica	sobretasa de 35%
CTS	una remuneración mensual, depositada dos veces al año	No aplica	15 remuneraciones diarias dos veces al año
Gratificaciones	Dos veces al año, una remuneración	No	Dos veces al año, media remuneración
Seguro Social	ESSALUD	SIS- Aporte semicontributivo	ESSALUD
Indemnización por Despido Arbitrario	Una remuneración y media por cada mes dejado de laborar	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias
Asignación Familiar	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo este cursando estudios superiores	No	No

Fuente: MINTRA (2017)

## 1.14. Modalidades de contratos laborales

El contrato laboral es un acuerdo entre una persona natural y una persona jurídica, por el cual el primero se obliga a presta sus servicios al segundo, a cambio de una remuneración. (Destino Negocios, 2015)

Existen 3 formas de contratación laboral: (MINTRA, 2017)

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido, Es aquel que tiene una fecha de inicio pero no una fecha de término, puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite su culminación, puede celebrarse en forma verbal o escrita y no se exige su registro ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, por ende basta que al trabajador se le incluya en planillas y se le otorguen sus respectivas boletas de pagos para que se le considere como contratado a plazo indeterminado.
- Los contratos de trabajo sujetos a modalidad, son aquellos que tienen una fecha de inicio y una fecha de culminación, son concebidos por ello como contratos temporales, a plazo fijo o determinado, deben celebrarse necesariamente por escrito y obligatoriamente deben registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración.
  - Contrato por inicio o incremento de actividad.
  - Contrato por necesidad de mercado.
  - Contrato por reconversión empresarial.
  - Contrato ocasional.
  - Contrato de suplencia.
  - Contrato de emergencia
  - Contrato por obra determinada o servicio específico.

- Contrato intermitente
- Contrato de temporada.
  
- ✓ Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial, es para los casos en que la jornada semanal del trabajador dividida entre 6 ó 5 días, según corresponda, resulte en promedio no menor de 4 horas diarias, debiendo celebrarse por escrito y obligatoriamente debe registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración, en el caso de los trabajadores sometidos a esta clase de contratación carecen fundamentalmente del derecho al pago de CTS y del derecho a la indemnización por despido arbitrario.

Para el caso de DULCEMANIAC S.A.C. como somos nuevos en el mercado y no sabemos específicamente que necesidades puedan surgir, entonces optamos por elegir un contrato por necesidad de mercado, poniéndolo a prueba durante 6 meses y posteriormente cambiarlo.

## **1.15. Contratos comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

### **Contratos comerciales**

Los contratos comerciales son un acuerdo legal entre partes el cual obligan o no a realizar ciertas cosas, en caso que no se cumpliera con el acuerdo se considera que se ha producido un incumplimiento de contrato, puede implicar un sistema judicial que haga cumplir el contrato o caso contrario se pague una compensación por los daños ocasionados al incumplirlo. (GETLEGAL, 2017)

## **Responsabilidad Civil de los Accionistas**

Toda persona jurídica requiere a personas naturales para realizar sus actividades, las cuales adquieren responsabilidades y no pueden ejecutar sus actividades al libre albedrío, sino que están sujetas a límites impuestos por leyes. La responsabilidad Civil es consecuencia del cumplimiento de un servicio o función a favor de la sociedad, se debe guardar respeto de los negocios de la sociedad y de la información social a que tenga acceso, aun después de cesar sus funciones, si un miembro del directorio incumple, debe hacerse responsable pagando una indemnización por haber perjudicado a la sociedad con una actuación dolosa o culposa. (Actualidad Empresarial, 2017)

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. Descripción del entorno del mercado

Para determinar cómo se comporta el mercado, debemos tener en cuenta los siguientes factores externos a los que va a estar expuesto nuestro negocio, para eso analizaremos el aspecto económico, Socio – Cultural, Político, Cultural, Tecnológico y Demográfico.



Figura 6. Análisis del Entorno del Mercado

Fuente: Elaboración propia

#### a) Análisis Económicos

Los pronósticos de crecimiento de nuestra economía nos alienta para poder desarrollar nuevos negocios y así contribuir con el crecimiento, Según Credit Suisse la economía

peruana tiene un estimado de crecimiento del 3.8% para este año 2017, mientras que para el 2018 sería de 4.1% (GESTION, 2017)

Este se ve reflejado en la producción nacional, que hasta enero del 2017 creció en 4.8%, manteniendo 90 meses de crecimiento continuo, producto del mayor consumo de los hogares como se puede observar en la figura 7.

**Evolución del Índice Mensual de la Producción Nacional: Enero 2017  
(Año base 2007)**

Sector	Ponderación 1/	Variación Porcentual	
		Enero 2017/2016	Feb 2016-Ene 2017/ Feb 2015-Ene 2016
<b>Economía Total</b>	<b>100,00</b>	<b>4,81</b>	<b>4,00</b>
<b>DI-Otros Impuestos a los Productos</b>	<b>8,29</b>	<b>5,79</b>	<b>2,76</b>
<b>Total Industrias (Producción)</b>	<b>91,71</b>	<b>4,72</b>	<b>4,11</b>
Agropecuario	5,97	1,83	1,64
Pesca	0,74	42,17	-8,69
Minería e Hidrocarburos	14,36	14,75	16,79
Manufactura	16,52	5,39	-0,97
Electricidad, Gas y Agua	1,72	5,76	7,07
Construcción	5,10	-5,26	-3,32
Comercio	10,18	0,95	1,69
Transporte, Almacenamiento, Correo y Mensajería	4,97	4,45	3,62
Alojamiento y Restaurantes	2,86	2,01	2,51
Telecomunicaciones y Otros Servicios de Información	2,66	9,68	8,29
Financiero y Seguros	3,22	0,58	4,66
Servicios Prestados a Empresas	4,24	1,09	1,97
Administración Pública, Defensa y otros	4,29	4,32	4,50
Otros Servicios 2/	14,89	3,55	4,09

Figura 7. Evolución del Índice Mensual de la Producción Nacional: Enero 2017

Fuente: (INEI, 2017)

Por otro lado la proyección de crecimiento del PBI hecha por el BCRP para el 2017 es de 3.5% un porcentaje menor a lo previsto en diciembre del 2016 que fue 4.3%, como se puede observar en la figura 8, esto fue debido a un menor dinamismo por los retrasos en diferentes megaproyectos de inversión por casos de corrupción que vienen siendo investigados, y también a causa de cambios climáticos relacionados con el fenómeno de El Niño, que retrasaría el desarrollo de varios sectores. (BCRP, 2017)



	2015	2016	2017 <sup>1/</sup>		2018 <sup>1/</sup>	
			Ri Dic. 16	Ri Mar. 17	Ri Dic. 16	Ri Mar. 17
<b>Var. % real</b>						
1. Producto bruto interno	3,3	3,9	4,3	3,5	4,2	4,1
2. Demanda interna	3,1	0,9	4,0	3,3	4,0	3,7
a. Consumo privado	3,4	3,4	3,5	3,1	4,0	3,4
b. Consumo público	9,8	-0,5	4,2	3,2	2,2	2,2
c. Inversión privada fija	-4,4	-6,1	5,0	2,5	5,0	5,3
d. Inversión pública	-7,3	-0,4	7,4	11,0	4,5	5,0
3. Exportaciones de bienes y servicios	3,5	9,7	4,7	4,2	4,6	5,0
4. Importaciones de bienes y servicios	2,5	-2,3	3,6	3,2	3,7	3,4
5. Crecimiento de nuestros socios comerciales	3,2	2,8	3,1	3,2	3,2	3,3
Nota:						
Brecha del producto <sup>2/</sup> (%)	-1,5 ; -0,5	-1,5 ; 0,0	-1,0 ; 0,0	-1,5 ; 0,0	-0,5 ; 0,0	-1,0 ; 0,0

Figura 8. Variación % del PBI Marzo 2017

Fuente: BCRP (2017)

Como empresa nos beneficia que la producción nacional se incremente, que el consumo por hogar sea más fuerte ya que nuestro consumidor final son directamente integrantes de los hogares.

#### b) Análisis Socio – Cultural

El estilo de vida de los peruanos actualmente se está orientando, a un consumo de alimentos más saludables, un estudio de Arellano Marketing nos demuestra que la mayoría que comparte esta tendencia son 60% hombres entre los 25 y 44 años que trabajan, y que buscan mantener una buena alimentación y mantener su peso. (GESTION, 2017)

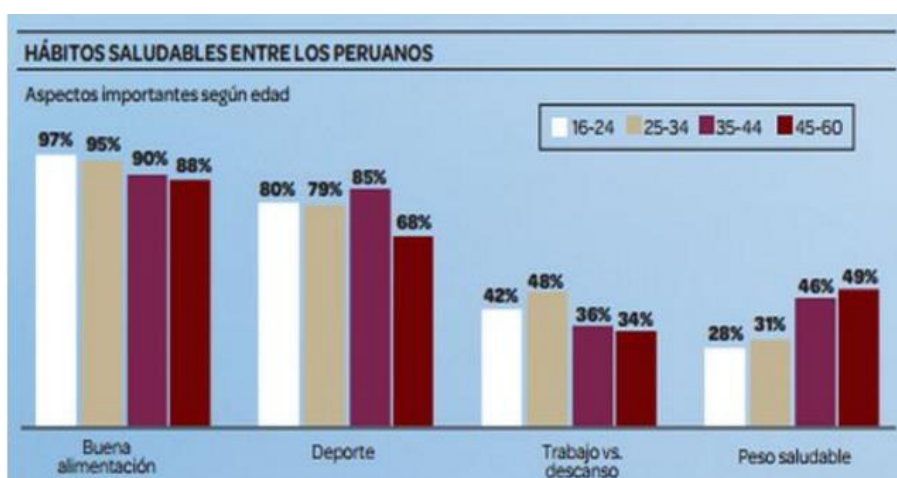


Figura 9. Hábitos Saludables de los peruanos

Fuente: GESTIÓN (2017)

Por otro lado la industria de los regalos personalizados ha crecido en nuestro país, siempre hay un evento: cumpleaños, día de la Madre, día del Padre, aniversarios que nos involucre dar un regalo, la demanda por estos productos es valorado, ya que son experiencias y recuerdos que quedaran en ellos, las principales categorías de regalos que se pueden personalizar están reflejados, en la gastronomía, bienestar, aventura o una combinación de estas. (El Correo, 2016)

A DULCE MANIAC SAC nos beneficia las tendencias del estilo de vida del consumidor, ya que como empresa no solo estaríamos satisfaciendo su necesidad por consumir un postre, o el de regalar un postre personalizado, sino también contribuimos con su salud al estar hechos de harina de chía, aportando un valor nutricional a nuestros clientes que consuman nuestros cupcakes.

### **c) Análisis Político Legal**

Las variables políticas pueden influir de una manera directa o indirecta a la empresa, el estado se convierte en un impulsor del mercado privado a través de ellas, impulsando a una conducta formal ya que se encargan de regular actividades de la empresa. Al pasar los años se han ido creando normas que nos benefician como empresa, pero también la corrupción no ha desaparecido y el no brindar una correcta información: clara y precisa, sigue generando un efecto negativo e incentivando a la creación de empresas informales.

A nosotros como empresa nos beneficia el que exista una ley acorde a la dimensión del negocio, que es la ley Mype. Y también que existan leyes de salud y seguridad para proteger a nuestros colaboradores.

#### d) Análisis Tecnológico

Al momento de analizar el entorno, el factor fundamental y más importante, es la tecnología, esta se refiere a los avances científicos, al conjunto de conocimientos, recursos técnicos, y procedimientos que hace que aparezcan nuevos productos, nuevas técnicas y nuevas competencias, es un reto que nos vamos a enfrentar como empresa, para seguir creciendo.

Para DULCE MANIAC SAC es importante contar con tecnología y más aún adecuarnos a ella cada vez que está cambie, ya que nos va ayudar a minimizar procesos de producción y optimizar nuestros recursos, y estar más cerca de nuestros clientes que nos va ayudar a fidelizarlos.

#### e) Análisis demográficos

De acuerdo a las estimaciones y proyecciones de la población total hechas de 1950 – 2050 para el año 2017 tenemos 31'826,018 de personas en el país, según se muestra la siguiente figura.

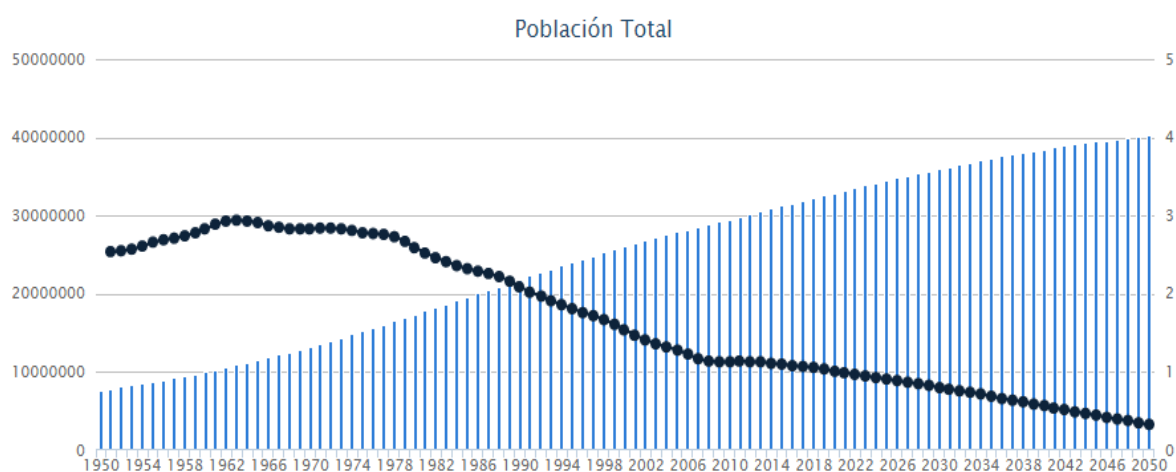


Figura 10. Estimación y Proyección de la Población 1950 – 2050

Fuente: INEI (s.f.)

Para el 2016 en Lima metropolitana existen 10'012,437 personas como se puede observar en la figura 11 de las cuales el 21.7% corresponde al nivel socio económico B.

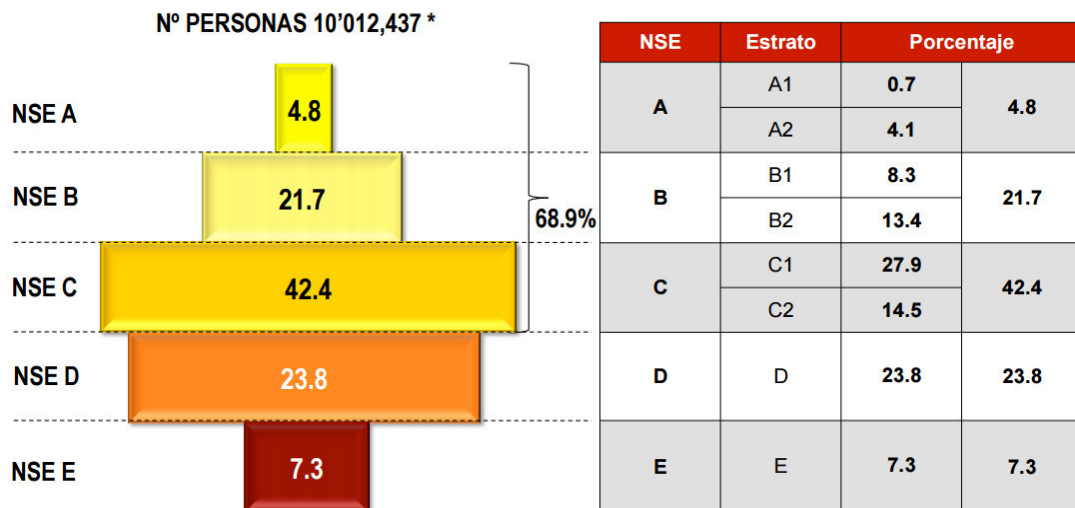


Figura 11. Distribución de Personas según NSE 2016 - Lima Metropolitana

Fuente: APEIM (2016)

### 2.1.1. Análisis FODA

Para una mejor evaluación de nuestro negocio, debemos de realizar un análisis FODA que nos va a permitir tomar mejores decisiones e implementar estrategias, que nos va a brindar información valiosa acerca de factores internos y externos que nos llevaran al éxito o fracaso de la empresa como se puede ver en la figura 12.

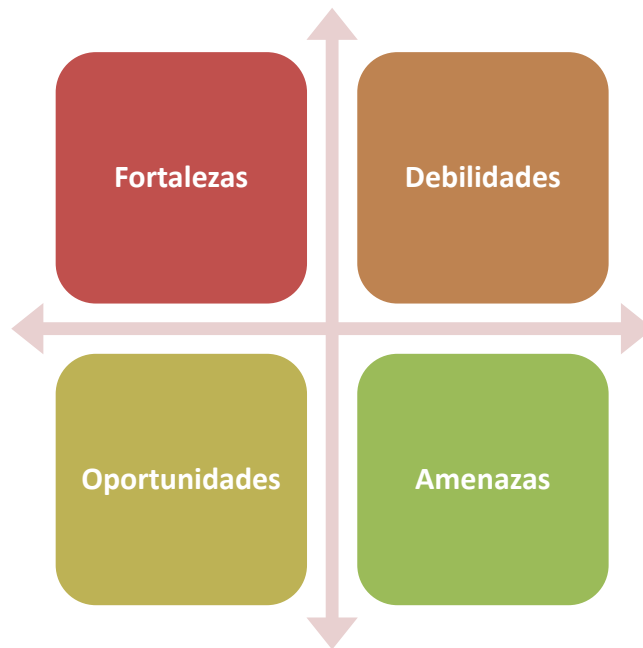


Figura 12. FODA

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9 podemos encontrar el análisis de las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de nuestra empresa de producción y comercialización de Cupcakes de Harina de Chía.

Tabla 9. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Productos con alta calidad</li> <li>✓ Fácil de hacer</li> <li>✓ Variedad de sabores</li> <li>✓ Aporte del valor nutricional beneficiado por la harina de Chia.</li> <li>✓ Calidad en el servicio al cliente</li> <li>✓ Precio accesible a todo publico</li> <li>✓ Pedidos Online vía página web o redes sociales</li> <li>✓ Ubicación en zona comercial y céntrica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Limite en la distribución tipo delivery.</li> <li>✓ Producto delicado de transportarlo.</li> <li>✓ Dificultad para poder posicionarnos en el mercado.</li> <li>✓ Falta de comunicación efectiva entre el personal</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de eventos</li> <li>✓ Mayor poder adquisitivo</li> <li>✓ Días festivos como: San Valentín, Día de la madre, Día del padre, Navidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desastres naturales, escases de materia prima para producir.</li> <li>✓ Incremento de la competencia</li> <li>✓ Nuevas tendencias en repostería</li> <li>✓ Cambios en hábitos de consumo</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente matriz, tabla 10 podemos observar las distintas estrategias que vamos a utilizar para reforzar nuestro negocio.

Tabla 10. Estrategias a partir del Análisis FODA

<div style="text-align: center;"> <p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p> </div>	Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Productos con alta calidad</li> <li>✓ Fácil de hacer</li> <li>✓ Variedad de sabores</li> <li>✓ Aporte del valor nutricional beneficiado por la harina de Chía.</li> <li>✓ Calidad en el servicio al cliente</li> <li>✓ Precio accesible a todo publico</li> <li>✓ Pedidos Online vía página web o redes sociales.</li> <li>✓ Ubicación en zona comercial y céntrica</li> </ul>
Oportunidades	Estrategia Ofensiva	Estrategia de Reorientación
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realización de eventos</li> <li>✓ Mayor poder adquisitivo</li> <li>✓ Días festivos como: San Valentín, Día de la madre, Día del padre, Navidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Con nuestros productos de calidad, variedad de sabores podemos ganar una buena reputación y nuevos clientes en diversos eventos que se generen.</li> <li>✓ Aprovechar el mayor poder adquisitivo de nuestros clientes para brindarles más promociones.</li> <li>✓ Aprovechar los días festivos para dar a conocer nuestra variedad de sabores, y la facilidad para hacer pedidos vía online.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprovechar los nuevos eventos y días festivos para dar a conocer nuestra marca y ganar nuevos clientes. (Merchandising)</li> <li>✓ Realizar talleres de integración para que nuestro personal, se conozca y pueda lograr una comunicación efectiva.</li> </ul>
Amenazas	Estrategia Defensiva	Estrategia de Supervivencia
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desastres naturales, escasas de materia prima para producir.</li> <li>✓ Incremento de la competencia</li> <li>✓ Nuevas tendencias en repostería</li> <li>✓ Cambios en hábitos de consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener un stock de los productos no perecibles, así como también de los perecibles dependiendo de la cantidad de días que pueda durar.</li> <li>✓ Mantenernos siempre actualizados, para lanzar nuevos productos.</li> <li>✓ Aprovechar nuestra buena atención al cliente, para fidelizar al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Extender nuevas zonas de reparto que la competencia no tenga para abarcar nuevos clientes.</li> <li>✓ Permitir a los empleados dar su punto de vista, para mejorar nuestro servicio.</li> <li>✓ Realizar alianzas estrategias con nuestros competidores indirectos para tener una mayor cobertura de mercado.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 2.2. **Ámbito de Acción del Negocio**

Cada año se va incrementando el número de empresas formales en el país como podemos ver en la siguiente figura hasta el año 2015 tenemos 2'042,992 empresas.

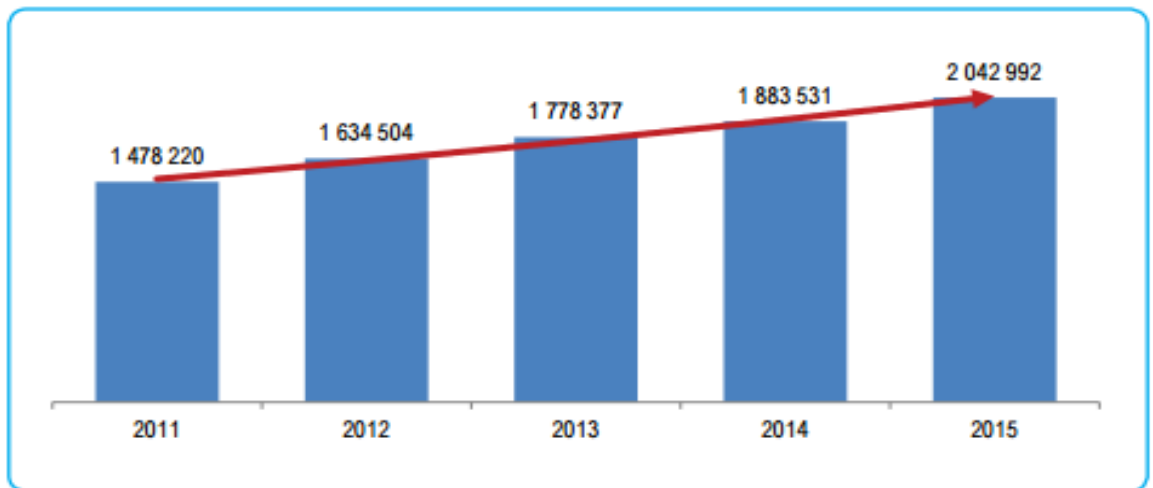


Figura 13. Cantidad de Empresas Activas de 2011 - 2015

Fuente: INEI (s.f.)

Para el Este de Lima metropolitana donde nos ubicamos, vamos a encontrar una densidad de 961,240 empresas por kilómetro cuadrado, de las cuales 66,072 son empresas que se encuentran en San Juan de Lurigancho



Área Interdistrital/Distritos	Total de empresas	Porcentaje	Densidad empresarial (Empresa / mil hab.)	Densidad empresarial (Empresas por Km²)
<b>Total</b>	<b>961 240</b>	<b>100,0</b>	<b>97,0</b>	<b>347,9</b>
<b>Lima Norte</b>	<b>198 324</b>	<b>100,0</b>	<b>78,5</b>	<b>247,3</b>
Ancón	2 698	1,4	68,1	9,4
Carabayllo	17 676	8,9	58,5	58,3
Comas	41 417	20,9	78,9	849,6
Independencia	17 106	8,6	78,9	1 174,9
Los Olivos	37 875	19,1	102,0	2 075,3
Puente Piedra	20 444	10,3	57,8	280,8
San Martín de Porres	60 333	30,4	86,2	1 638,6
Santa Rosa	775	0,4	41,3	36,3
<b>Lima Centro</b>	<b>373 670</b>	<b>100,0</b>	<b>209,2</b>	<b>2 968,5</b>
Barranco	5 391	1,5	179,8	1 618,9
Breña	12 768	3,4	168,2	3 965,2
Cercado de Lima	60 447	16,2	222,4	2 750,1
Jesús María	14 800	4,0	206,7	3 238,5
La Victoria	83 785	22,4	487,7	9 586,4
Lince	12 972	3,5	258,3	4 281,2
Magdalena del Mar	10 240	2,7	187,4	2 836,6
Miraflores	29 213	7,8	356,6	3 036,7
Pueblo Libre	10 849	2,9	142,5	2 476,9
Rimac	15 609	4,2	94,7	1 315,0
San Borja	17 935	4,8	160,2	1 800,7
San Isidro	19 898	5,3	367,1	1 792,6
San Miguel	17 628	4,7	130,1	1 644,4
Santiago de Surco	46 317	12,4	134,5	1 290,5
Surquillo	15 818	4,2	173,2	4 571,7
<b>Lima Este</b>	<b>192 693</b>	<b>100,0</b>	<b>71,9</b>	<b>235,6</b>
Áte	46 946	24,4	74,5	604,0
Chadacayo	3 732	1,9	85,9	94,5
Cieneguilla	1 854	1,0	39,4	7,7
El Agustino	12 710	6,6	66,4	1 013,6
La Molina	17 934	9,3	104,5	272,8
Lurigancho	12 986	6,7	59,3	54,9
San Juan de Lurigancho	66 072	34,3	60,5	503,4

Figura 14.

## Empresas en Lima Metropolitana

Fuente: INEI (2015)

Referente al consumo de postres, el último estudio encontrado es de la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares hecho en el 2009, el consumo per cápita anual de los productos de panadería, fueron pan en un promedio de 27 kilos, galletas 2 kilos por persona, y pasteles y tortas entre los dos 2 kilos por persona, dando como resultado que Puno con 2.83 kg de promedio, era el mayor consumidor de tortas y pasteles, y en Lima el 1.81 kg en promedio.

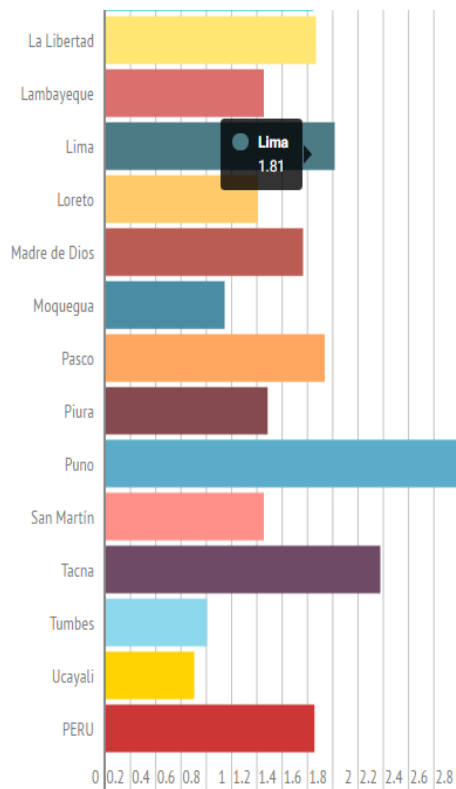


Figura 15.

Pasteles y Tortas por Región

Consumo Percápita de

Fuente: Observatorio de Seguridad Alimentaria (2015)

### 2.3. Descripción del bien o del servicio

La empresa va a producir y comercializar cupcakes de harina de chía, como podemos ver en la siguiente figura, es un producto agradable a primera vista, el cupcake es un queque pequeño decorado puede ser con frosting o también con masa elástica con diseños divertidos, se le puede añadir cualquier tipo de dulce para poder decorarlo.



Figura 16. Partes del Cupcake

Fuente: Elaboración propia

La característica más importante de los cupcakes es que el queque esta hecho de harina de chía, la chía también llamada salvia hispánica es una semilla procedente del centro de América y que en los últimos años se estado produciendo en el Perú. El aporte nutricional que nos brinda es: Mejorar la salud cardiovascular, facilita la digestión, aumenta la inmunidad contra el cáncer, mejora el funcionamiento de las articulaciones. (UNALM, 2014)

Se incluirá en nuestro producto en forma de harina de chía que tiene las mismas cualidades que la semilla, pero tienen una mayor cantidad de fibra. En la siguiente figura podemos observar el cuadro comparativo de 100 gr. entre la harina de chía y harina de trigo.

Harina de Chía	Harina de Trigo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor energético: 186 Kcal</li> <li>• Carbohidratos: 52,9 gr</li> <li>• Fibras: 51,8 gr</li> <li>• Proteínas: 29,3 gr</li> <li>• Lípidos: 7 gr</li> <li>• Omega 3: 4,2 gr</li> <li>• Omega 6: 1,4 gr</li> <li>• Magnesio: 570 mg</li> <li>• Calcio: 890 mg</li> <li>• Sodio: 1,1 mg</li> <li>• Fósforo: 1130 mg</li> <li>• Potasio: 1070 mg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor energético: 360 kcal</li> <li>• Carbohidratos: 75, 1 gr</li> <li>• Fibras: 2,3 gr</li> <li>• Proteínas: 9,8 gr</li> <li>• Lípidos: 1,4 gr</li> <li>• Omega 3: no contiene</li> <li>• Omega 6: no contiene</li> <li>• Magnesio: 31 mg</li> <li>• Calcio: 18 mg</li> <li>• Sodio: 1 mg</li> <li>• Fósforo: 115 mg</li> <li>• Potasio: 151 mg</li> </ul>

Figura 17. Comparación entre Harina de Chía y Harina de Trigo

Fuente: Mi Planeta Salud ( s.f.)

Vamos a vender los cupcakes en presentaciones individuales, en caja de 4, 6 y 12 tal y como vemos en la siguiente figura.

			
<b>Presentación Individual</b>	<b>Caja de 4 Cupcakes</b>	<b>Caja de 6 Cupcakes</b>	<b>Caja de 12 Cupcakes</b>

Figura 18. Tipos de Presentaciones de los Cupcakes

Fuente: Elaboración propia



Figura 19. Menú de Cupcakes

Fuente: Elaboración propia

## 2.4. Estudio de la demanda

En la actualidad es creciente la demanda de cupcakes, no solo para degustar de su rico sabor, sino también como decoración o un plus especial para la mesa principal de un evento, ya sea desde un cumpleaños hasta eventos corporativos. (Perú21, 2014)

De acuerdo a indicadores sobre el consumo de dulces, bocaditos y chocolates del año 2012, y de información sobre la cantidad de personas por rangos de edades, y de acuerdo al incremento de la población anual que es el 1.70%, se ha analizado el consumo de los años posteriores para obtener una cantidad de los consumidores, en San Juan de Lurigancho. (CPI, 2012)

Tabla 11. Variación de Consumidores 2012-2016

RANGO DE EDADES	Año base	2012		2013		2014		2015		2016	
		CONSUMEN	TOTAL	CONSUMEN	TOTAL	CONSUMEN	TOTAL	CONSUMEN	TOTAL	CONSUMEN	TOTAL
11 a 17	78.50%	153,472	195,506	154,069	196,266	154,610	196,956	155,366	197,919	158,008	201,284
18 a 24	75.40%	81,829	108,527	85,272	113,093	88,444	117,300	90,754	120,364	92,297	122,410
25 a 39	70.00%	182,172	260,245	185,397	264,853	188,722	269,603	192,245	274,635	195,513	279,304
40 a 55	59.40%	100,735	169,588	103,808	174,761	106,937	180,028	110,179	185,486	112,052	188,639
56 a más	58.50%	63,260	108,136	66,441	113,574	69,775	119,273	73,291	125,284	74,537	127,414
<b>total</b>			842,002		862,547		883,160		903,688		919,051

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente figura se puede observar la variación sobre el consumo de dulces, en San Juan de Lurigancho por rangos de edades.

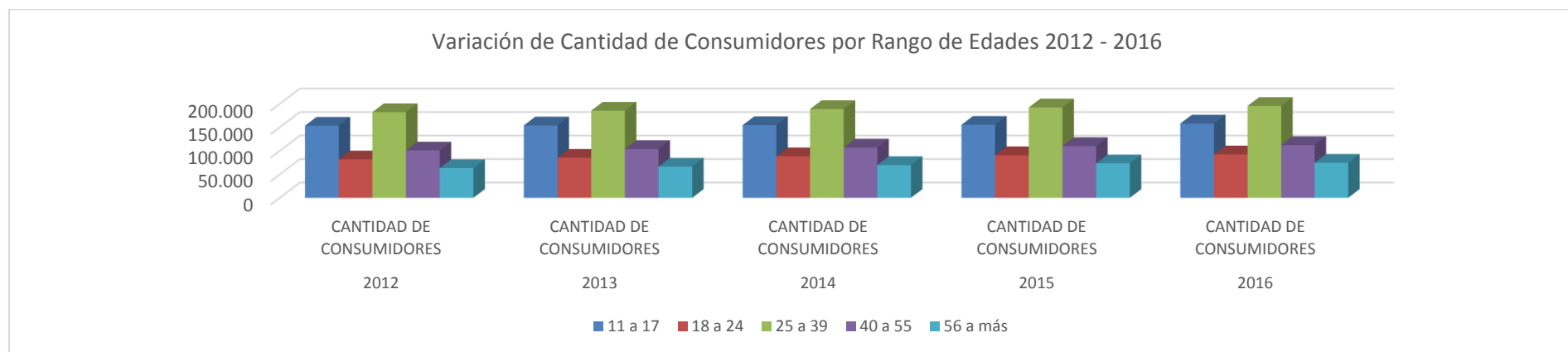


Figura 20. Variación de Cantidad de Consumidores por Rango de Edades

Fuente: Elaboración propia

También como podemos observar en la siguiente figura el incremento de la producción de pasteles ha sido importante para el crecimiento del PBI, siendo S/. 482,370 millones de soles en el 2015.

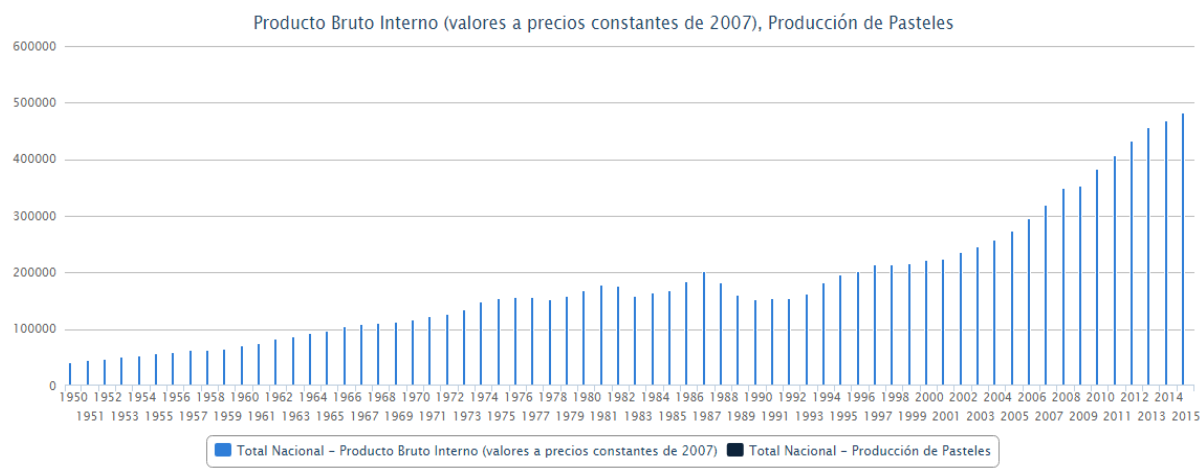


Figura 21. Producción de Pasteles

Fuente: INEI (2016)

Aunque, por otro lado, podemos observar en la siguiente figura 22 que los otros tipos de harina ha disminuido en su producción en el 2015 a 354,456 de toneladas métricas, incluida en la harina de chía.

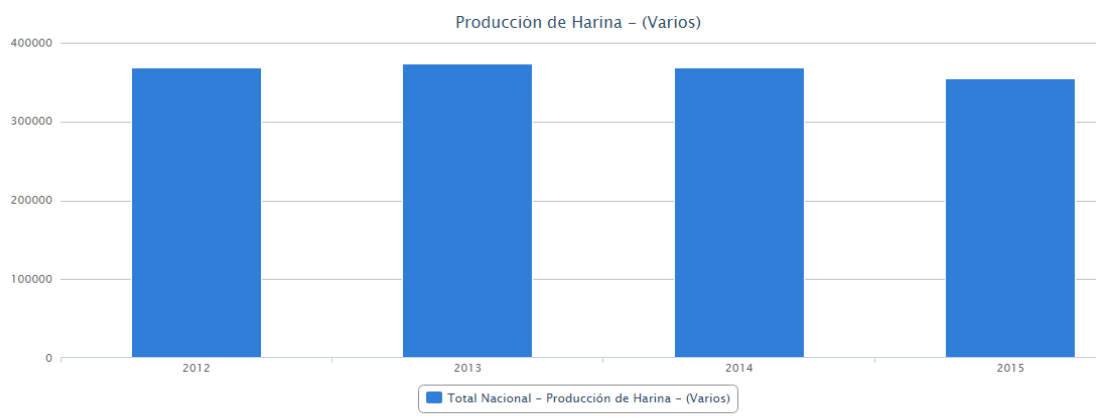


Figura 22. Producción de harina (varios)

Fuente: INEI (2016)

La empresa puede contribuir en este sentido ya que al utilizar la harina de chía, gracias a nuestra demanda de esta harina podemos hacer que la producción incremente para los años posteriores.

#### 2.4.1. Segmento del mercado

Nuestro público objetivo son hombres y mujeres del distrito de San Juan de Lurigancho, pertenecientes al nivel socioeconómico B con rangos de edades entre 15 a 54 años. Como podemos observar en la figura 23, de todas las personas que viven en San Juan de Lurigancho, el 19.1% se encuentra en el nivel B.

Zona	Niveles Socioeconómicos					
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	4.8	21.7	42.4	23.8	7.3
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.5	10.9	46.6	29.8	12.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.0	23.7	52.1	19.8	2.4
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	0.0	19.1	44.2	26.7	10.0
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	4.3	27.1	44.6	20.2	3.8
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	2.1	12.3	42.6	34.0	8.9
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	13.7	58.0	22.2	5.4	0.8
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	35.9	43.2	14.9	4.5	1.4
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	3.9	26.6	44.5	20.5	4.4
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.0	6.3	45.7	36.6	11.4
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.2	19.7	44.3	23.8	11.1
Otros	100	0.0	8.1	47.6	25.4	18.9

Figura 23. Distribución de Niveles por Zona 2016

Fuentes: APEIM (2016)

Como podemos ver en la siguiente tabla 12, las proyecciones de la población en el Perú hasta el 30 de junio del 2015 son de 31'151,643 de personas, de las cuales depurando el rango de edades que necesitamos para nuestro estudio, en San Juan de Lurigancho hay una proyección de 685,021 personas entre 15 y 54 años.



Tabla 12. Proyección de la Población según rango de Edades.

DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	Total	GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD							
		15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54
<b>PERÚ</b>	<b>31,151,643</b>	<b>2,887,529</b>	<b>2,828,387</b>	<b>2,661,346</b>	<b>2,411,781</b>	<b>2,258,372</b>	<b>1,977,630</b>	<b>1,725,353</b>	<b>1,486,312</b>
<b>LIMA</b>	<b>9,838,251</b>	<b>875,954</b>	<b>946,258</b>	<b>824,575</b>	<b>796,506</b>	<b>761,837</b>	<b>637,627</b>	<b>583,289</b>	<b>522,076</b>
<b>LIMA</b>	<b>8,894,412</b>	<b>790,430</b>	<b>864,588</b>	<b>754,367</b>	<b>728,119</b>	<b>693,304</b>	<b>580,034</b>	<b>530,716</b>	<b>475,496</b>
LIMA	161,078	21,666	23,595	21,171	20,754	20,559	18,516	18,112	16,705
SAN JUAN DE LURIGANCHO	685,021	104,536	120,364	101,734	91,365	81,536	67,823	62,407	55,256
SAN JUAN DE MIRAFLORES	249,807	37,078	40,649	34,794	32,618	30,720	26,978	25,071	21,899
SAN LUIS	35,275	4,714	5,529	4,945	5,042	4,768	3,921	3,421	2,935
SAN MARTIN DE PORRES	431,666	61,443	65,591	57,738	55,886	55,056	49,742	46,272	39,938
SAN MIGUEL	80,373	10,059	10,998	10,472	10,629	10,499	9,295	9,487	8,934
SANTA ANITA	143,852	20,618	26,805	23,076	20,957	17,372	13,076	11,448	10,500
SANTA MARIA DEL MAR	1,000	136	155	151	122	143	117	106	70
SANTA ROSA	11,203	1,673	1,597	1,400	1,528	1,381	1,247	1,251	1,126
SANTIAGO DE SURCO	206,242	26,299	27,340	25,292	26,728	27,985	24,535	24,784	23,279
SURQUILLO	53,985	6,700	7,583	7,315	7,575	7,013	6,029	5,886	5,884
VILLA EL SALVADOR	282,256	43,613	46,768	40,194	40,295	38,199	28,156	24,031	21,000
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	271,722	40,188	42,283	38,750	39,660	37,397	28,771	23,687	20,986

Fuente: INEI (s.f.)

Según las investigaciones de estimación y nivel socioeconómico de la población a los que nos vamos a dirigir, hemos determinado nuestro mercado potencial, en la siguiente tabla.

Tabla 13. Determinación del Mercado Potencial

Población	Población Total de SJL entre 15 y 54 años		685,081
Mercado Potencial	%NSE B	19.10%	130,850

Fuente: Elaboración propia

A partir de nuestro mercado potencial, vamos a calcular la muestra con la siguiente fórmula, si bien es cierto la fórmula se debe de aplicar con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% para que el resultado sea más exacto, nosotros lo vamos a realizar con un nivel de confianza del 90% y un margen de error de 10% el

cual nos va a permitir hacer un sondeo de los gustos y preferencias de los consumidores para identificar un mercado objetivo.

**Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales**

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra  
 Z= Nivel de confianza deseado  
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)  
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)  
 e= Nivel de error dispuesto a cometer  
 N= Tamaño de la población

n	Tamaño de la muestra
Z	90% = 1.65
p	50%
q	50%
e	10%
N	130,850

Figura 24. Ecuación para determinar la Muestra

Fuente: Corporación AEM (s.f.)

$$68 = \frac{1.65^2(0.5 * 0.5)}{0.10^2 + \frac{1.65^2 * (0.5 * 0.5)}{130850}}$$

Dando como resultado 68 personas a quienes vamos aplicar las encuestas.

## 2.5. Estudio de la Oferta

En la actualidad existen en el mercado más de 10 empresas formales que se dedican a la venta de cupcakes, tal y como mostramos en la siguiente tabla por la ubicación en que se encuentran dichas empresas, su público objetivo son las personas que se encuentran en un nivel socioeconómico A y B.

Tabla 14. Principales Competidores

Empresa	Ubicación	Servicio Principal	Logo de la Empresa
Cupcake Lima	✓ Calle Santa Mariana de Paredes 542. Urb. Pando 3ra Etapa - Cercado de Lima	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta de Cupcakes</li> <li>✓ Venta de tortas</li> <li>✓ Servicio de delivery</li> </ul>	
Claudia Cupcakes	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jockey Plaza</li> <li>✓ Real Plaza Salaverry</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta de cupcakes</li> <li>✓ Venta de tortas</li> <li>✓ Venta de pre mezclas de harina para cupcakes</li> <li>✓ Alquiler de estructuras</li> <li>✓ Vende a Wong y Metro</li> <li>✓ Servicio de delivery</li> </ul>	
Miss Cupcakes	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jockey Plaza</li> <li>✓ Av. 28 de Julio 810. Miraflores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta de Cupcakes</li> <li>✓ Venta de bebidas para acompañar el cupcake.</li> <li>✓ Servicio de delivery</li> </ul>	
Cupcake City	✓ San Borja	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta de Cupcakes</li> <li>✓ Venta de tortas</li> <li>✓ Servicio delivery</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

### 2.5.1. Marco del Sector según Análisis del Porter

El análisis de las 5 fuerzas de Porter reflejado en la siguiente figura 25 es muy importante, nos va ayudar a recopilar información importante para elaborar estrategias pertinentes para nuestro plan de negocios de acuerdo a las tendencias del mercado identificadas.



Figura 25. Las 5 Fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia

#### a) Nuevos Entrantes

La amenaza de los nuevos entrantes, nos puede perjudicar ya que en el negocio de los cupcakes, es muy fácil de entrar debido a que sus costo de producción es muy bajo y es fácil de hacer, por ende surgen muchas empresas informales que lo hacen pero no brindan la seguridad y calidad adecuada para la salud de su cliente, para esto nosotros como empresa debemos fidelizar a nuestro cliente, diferenciarnos con el valor agregado que en nuestro caso es el queque de harina de chía, potenciar más la

información sobre su aporte nutricional y los beneficios, y seguir manteniendo nuestra posición en el mercado.

#### **b) Proveedores**

No existe mucho poder de negociación con los proveedores en este negocio, ya que la mayoría de insumos que necesitamos para la producción de cupcakes, son productos de consumo masivo, y los precios pueden variar dependiendo de la oferta y demanda global, en lo que si podríamos identificar un alto nivel de negociación son con los proveedores de harina de chía, ya que la mayoría que se utiliza son para exportación y hay pocos proveedores que lo producen, lo cual dependiendo de la cantidad que necesitemos podemos negociar y optar por el precio que nos convenga como empresa.

#### **c) Clientes**

Existe un nivel de poder de negociación bajo, porque nuestros clientes tienen diversas ofertas disponibles, ya que nuestros clientes potenciales son las personas entre hombres y mujeres del distrito de San Juan de Lurigancho que están en los estratos sociales B, en un rango de edades de 15 a 54 años. Otra de sus características es que estas personas son detallistas, les gusta lo innovador, y tienen una inclinación por el dulce.

Otros de nuestros posibles clientes serían las empresas planificadoras de eventos y las pastelerías o cafeterías a quien podríamos proveer nuestros productos y crear alianzas estratégicas.

#### **d) Productos Sustitutos**

Existen varios productos sustitutos para los cupcakes que son, los alfajores, las tortas, los chocolates y otros tipos de postres dulces, que los puedes degustar en cualquier momento, en cualquier lugar y también pueden ser personalizados, otra manera de

sustitutos también son aquellas personas que elaboran los cupcakes u otros dulces en sus casas.

**e) Rivalidad entre competidores**

Existen un alto nivel de rivalidad de competidores en el distrito, principalmente no son aquellos directamente los que producen exclusivamente cupcakes sino, las panaderías que venden tortas, bocaditos como son: tortas Gaby, tortas de Giana, y los planificadores de eventos que en su servicio incluyen los cupcakes.

**2.6. Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Para determinar la demanda presente, se elaborara un sondeo a los hombres y mujeres del distrito de San Juan de Lurigancho para determinar qué tan aceptable es el producto que vamos a lanzar, realizamos la encuesta que se encontrara en los anexos y analizamos los resultados.

1. Sexo



Figura 26. Cantidad de personas por Sexo.

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la figura 26, el 54% de nuestra demanda serán del sexo femenino, y el 46% del sexo masculino, esto es porque las mujeres son muchos más detallistas, les gustan buscar siempre lo innovador y siempre están pendiente del valor nutricional de lo que consumen.

2. ¿En qué rango de edad te encuentras?

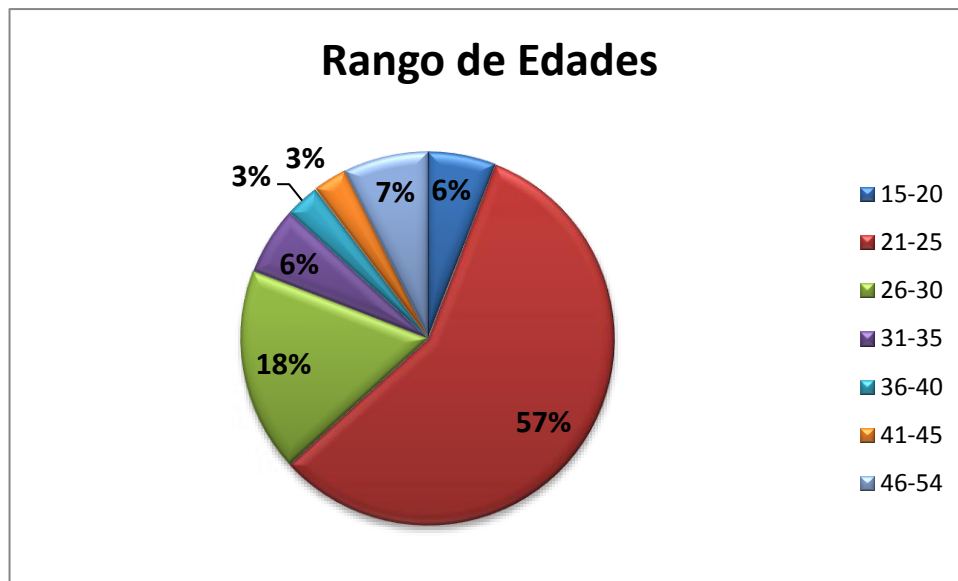


Figura 27. Rango de Edades

Fuente: Elaboración propia

La mayor cantidad de personas a los que vamos a destinar nuestro producto son a personas jóvenes, los que están entre 21 a 25 años en un 57% seguido de los que tienen 26 a 30 años en un 18%.

El 100% de nuestra muestra hecha en San Juan de Lurigancho conoce los cupcakes y el 97% estaría dispuestos a probarlos, así como también coinciden el 97% que si les gustaría que los cupcakes aporten a una nutrición saludable, información que responde a las preguntas ¿conoce los cupcakes?, ¿estaría dispuestos a probarlos? y ¿te gustaría

que estos beneficiaran a tu nutrición, siendo hechos de harina de chía? tal y como se muestra en las siguientes figuras 28, 29 y 30.

3. ¿Conoce los Cupcakes?

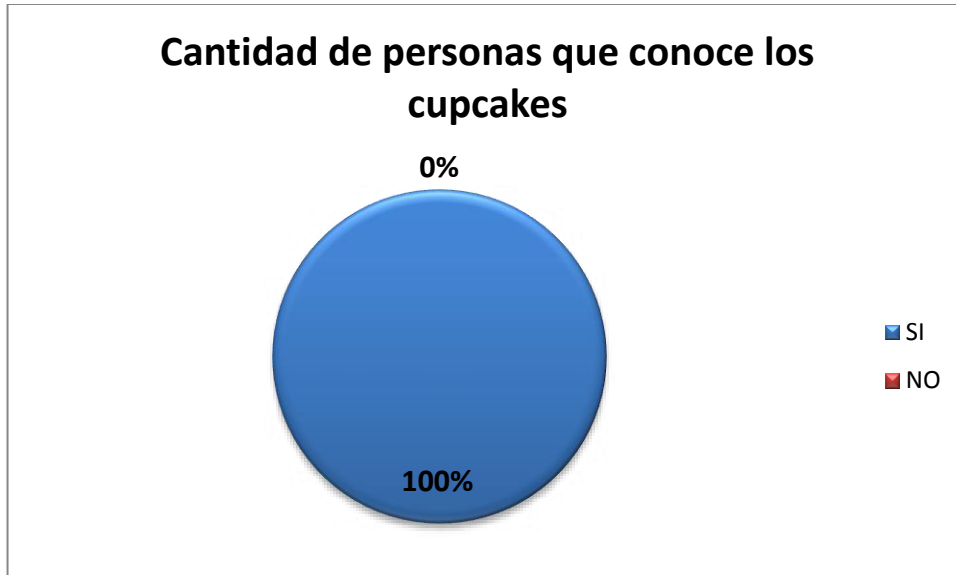


Figura 28. Cantidad de personas que conocen los Cupcakes

Fuente: Elaboración propia

4. Si tu respuesta fuera "No" ¿Te gustaría probarlos?

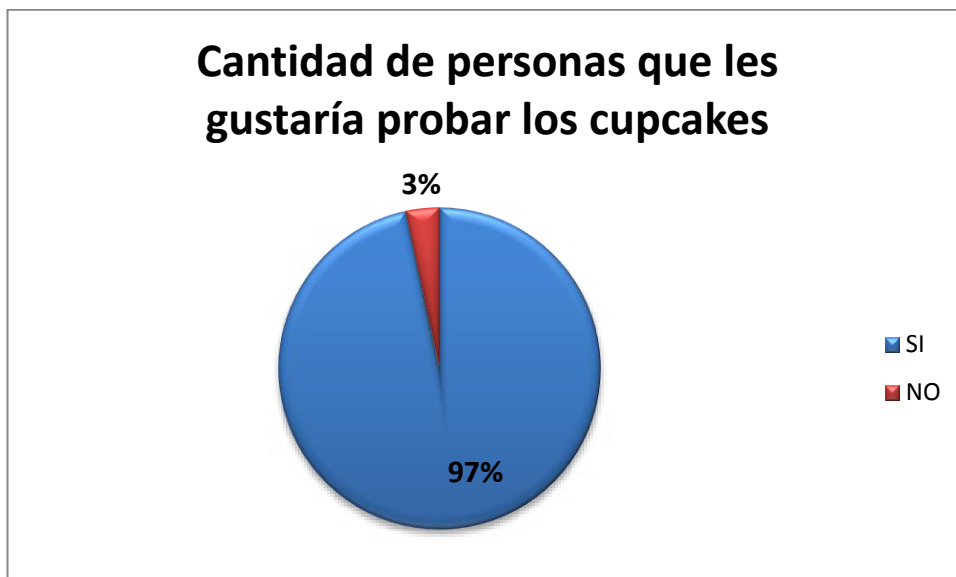


Figura 29. ¿Te gustaría probarlos?

Fuente: Elaboración propia



5. ¿Te gustaría que estos beneficiaran a tu nutrición, siendo hechos de harina de chía?

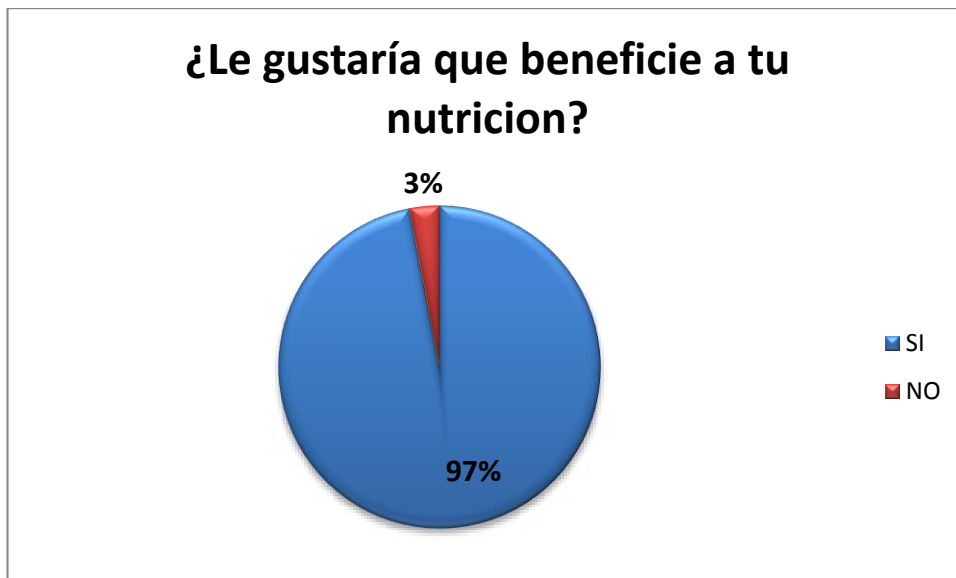


Figura 30. ¿Te gustaría que aporten a nutrición, siendo hechos de harina de Chía?

Fuente: Elaboración propia

El 65% de nuestra población comprarán cupcakes para su propio consumo y para regalar, seguido de un 19% que prefieren solo para su consumo y por último el 16% que prefiere comprar para regalar. De las cuales el 47% de tendencia hacia las compras son de ambas presentaciones, las que tienen cobertura y los que son personalizados como se puede observar en la figura 31 y figura 32.

6. ¿Compraría para usted o para regalar?

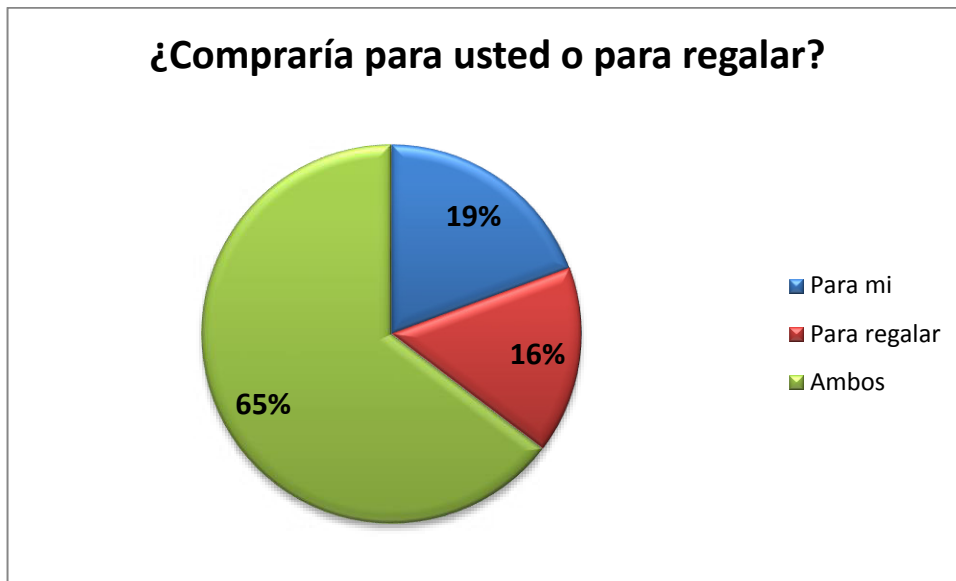


Figura 31. ¿Compraría para usted o para regalar?

Fuente: Elaboración propia

7. ¿Qué presentación de Cupcakes compraría?

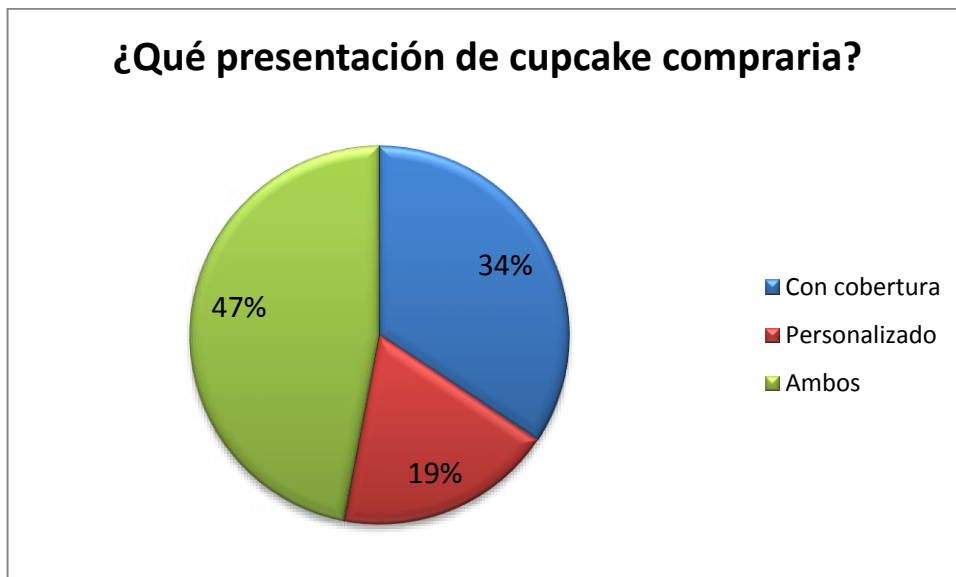


Figura 32. ¿Qué presentación de Cupcakes Compraría?

Fuente: Elaboración propia

La rotación de nuestros clientes, según la encuesta el 62% nuestros clientes mensualmente por lo menos compraran alguna vez. Además los que les gusta comprar para su consumo, les gustaría acompañarlo de una bebida refrescante entre ellas el 44% desean Frappucino, el 33% Ice Tea, el 6% Milkshake y el 19% les gustaría bebidas relajantes como infusiones.

8. ¿Con qué frecuencia compraría Cupcakes?

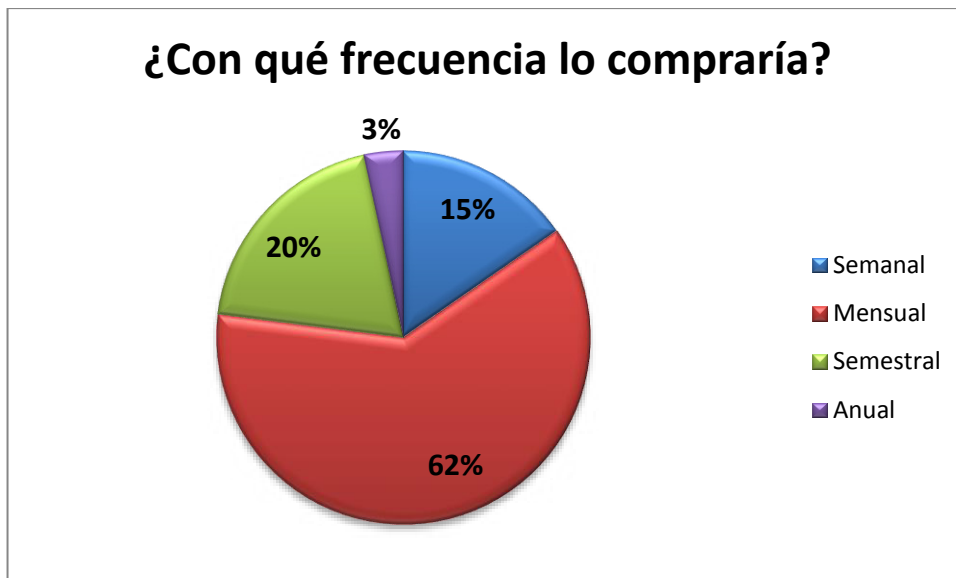


Figura 33. ¿Frecuencia de compra de Cupcakes?

Fuente: Elaboración propia.

9. ¿Con qué bebida le gustaría acompañarlo?



Figura 34. ¿Con qué bebida le gustaría acompañarlo?

Fuente: Elaboración propia.

Como nuestra población son aquellos que se encuentran en un nivel socio económico B, el 50% de los encuestados les gustaría pagar S/ 5.00, el 22% S/ 4.00 y el 22% pagarían más de S/ 6.00, sin embargo al 97% les gustaría que le envíen vía delivery sin costo adicional.

10. ¿Hasta cuánto pagaría por un Cupcake?



Figura 35. ¿Hasta cuánto pagaría por un Cupcake?

Fuente: Elaboración propia

11. ¿Le gustaría que lo envíen por delivery?



Figura 36. ¿Le gustaría que le envíen por delivery?

Fuente: Elaboración propia

12. ¿Has encontrado un lugar en San Juan de Lurigancho, que vendan cupcakes con las características mencionadas anteriormente?



Figura 37. ¿Lo has encontrado en tu distrito?

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 37, el 90% no encuentra un lugar en San Juan de Lurigancho donde vendan cupcakes que aporten a su nutrición.

Con respecto a los productos sustitutos la mayoría que respondió la encuesta prefieren los cupcakes en 63.3%, pero estos pueden ser sustituido por alfajores en 13.3% y chocolates en 23.3%.

13. Si tuvieras que elegir entre estos dulces, ¿Cuál elegirías?



Figura 38. ¿Qué dulce elegirías?

Fuente: Elaboración propia

Se determinó el mercado potencial, que está conformado por 130,850 personas de las edades entre 15 y 54 años y NSE B del distrito de San Juan de Lurigancho, y con la ayuda de los resultados de las encuestas hechas, se encontró que el 100% conocía los cupcakes y el 97.10% estarían dispuestos a probarlos y el 77.29% que pagaría un precio adecuado por el, contando con un 20% de participación en el mercado, se calcula el mercado objetivo.

Tabla 15. Determinación del Mercado Objetivo

Población	Población Total de SJL entre 15 y 54 años		685,081
Mercado Potencial	%NSE B	19.10%	130,850
Mercado Disponible	¿Conoce los Cupcakes? Si	100%	130,850
Mercado Efectivo	¿Te gustaría probarlos? Si	97.10%	127,056
	¿Hasta cuánto pagarías? De S/5.00 a más	77.29%	98,201
Mercado Objetivo	Participación del mercado	20%	19,640

Fuente: Elaboración propia.

## **2.7. Proyección y provisiones para comercializar**

En este punto vamos a determinar las estrategias necesarias para poder vender nuestro producto al público objetivo.

### **2.7.1. Estrategia del producto**

El cupcake es un producto de repostería, para aquellas personas que les gusta el dulce, pero también quieren mantener una vida saludable al ser hechos con harina de chía y también para aquellas personas detallistas que les gustaría regalar algo personalizado, porque además de la variedad de sabores y coberturas, cada cupcake puede ser personalizado, con dibujos y frases que más te gusten.

### **2.7.2. Estrategia del Precio**

Al ser un producto innovador en el mercado y que aportara a un estilo de vida saludable, sus precios fluctúan dependiendo de qué tan personalizado desea el cupcake el cliente, pero si hablamos de los cupcakes que vamos a poner en disposición en tienda el precio para los primeros años será de S/ 5.50.

### **2.7.3. Canal de Distribución**

El canal de distribución que emplearemos para DULCE MANIAC SAC es un canal de forma directa y electrónica.

Directa porque contaremos con un local comercial en la cual vamos a recibir a la gente, para comprar nuestra variedad de Cupcakes, o también para el recojo de pedidos hechos anteriormente, y él envió vía delivery del producto al cliente.

Un canal electrónico porque contaremos con redes sociales y una página web, en la cual podrás ver el menú de cupcakes que tenemos a su disposición, y hacer tus pedidos.



#### **2.7.4. Promoción**

Las estrategias de promoción que se ha planificado para que Dulce Manía sea conocido y gane una posición en el mercado son:

- Happy Friday, todos los viernes de cada mes, por compras en tienda de 2 cupcakes te regalaremos un cupcake más.
- Repartir folletos en el ámbito del distrito de San Juan de Lurigancho
- Anuncios en el Metro de Lima Línea 1.
- Publicitar nuestra marca en las redes sociales: Facebook/Instagram
- Contar con una página web, donde podrán tener información de nuestros productos.
- Alianzas estratégicas con planificadoras de eventos

#### **2.8. Descripción de la Política Comercial**

La política de la empresa es que el cliente siempre tiene la razón, escuchar con atención todo lo que el cliente requiere, ya que si ofrecemos un producto personalizado, tenemos que superar las expectativas de lo que quiere nuestro cliente, deleitarlos por la vista y por el gusto.

Generar confianza a nuestros clientes, que siempre le vamos a proporcionar un producto de calidad, hechos con los alimentos seguros, bien manipulados y de buen sabor.

## 2.9. Cuadro de demanda Proyectada

En base al crecimiento del poder adquisitivo de la población realizado en el año 2015 con respecto al año 2013 fue de 8%, quiere decir que en promedio creció 4% anual, con este indicador se ha decidido proyectar la demanda a partir de la población total del mercado de San Juan de Lurigancho. (Peru21, 2015)

Tabla 16. Proyección de la Demanda

	Año Base 2015	2018	2019	2020	2021	2022
Población San Juan de Lurigancho	685,081	770,623	801,448	833,506	866,846	901,520
Mercado Potencial	130,850	147,189	153,077	159,200	165,568	172,190
Mercado Disponible	130,850	147,189	153,077	159,200	165,568	172,190
Mercado Efectivo	127,056	142,921	148,637	154,583	160,766	167,197
	98,201	110,463	114,882	119,477	124,256	129,226
Mercado Objetivo	19,640	22,093	22,976	23,895	24,851	25,845
Cantidad de Cupcakes Vendidos por persona	2	2	2	2	2	2
Precio del Producto	S/.5.00	S/.5.50	S/.5.63	S/.5.76	S/.5.89	S/.6.02
Ingreso Anual		S/.243,019.17	S/.258,552.95	S/.275,079.66	S/.292,662.75	S/.311,369.75

Fuente: Elaboración propia

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1. Tamaño del Negocio, Factores determinantes

Uno de los más importantes factores para determinar el tamaño del negocio, es la cantidad de cupcakes que vamos a producir diariamente, de acuerdo a la tabla 16 para el primer año de operación tenemos una demanda proyectada de 22,093 personas, con un consumo promedio de 2 cupcakes por persona, es decir, que haciendo los cálculos necesarios, tenemos una producción de 44,185 cupcakes para ese año, y una producción de 123 cupcakes diarios.

Tabla 17. Producción de Cupcakes

Producción			
Año	Producción Diaria	Producción Mensual	Producción anual
1	123	3682	44185
2	128	3829	45953
3	133	3983	47791
4	138	4142	49702
5	144	4308	51691

Fuente: Elaboración propia

Por lo cual, el estudio técnico nos va a ayudar a identificar los recursos, como los equipos, mobiliario y accesorios necesarios para la producción, así como también el personal adecuado, e identificar la mejor localización de la planta, que tiene que estar ubicado en un lugar estratégico para llegar a toda la demanda proyectada.

Con ayuda de herramientas como el diagrama Gant y Diagrama de flujo vamos a tener una buena planificación de la producción para poder cubrir toda la demanda.

## **3.2. Proceso y Tecnología**

### **3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos**

#### **a) Proceso de Producción**

- Separar y pesar los ingredientes
- Batir la mantequilla y azúcar durante 3 minutos
- Mezclar los 2 huevos y seguir batiendo, luego echar leche y harina intercalando, y vainilla.
- Poner Pirotines en el molde
- Verter la mezcla a los moldes
- Precalentar el horno a 180 grados
- Hornear durante 18 a 20 minutos
- Dejar enfriar los cupcakes por 30 minutos
- Frosting: batir mantequilla y queso crema incorporar azúcar glass hasta que llegue a un punto nieve y consistente, agregar un saborizante sea el caso.
- Personalizados: cortar masa elástica o elaborar muñecos según el pedido del cliente.
- Decorar el cupcake con el frosting o masa elástica, según sea el caso

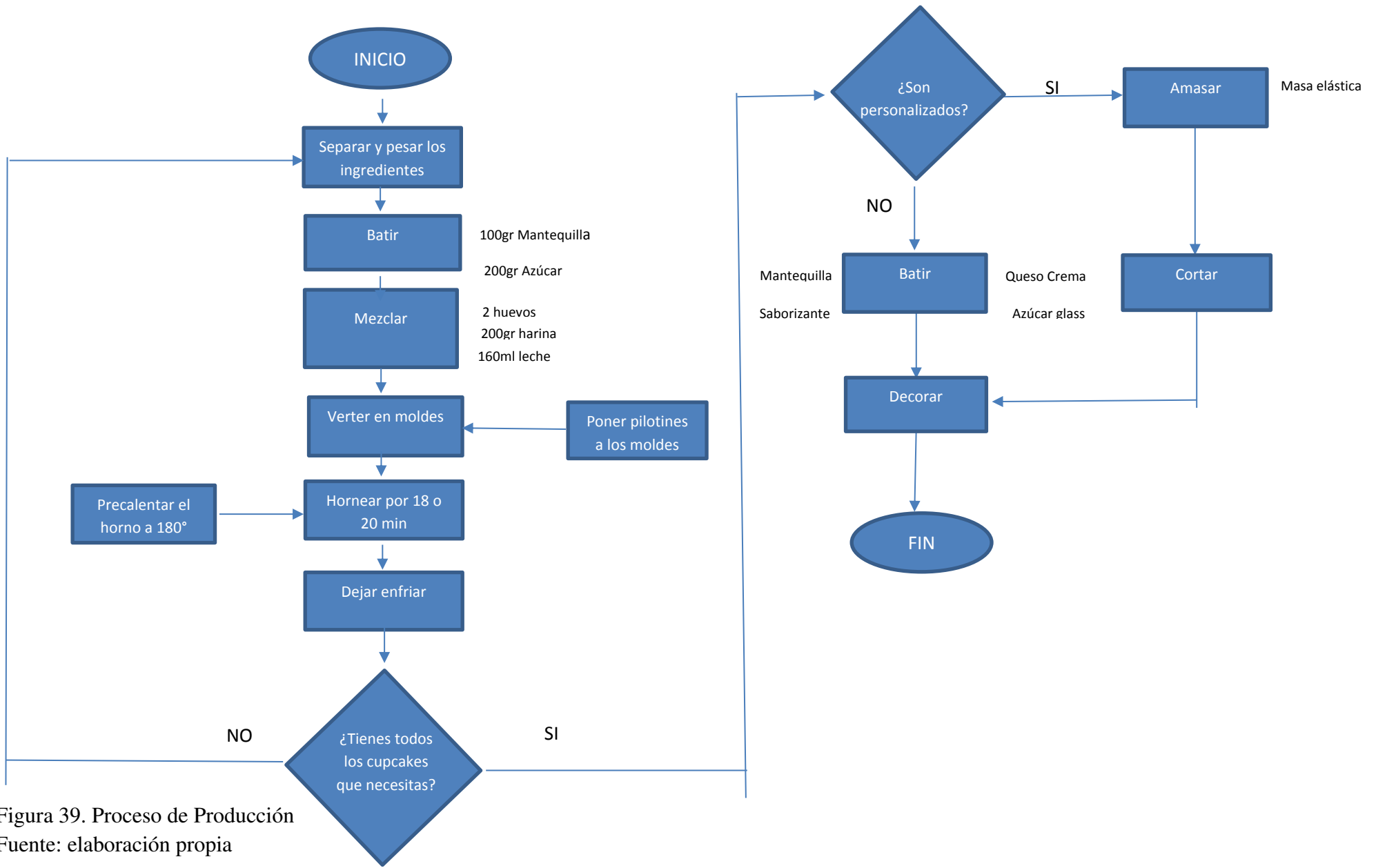


Figura 39. Proceso de Producción  
Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Diagrama de Gantt del Proceso de Producción

Programa de Actividades	Periodo de Actividades																							
	1												2											
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Separar y pesar ingredientes	█	█																						
Batir mantequilla y azúcar			█																					
Mezclar huevos, harina, vainilla y leche				█	█																			
Verter en moldes						█																		
Poner Pirotines en moldes	█																							
Pre calentar el horno por 180		█	█	█	█	█																		
Hornear							█	█	█	█														
Dejar enfriar											█	█	█	█	█	█								
Cupcakes con frosting																								
Batir mantequilla, queso crema y azúcar glass																█	█							
Decorar todos los cupcakes																	█	█	█	█	█	█		
Cupcakes personalizados																								
Aplanar la masa elástica												█	█	█										
Cortar masa elástica																█	█	█	█	█				
Decorar todos los cupcakes																					█	█	█	

Fuente: elaboración propia

## **b) Proceso de Ventas**

- Se da la bienvenida a los clientes
- Se muestra el menú de cupcakes a los clientes
- Solicitud del pedido, consultar la disponibilidad de los sabores de los cupcakes
- Si no tenemos disponibilidad, debemos de ofrecerles otros sabores
- Tomar el pedido del cliente
- Pagar por los productos adquiridos
- Preguntar si desea consumir su producto en el local o para llevar
- Servir los productos en las mesas del local
- Empaquetar los cupcakes para llevar

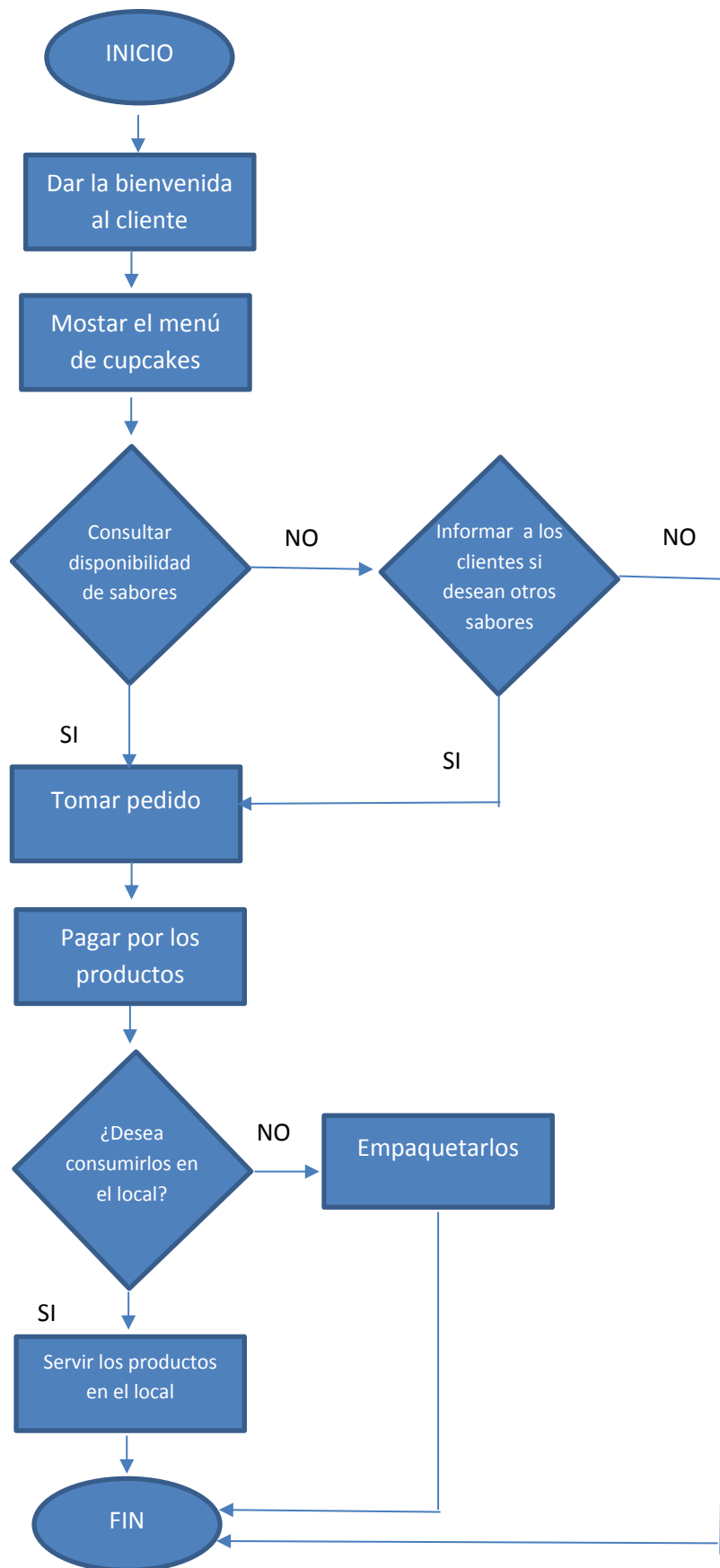




Figura 40. Proceso de Ventas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Diagrama de Gantt del Proceso de Ventas

Programa de Actividades	Periodo de Actividades														
Horas	1														
Minutos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Dar la bienvenida a los clientes	■	■													
Mostrar el menú de cupcakes			■												
Consultar disponibilidad de sabores				■	■										
Tomar pedido						■									
Pagar por los productos							■								
Servir los productos								■	■	■					
Empaquetar los productos								■	■	■					

Fuente: Elaboración propia

**c) Proceso de Distribución**

- Dar la bienvenida al cliente
- Solicitud del pedido, como mínimo con 2 días de anticipación.
- Se pregunta al cliente, si desea envió por delivery
- Registro del pedido para su elaboración
- Empaquetado del pedido para su distribución
- Ruteo de direcciones para los envíos
- o si no se pone en el estante de espera del recojo del cliente

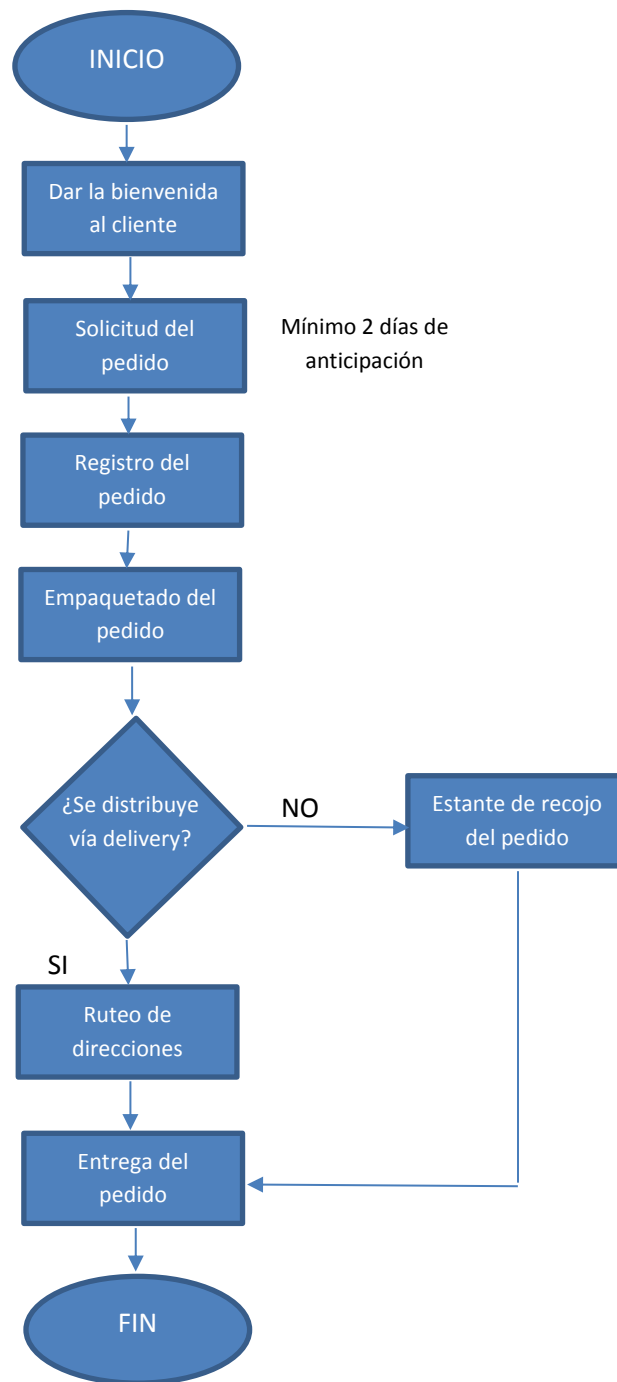


Figura 41. Proceso de Distribución  
 Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Diagrama de Gantt de Proceso de Distribución

Programa de Actividades	Periodo de Actividades																		
	1					2					3								
	1					1					1								
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	5	10	15	20	25	30	35	40	
Dar la bienvenida a los clientes	■	■																	
Solicitud del pedido			■																
Registro del pedido				■															
Empaquetado del pedido											■								
Ruteo de direcciones											■	■							
Entrega del pedido													■	■	■	■	■	■	

Fuente: elaboración propia

### 3.2.2. Capacidad Instalada y Operativa

#### a) Equipos

- Horno Industrial (1)

Capacidad: 4 bandejas 60x40 cm

Producción horaria: 20 kg/hora aprox

Medida frontal: 1355 mm

Medida fondo: 960 mm

Medida de alto: 1375 mm

Costo: S/ 1500.00



- Batidora Industrial (1)

Origen: importado

Modelo: MIX15

Fuente de alimentación nominal: 220V/110Hz

Frecuencia Nominal: 50V/60HZ

Poder: 0.37KW

Velocidad de Agitación: 137/340 r/min

Batido: 15LT.

Amasado: 1.5KG

Mezclado: 15LT

Tamaño: (largo x ancho x alto): 456X360X680mm

Peso: 61Kg

Tolva acero inoxidable, estructura fierro fundido muy resistente

Costo: S/ 1000.00



- Licuadora y 1 exprimidor (1)

Jarra de vidrio refractario de 8 velocidades

Sistema All-Metal Drive

Marca: Oster

Potencia: 450 Watts

Capacidad: 1,5 Lt(6 tazas)

Función de pulso para licuar con mayor precisión.



Pulveriza hielo con la cuchilla trituradora de hielo.

Incluye: Exprimidor

Costo: S/ 450.00

- Balanza Digital (1)

Capacidad: 2 Kg

División Mínima: 1 Gr

Costo: S/ 79.00



- Refrigeradora Industrial (1)

Vertical tradicional con 2 puertas de cristal batientes

Voltaje: 115

6 parrillas

Temperaturas de .5°C a 3.3°C

Frente de acero inoxidable

Puertas de Cristal de Baja Emisión, “Low-E” de doble panel aislado.

Sistema de iluminación patentado con lámparas

integradas en la puerta

Costo: S/ 1000.00



- Estufa de Mesa (1)

Largo 48 cm

Ancho 26 cm

Alto 7 cm

2 quemadores

Costo: S/ 100.00



- Vitrina Pastelera Exhibidora (1)

Con vidrio frontal curvo o plano.

Puertas corredizas traseras.

Con parrillas interiores.

Con doble temperatura.

Luz interior.

Medidas de 1.00, 1.20, 1.50, 2.00 mts. Frente

Costo: S/ 1800.00



- Computadora Portatil (1)

Procesador: Intel Core i5

Núcleos del procesador: Dual-core

Memoria RAM: 4 GB

Disco duro: 1 TB

Tarjeta de video: Gráficos Intel® HD 520



Tamaño de pantalla: 14"

Resolución de pantalla: 1366 x 768

Sistema operativo: Windows 10

Costo: S/ 1800.00



## b) Mobiliario

- Mesa de Trabajo (1)

De acero inoxidable

Medidas; 1.10x0.70x0.90

Costo: S/ 1000.00

- Mesas de Centro (6)

Mesas donde los clientes van hacer sus consumos

Medidas; 81x51.5x37

Costo: S/ 100.00 c/u

- Puff (20)

Para sentarse

Medida: 38.5x11.5x38.5

Costo: S/ 50.00



- Sillas Altas(3)

Largo de la parte frontal a la trasera: 50,8cm

Ancho de lado a lado: 43,18cm

Alto de la parte inferior a la superior: 104,14

Altura del asiento: 60,96cm

Profundidad del asiento: 41,91cm

Silla alta para bar con asiento tapizado en tela

Patas cuadradas

Costo: S/ 60.00



**c) Accesorios**

- Espatulas

3 de goma y de 2 de acero

Costo: S/8.00



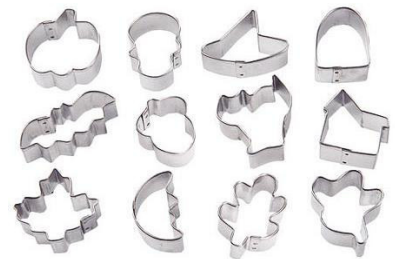
- Amasadores y Cortadores

3 de madera

Costo: S/ 15.00

20 cortadores de acero y 10 de plástico

Costo: S/ 8.00





- Juegos de tazas y Cucharas medidoras

5 tazas costo: S/ 5.00 y 5 cucharas medidoras costo: S/ 3.00



- Tazones y bowls

2 tazones costo: S/ 20.00 y 6 bowls costo: S/ 10.00



- Moldes de Cupcakes (5)

De 12 unidades

Número 7

De acero inoxidable

Costo: S/ 14.00



- Manga pastelera y Duyas

Mangas pastelera descartable

Cajas de ciento

Costo: S/ 30

10 Duyas de diferentes modelos

Acero inoxidable

Costo: S/ 10.00



- Paquetes de Pirotines (30)

Numero 7

Presentación: ciento

Costo: S/. 3.50



- Guante de Cocina (2)

Costo: S/ 5.00



- Manteles Secadores

6 manteles secadores

Costo: S/ 4.50



**d) Indumentaria y equipos de seguridad**

- Polo estrella algodón

Manga corta

Color blanco

1 docena

Costo: S/ 120.00



- Chaquetas de cocina

6 Chaquetas

Costo: S/ 50.00



- Delantales

8 delantales

Costo: S/ 30.00



- Guantes desechables

2 cajas

Costo: S/ 10.00



- Gorros desechables

2 cajas

Costo: S/ 10.00



#### e) Vehículos

Hyundai Accent 2013

Convertido a gas natural

Alquiler mensual: S/.1000.00



### 3.2.3. Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumos

#### a) Capital

Tabla 21. Presupuesto Total

Presupuesto Total	
Equipos	S/.7,729.00
Mobiliarios	S/.5,380.00
Activo de operación	S/.676.00
Indumentaria	S/.530.00
Insumos	S/.6,090.94
Personal	S/.5,377.75
vehículo	S/.1,000.00
Alquiler de local	S/.2,800.00
Requerimientos Legales	S/.2,303.40
Servicios	S/.690.00
Publicidad	S/.699.00
Artículos de Limpieza	S/.160.90
<b>CAPITAL TOTAL</b>	<b>S/.33,436.99</b>

Fuente: Elaboración propia

#### b) Personal:

- Administrador:
  - Encargado de la supervisión del local y de todo el personal, detectar problemas y oportunidades.
  - Mantener el clima laboral entre todos los empleados
  - Ejecutar el check list de tienda antes de abrir la tienda
  - Evaluación por indicadores de gestión de tienda y definir estrategias
  - Está a cargo de todo el inventario de la tienda
  - Sueldo: S/ 1200.00

- Contador
  - Encargado de la declaración y pago de impuestos mensualmente
  - Llevar los libros contables de la empresa
  - Procesar, verificar y contabilizar los comprobantes de pagos
  - Sueldo: S/ 500.00
  
- Pastelero
  - Planificar el trabajo diario, dirige y controla todas las tareas de pastelería
  - Encargado de hacer la masa de los cupcakes
  - Responsable de toda la producción
  - Sueldo: S/900.00
  
- Auxiliar de Pastelería
  - Ordena y limpia la cocina
  - Hace la decoración de todos los cupcakes
  - Realiza algunos trabajos sencillos
  - Sueldo: S/ 500.00
  
- Vendedor
  - Encargado de mostrar los productos
  - Servir los productos
  - Empaquetar los productos
  - Limpiar el local antes de abrir
  - Sueldo: S/ 850.00

- Cajero
  - Cobrar todos los productos que se vende en el local
  - Ayudar al vendedor en lo que necesite
  - Sueldo: S/850.00
- Repartidor
  - Rutiar las direcciones
  - Distribuir los productos a domicilio
  - Sueldo: S/850.00

Tabla 22. Requerimiento de personal

AREA	CARGOS	NRO DE TRABAJADORES	ESTUDIOS			ESPECIALIDAD	EXPERIENCIA MINIMA
			Estudiante o estudios inconclusos	Estudios técnicos/ Diplomados/ Bachiller	Titulo		
Administración	Administrador	1			Si	Administración	3 años
Contabilidad	Contador	1			Si	Contabilidad	3 años
Producción	Pastelero	1		Si		Repostería/ Panadería	3 años
	Auxiliar de Pastelería	1	Si			Repostería/ Panadería	6 meses
Comercial	Vendedor	1	Si			Administración o Carreras Afines	1 año
	Cajero	1	SI			Administración o Carreras Afines	1 año
	Repartidor	1	SI			No es necesario	3 años

Fuente: Elaboración propia

### c) Insumos

La cantidad y costo de insumos que vamos a necesitar mensualmente son los siguientes:

Tabla 23. Requerimiento de Insumos

<b>Cantidad mensual</b>	<b>Materias Primas e Insumos</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio Unitario</b>
5	Harina de Chía	10 Kg	S/.300.00
7	Azúcar Blanca	5 Kg	S/.15.50
27	Huevo	1 Kg	S/.6.00
2	Polvo de hornear	1 Kg	S/.5.00
3	Cocoa	5 Kg	S/.71.80
2	Bicarbonato de Sodio	1 Kg	S/.8.00
2	Aceite vegetal	18 Ltros	S/.93.50
35	Leche	1 Ltro	S/.4.00
11	Mantequilla sin sal	2 Kg	S/.16.00
20	Queso crema	270 gr	S/.8.00
10	Chocolate biter negro	1 Kg	S/.16.00
1	Vainilla	1 Ltro	S/.15.00
2	Canela	1Kg	S/.20.00
15	Arándanos	1Kg	S/.30.00
48	Galletas Oreo	70gr	S/.0.60
15	Azúcar glass	1Kg	S/.8.00
3	Fouge de Chocolate	1 Kg	S/.7.00
3	Dulce de leche	1Kg	S/.5.79
10	Masa elástica	1Kg	S/.10.50
<b>Total</b>			<b>S/.640.69</b>

Fuente: Elaboración propia

### d) Requerimientos legales y protección

Contrato de alquiler de local

Licencia municipal

Defensa civil

Cargos sociales de los empleados



e) **Servicios**

Agua

Luz

Teléfono

Internet

Combustible

**3.2.4. Infraestructura y características físicas**

En la siguiente figura se encuentra la distribución de cómo será las instalaciones de nuestro local, así como las medidas de ellos, y su equipamiento.

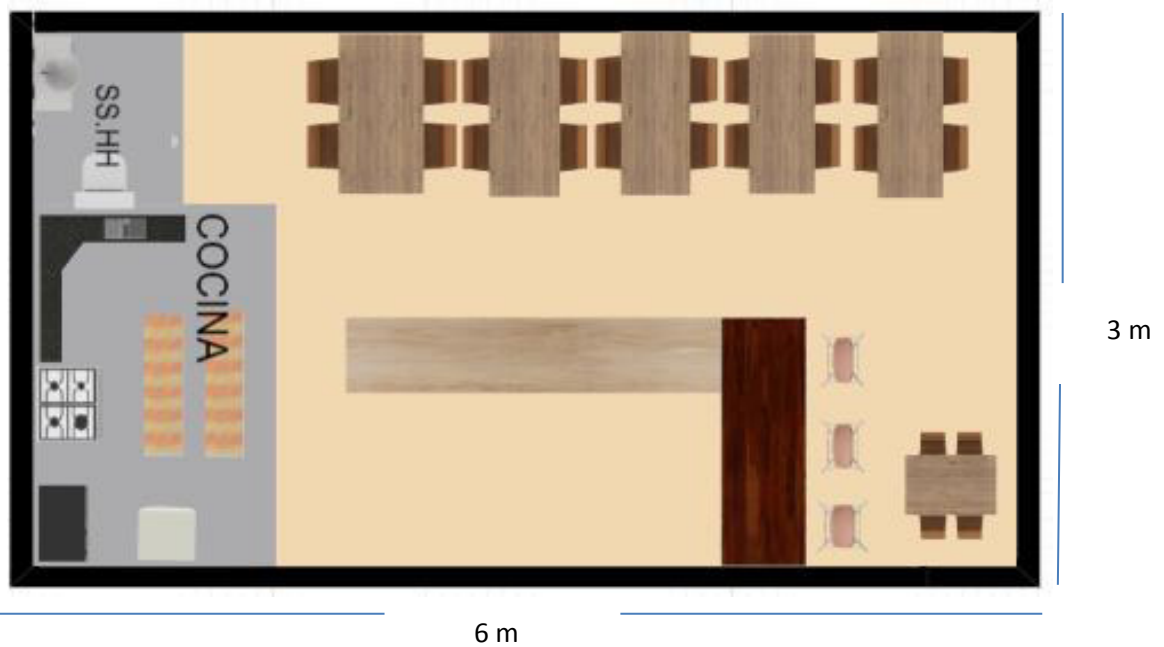


Figura 42. Distribución del Local Comercial

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Dulce Maniac S.A.C. utilizará el método de Ranking de Factores para la elección de ubicación del local, en un rango del 1 al 5, donde 1 es el más bajo y 5 el más alto

Para determinar la ubicación de nuestro local, se tomó tres alternativas como referencia siendo la alternativa A; San Juan de Lurigancho, alternativa B; Independencia, Alternativa C; Los Olivos. Es necesario hacer una evaluación de ellas para eso se ha designado factores, a los cuales se les designara una puntuación.

Tabla 24. Matriz de Factores de Localización

MATRIZ DE FACTORES	A	B	C
<b>1. FACTOR COMERCIALES</b>			
1.1. Posición Estratégica	5	4	4
1.2. Ubicación Comercial	5	5	5
1.3. Cultura y Horario de Servicio	3	3	3
1.4. Disponibilidad de Espacio Físico	5	2	3
1.5. Costo de Arriendo	4	4	4
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>19</b>
<b>2. FACTOR ESTRATEGICO</b>			
2.1. Facilidad de Transporte	5	4	3
2.2. Área Urbana Céntrica	5	3	2
2.3. Servicio de Apoyo	4	5	3
2.4. Flujos de Personas	5	5	5
2.5. Servicios Básicos	5	4	4
2.6. Seguridad	4	2	3
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>20</b>
<b>3. FACTOR LEGAL</b>			
3.1. Ordenanzas Municipales	5	4	5
3.2. Impuesto Municipales menores	5	3	4
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>9</b>
<b>4. FACTOR AMBIENTAL</b>			
4.1. Contaminación Ambiental	4	3	3
4.2. Contaminación Auditiva	3	1	2
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL FINAL DE PONDERADO</b>	<b>67</b>	<b>52</b>	<b>53</b>

Fuente: Elaboración propia

Luego pasamos analizar los factores determinantes para ello, le asignamos un porcentaje a cada uno de acuerdo a su importancia, como observamos en la siguiente tabla.

Tabla 25. Matriz de Ponderación de Factores

MATRIZ DE FACTORES		A	B	C
<b>1. FACTOR COMERCIALES</b>				
1.1. Posición Estratégica	13%	0.65	0.52	0.52
1.2. Ubicación Comercial	13%	0.65	0.65	0.65
1.3. Cultura y Horario de Servicio	5%	0.15	0.15	0.15
1.4. Disponibilidad de Espacio Físico	9%	0.45	0.18	0.27
1.5. Costo de Arriendo	10%	0.4	0.4	0.4
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>50%</b>	<b>2.3</b>	<b>1.9</b>	<b>1.99</b>
<b>2. FACTOR ESTRATEGICO</b>				
2.1. Facilidad de Transporte	3%	0.15	0.12	0.09
2.2. Área Urbana Céntrica	2%	0.1	0.06	0.04
2.3. Servicio de Apoyo	2%	0.08	0.1	0.06
2.4. Flujos de Personas	4%	0.2	0.2	0.2
2.5. Servicios Básicos	3%	0.15	0.12	0.12
2.6. Seguridad	3%	0.12	0.06	0.09
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>17%</b>	<b>0.8</b>	<b>0.66</b>	<b>0.6</b>
<b>3. FACTOR LEGAL</b>				
3.1. Ordenanzas Municipales	5%	0.25	0.2	0.25
3.2. Impuesto Municipales menores	3%	0.15	0.09	0.12
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>8%</b>	<b>0.4</b>	<b>0.29</b>	<b>0.37</b>
<b>4. FACTOR AMBIENTAL</b>				
4.1. Contaminación Ambiental	13%	0.52	0.39	0.39
4.2. Contaminación Auditiva	12%	0.36	0.12	0.24
<b>TOTAL DE PONDERADO</b>	<b>25%</b>	<b>0.88</b>	<b>0.51</b>	<b>0.63</b>
<b>TOTAL FINAL DE PONDERADO</b>	<b>100%</b>	<b>4.38</b>	<b>3.36</b>	<b>3.59</b>

Fuente: Elaboración propia

La alternativa A, es el que tiene mayor puntuación, por eso es la alternativa más conveniente para poner nuestro local, la alternativa A es el distrito de San Juan de Lurigancho.

## 4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 4.1. Inversión fija

#### 4.1.1. Inversión tangible

La inversión tangibles son aquellos activos que se representan de forma física, entre ellos tenemos la maquinaria y equipo y los mobiliarios necesarios para el negocio.

Tabla 26. Inversión Tangible

Inversión en Maquinaria y Equipo				
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Horno Industrial	Unidad	1	S/.1,500.00	S/.1,500.00
Batidora	Unidad	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00
Licuada y Exprimidora	Unidad	1	S/.450.00	S/.450.00
Balanza	Unidad	1	S/.79.00	S/.79.00
Refrigeradora	Unidad	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00
Estufa	Unidad	1	S/.100.00	S/.100.00
Exhibidora	Unidad	1	S/.1,800.00	S/.1,800.00
Computadora	Unidad	1	S/.1,800.00	S/.1,800.00
<b>Total de Maquinaria y Equipo</b>				<b>S/.7,729.00</b>
Inversión en Muebles				
Mesas de trabajo de Acero Inoxidable	Unidad	2	S/.1,000.00	S/.2,000.00
Mesas de Centro 85 X 51.5 X 37	Unidad	6	S/.100.00	S/.600.00
Pubs 50X50X50	Unidad	20	S/.50.00	S/.1,000.00
Sillas altas	Unidad	3	S/.60.00	S/.180.00
Barra mostrador 100 x 40x90	Unidad	2	S/.800.00	S/.1,600.00
<b>Total de Muebles</b>				<b>S/.5,380.00</b>
<b>Total de Inversión Tangible</b>				<b>S/ 13,109.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2. Inversión intangible

Son aquellos bienes que no se representa de forma física, como la constitución de la empresa, licencias y trámites.

Tabla 27. Inversión Intangible

Detalle	Total
Constitución de Empresa	S/.500.00
Licencia Municipal	S/.105.90
Tramite INDECOPI	S/.697.50
Tramite INDECI	S/.500.00
Tramite DIGESA	S/.500.00
<b>Total de Intangibles</b>	<b>S/.2,303.40</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo son todos los recursos que vamos a necesitar para poder operar el negocio, como los insumos, mano de obra, entre otros, en nuestro proyecto estamos presentando un capital de trabajo mensual.

Tabla 28. Inversión en Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				S/.19,891.21
<b>Total de Activos de Operación</b>				<b>S/.676.00</b>
Espátulas	Unidad	5	S/.8.00	S/.40.00
Amasadores	Unidad	3	S/.15.00	S/.45.00
Tazas Medidora	Unidad	2	S/.5.00	S/.10.00
Cucharas Medidoras	Unidad	2	S/.3.00	S/.6.00
Cortadores	Unidad	30	S/.8.00	S/.240.00
Tazones	Unidad	2	S/.20.00	S/.40.00
Bowls Medianos	Unidad	6	S/.10.00	S/.60.00
Guante de cocina	Unidad	6	S/.8.00	S/.48.00
Secador de Cocina	Unidad	6	S/.4.50	S/.27.00
Manga Repostera	Unidad	2	S/.30.00	S/.60.00
Duyas	Unidad	10	S/.10.00	S/.100.00
<b>Insumos</b>				<b>S/.7,585.14</b>
<b>Mano de Obra</b>				<b>S/.1,526.00</b>

Pastelero	S/.900.00
Auxiliar de Pastelería	S/.500.00
Beneficios sociales	S/.126.00
<b>Gastos Indirectos de Producción</b>	<b>S/.490.00</b>
Energía Eléctrica	S/.200.00
Agua	S/.200.00
Gorros descartables	S/.30.00
Guantes descartables	S/.30.00
Servilletas	S/.30.00
<b>Gastos de ventas</b>	<b>S/.6,069.40</b>
Alquiler de Vehículo	S/.1,000.00
Combustible	S/.900.00
Publicidad	S/.699.00
Vendedor	S/.850.00
Cajero	S/.850.00
Repartidor	S/.850.00
Beneficios sociales	S/.229.50
Artículos de Limpieza	S/.160.90
Indumentaria	S/.530.00
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>S/.3,544.67</b>
Administrador	S/.1,200.00
Beneficios sociales	S/.108.00
Contador	S/.500.00
Talleres de Integración	S/.416.67
Alquiler de Local	S/.1,000.00
Materiales de oficina	S/.30.00
Teléfono	S/.90.00
Internet	S/.200.00

Fuente: Elaboración Propia

### 4.3. Inversión total

La inversión inicial para iniciar las operaciones del negocio está conformada por la inversión fija, inversión intangible y el capital trabajo que ascienden a un monto de S/ 35,303.61.

Tabla 29. Inversión Total

Detalle	Total
Inversión fija	S/.13,109.00
Inversión intangible	S/.2,303.40
Capital de trabajo	S/.19,891.21
<b>Total inversión</b>	<b>S/.35,303.61</b>

Fuente: Elaboración propia

### 4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

En el siguiente tabla observamos que nuestra inversión estará conformada por el 57.51% de capital propio, y el 42.49% de un prestamos obtenido.

Tabla 30. Estructura de la Inversión y Financiamiento

Inversión	Aporte Propio	Préstamo	Total	Porcentaje
Inversión fija	S/.13,109.00	S/.0.00	S/.13,109.00	37.13%
Inversión intangible	S/.2,303.40	S/.0.00	S/.2,303.40	6.52%
Capital de trabajo	S/.4,891.21	S/.15,000.00	S/.19,891.21	56.34%
<b>Total</b>	<b>S/.20,303.61</b>	<b>S/.15,000.00</b>	<b>S/.35,303.61</b>	<b>100.00%</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>57.51%</b>	<b>42.49%</b>	<b>100.00%</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### **4.5. Fuentes financieras**

- El capital propio es aportado por los dos socios de la empresa:
  - Socio 1: su aporte es del 75% con S/15,227.71
  - Socio 2: su aporte es del 25% con S/ 5,075.90
- El capital financiado, será un préstamo de la financiera Proempresa
  - El préstamo es de S/ 15,000.00

#### **4.6. Condiciones de crédito**

El crédito, es un crédito pro capital, a una tasa moderada, debido a que somos una empresa nueva no tenemos un histórico, y no tenemos un aval que nos respalde, en la financiera Proempresa no nos piden un aval como en otras entidades financieras. (Financiera ProEmpresa, 2017)

- Monto de Préstamo: S/ 15,000.00
- Tasa Efectiva Anual: 38.87%
- Plazo: 24 meses
- Tasa desgravamen anual: 0.60%
- Costo de envío de estado de cuenta: S/ 10.00

En la siguiente tabla encontramos las amortizaciones de la deuda, pago de interés y otros pagos que se hará en los 2 años que dure el préstamo.



Tabla 31. Amortización de la Deuda

NRO DE CUOTAS	FECHA	DIAS	AMORTIZACION	INTERES	SEGURO DE DESGRAVAMEN	ESTADO DE CUENTA	CUOTA TOTAL	SALDO DE CAPITAL
0	28/05/2017							15000
1	28/06/2017	30	445.40	416.12	7.5	10	879.01	14554.60
2	28/07/2017	30	457.98	403.76	7.28	10	879.01	14096.63
3	28/08/2017	30	470.91	391.05	7.05	10	879.01	13625.72
4	28/09/2017	30	484.21	377.99	6.81	10	879.01	13141.51
5	28/10/2017	30	497.88	364.56	6.57	10	879.01	12643.62
6	28/11/2017	30	511.94	350.75	6.32	10	879.01	12131.68
7	28/12/2017	30	526.40	336.54	6.07	10	879.01	11605.28
8	28/01/2018	30	541.27	321.94	5.80	10	879.01	11064.01
9	28/02/2018	30	556.55	306.93	5.53	10	879.01	10507.45
10	28/03/2018	30	572.27	291.49	5.25	10	879.01	9935.18
11	28/04/2018	30	588.43	275.61	4.97	10	879.01	9346.75
12	28/05/2018	30	605.05	259.29	4.67	10	879.01	8741.70
13	28/06/2018	30	622.14	242.50	4.37	10	879.01	8119.56
14	28/07/2018	30	639.71	225.24	4.06	10	879.01	7479.85
15	28/08/2018	30	657.77	207.50	3.74	10	879.01	6822.07
16	28/09/2018	30	676.35	189.25	3.41	10	879.01	6145.72
17	28/10/2018	30	695.45	170.49	3.07	10	879.01	5450.27
18	28/11/2018	30	715.09	151.20	2.73	10	879.01	4735.18
19	28/12/2018	30	735.29	131.36	2.37	10	879.01	3999.89
20	28/01/2019	30	756.05	110.96	2.00	10	879.01	3243.84
21	28/02/2019	30	777.40	89.99	1.62	10	879.01	2466.44
22	28/03/2019	30	799.36	68.42	1.23	10	879.01	1667.08
23	28/04/2019	30	821.93	46.25	0.83	10	879.01	845.15
24	28/05/2019	30	845.15	23.45	0.42	10	879.01	
<b>Total</b>			15000.00	5752.63	103.68	240	21096.31	

Fuente: Elaboración propia

## 5. ESTUDIOS DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 5.1. Presupuesto de costos

En la siguiente tabla, encontramos el costo unitario de producción de un cupcake, y la proyección para los siguientes 4 años, teniendo en cuenta la proyección de inflación para el año 2017 que es el 2.30%. (Gestión, 2016)

Tabla 32. Costo Unitario de Producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cupcakes	2.06	2.11	2.16	2.21	2.26

Fuente: Elaboración propia

Costo de mano de obra anual, son el personal que interviene en la producción, incluyendo sus beneficios sociales.

Tabla 33. Costos de Mano de Obra

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pastelero	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00
Auxiliar de Pastelería	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.12,000.00	S/.12,000.00	S/.12,000.00
Beneficios sociales	S/.1,512.00	S/.1,512.00	S/.2,052.00	S/.2,052.00	S/.2,052.00
<b>Total</b>	<b>S/.18,312.00</b>	<b>S/.18,312.00</b>	<b>S/.24,852.00</b>	<b>S/.24,852.00</b>	<b>S/.24,852.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla encontramos los costos de insumos proyectados, para cubrir la demanda que se tiene para los próximos 5 años.

Tabla 34. Costos de Insumos

Insumos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cupcakes	S/.73,091.28	S/.75,550.01	S/.117,102.40	S/.120,981.73	S/.166,619.76

Fuente: Elaboración propia

En las tablas siguientes encontramos la depreciación de la maquinaria y equipo y también de los muebles, estos se deprecian porque son bienes tangibles, la depreciación se ha hallado dividiendo el precio del bien y la vida útil.

Tabla 35. Depreciación de Maquinaria y Equipo

Detalle	Precio	Vida útil anual	Depreciación anual	Depreciación mensual
Horno Industrial	S/.1,500.00	9	S/.166.67	S/.13.89
Batidora	S/.1,000.00	9	S/.111.11	S/.9.26
Licuada y Exprimidora	S/.450.00	6	S/.75.00	S/.6.25
Balanza	S/.79.00	6	S/.13.17	S/.1.10
Refrigeradora	S/.1,000.00	10	S/.100.00	S/.8.33
Estufa	S/.100.00	6	S/.16.67	S/.1.39
Exhibidora	S/.1,800.00	8	S/.225.00	S/.18.75
Computadora	S/.1,800.00	8	S/.225.00	S/.18.75
<b>Total</b>			<b>S/.932.61</b>	<b>S/.77.72</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. Depreciación de Muebles y Enseres

Detalle	Precio	Vida Útil anual	Depreciación Anual	Depreciación mensual
Mesas de Trabajo	S/.2,000.00	10	S/.200.00	S/.16.67
Mesas de Centro	S/.600.00	10	S/.60.00	S/.5.00
Pubb	S/.1,000.00	6	S/.166.67	S/.13.89
Sillas altas	S/.180.00	6	S/.30.00	S/.2.50
Barra mostrador	S/.1,600.00	6	S/.266.67	S/.22.22
<b>Total</b>			<b>S/.723.33</b>	<b>S/.60.28</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla encontramos el total de depreciación de los antes mencionados, más la amortización que provienen de la inversión intangible que se ha calculado dividiendo el monto total de intangibles y la cantidad de años que se ha proyectado el proyecto.

Tabla 37. Depreciación y Amortización

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación de Equipos	S/.932.61	S/.932.61	S/.932.61	S/.932.61	S/.932.61
Depreciación de Muebles y Enseres	S/.723.33	S/.723.33	S/.723.33	S/.723.33	S/.723.33
Amortización de los intangibles	S/.460.68	S/.460.68	S/.460.68	S/.460.68	S/.460.68
<b>Total</b>	<b>S/.2,116.62</b>	<b>S/.2,116.62</b>	<b>S/.2,116.62</b>	<b>S/.2,116.62</b>	<b>S/.2,116.62</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el año 1 necesitamos como mínimo S/ 225,523.52 de presupuesto, esto se ha elaborado en base a los recursos que necesitamos para iniciar y mantener las operaciones por un año, y se ha proyectado los costos en un horizonte de 5 años.

Tabla 38. Presupuesto de Costos Anual

<b>Presupuesto de Costos Anual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>S/.106,732.00</b>	<b>S/.107,108.51</b>	<b>S/.107,493.68</b>	<b>S/.107,887.71</b>	<b>S/.108,290.80</b>
Pastelero	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00
Auxiliar de Pastelería	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Beneficios sociales	S/.1,512.00	S/.1,512.00	S/.1,512.00	S/.1,512.00	S/.1,512.00
Alquiler de Vehículo	S/.12,000.00	S/.12,276.00	S/.12,558.35	S/.12,847.19	S/.13,142.68
Vendedor	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Cajero	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Repartidor	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Beneficios sociales	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00
Administrador	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00
Beneficios sociales	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00
Contador	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Taller de Integración	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00
Alquiler de Local	S/.12,000.00	S/.12,000.00	S/.12,000.00	S/.12,000.00	S/.12,000.00
Materiales de oficina	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Teléfono	S/.1,080.00	S/.1,104.84	S/.1,130.25	S/.1,156.25	S/.1,182.84
Internet	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
Indumentaria	S/.530.00	S/.542.19	S/.554.66	S/.567.42	S/.580.47
<b>Costos Variables</b>	<b>S/.118,020.52</b>	<b>S/.124,459.61</b>	<b>S/.131,284.86</b>	<b>S/.138,520.39</b>	<b>S/.146,191.83</b>
Insumos	S/.91,021.72	S/.96,839.83	S/.103,029.83	S/.109,615.50	S/.116,622.12
Publicidad	S/.8,388.00	S/.8,580.92	S/.8,778.29	S/.8,980.19	S/.9,186.73
Combustible	S/.10,800.00	S/.11,048.40	S/.11,302.51	S/.11,562.47	S/.11,828.41
Servilletas	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Energía Eléctrica	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
Agua	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
Gorros descartables	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Guantes descartables	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Artículos de Limpieza	S/.1,930.80	S/.1,975.21	S/.2,020.64	S/.2,067.11	S/.2,114.66
<b>Total</b>	<b>S/. 224,752.52</b>	<b>S/. 231,568.12</b>	<b>S/. 238,778.54</b>	<b>S/. 246,408.10</b>	<b>S/. 254,482.63</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, no obtenemos utilidad, ni pérdidas para ello debemos de calcular la siguiente formula:

$$\frac{\text{Costos Fijos}}{(PV - CVu)}$$

Para hallar el punto de equilibrio necesitamos los costos variables unitarios, para eso el total de costos variables tenemos que dividirlo entre la cantidad de cupcakes producidas en el primer año, obteniendo como costo variable unitario S/ 2.67

Tabla 39. Punto de Equilibrio Año 1

Producto	Costos Fijos	Precio	CVu	Punto de Equilibrio	
				Cantidad	Ingresos
Cupcake	106,732.00	5.50	2.67	37728	S/.207,505.63

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio de producción de cupcakes es de 37,728 unidades, y en soles es de S/ 207,505.63.

En la siguiente tabla mostramos el punto de equilibrio hallado y cantidades aleatorias para poder medirlo en un gráfico de punto de equilibrio.

Tabla 40. Delimitación de Punto de Equilibrio Año 1

Costos Variables Indep	Cantidad	Costos Fijos	Costos Totales	Ingresos
0	0	S/.106,732.00	S/.106,732.00	0
S/.25,193.41	9,432	S/.106,732.00	S/.131,925.41	S/.51,876.41
S/.50,386.81	18,864	S/.106,732.00	S/.157,118.81	S/.103,752.81
S/.75,580.22	18,864	S/.106,732.00	S/.182,312.22	S/.155,629.22
S/.100,773.63	37,728	S/.106,732.00	S/.207,505.63	S/.207,505.63
S/.125,967.03	47,160	S/.106,732.00	S/.232,699.03	S/.259,382.03
S/.151,160.44	56,592	S/.106,732.00	S/.257,892.44	S/.311,258.44
S/.176,353.85	66,025	S/.106,732.00	S/.283,085.85	S/.363,134.85

Fuente: Elaboración propia

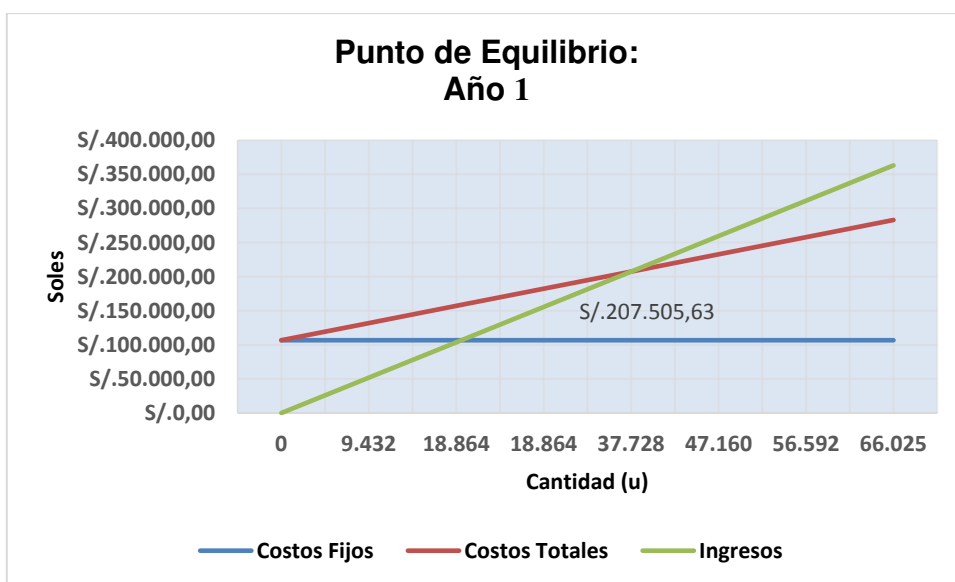


Figura 43. Punto de Equilibrio

Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Estado de ganancias y perdidas

El estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que nos va a mostrar los ingresos y egresos de la empresa en un periodo de tiempo, y nos va a permitir evaluar el comportamiento de la empresa, para saber si genera utilidades o pérdidas.

Tabla 41. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	S/.243,019.17	S/.258,552.95	S/.275,079.66	S/.292,662.75	S/.311,369.75
Costos	-S/.109,333.72	-S/.115,151.83	-S/.127,881.83	-S/.134,467.50	-S/.141,474.12
Depreciación y amortización	-S/.2,116.62	-S/.2,116.62	-S/.2,116.62	-S/.2,116.62	-S/.2,116.62
<b>Utilidad bruta</b>	<b>S/.131,568.82</b>	<b>S/.141,284.49</b>	<b>S/.145,081.20</b>	<b>S/.156,078.62</b>	<b>S/.167,779.00</b>
Gastos administrativos	-S/.42,536.00	-S/.42,900.32	-S/.43,273.02	-S/.43,654.29	-S/.44,044.33
Gastos de venta	-S/.64,902.00	-S/.65,627.60	-S/.66,369.90	-S/.67,129.26	-S/.67,906.09
Gastos Indirectos de Producción	-S/.7,980.80	-S/.8,164.36	-S/.8,352.14	-S/.8,544.24	-S/.8,740.76
<b>Utilidad operativa</b>	<b>S/.16,150.02</b>	<b>S/.24,592.21</b>	<b>S/.27,086.14</b>	<b>S/.36,750.83</b>	<b>S/.47,087.82</b>
Otros ingresos	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.4,829.28
<b>Utilidad antes de int. e imp.</b>	<b>S/.16,150.02</b>	<b>S/.24,592.21</b>	<b>S/.27,086.14</b>	<b>S/.36,750.83</b>	<b>S/.51,917.10</b>
Gastos financieros	-S/.4,289.85	-S/.1,806.46	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Utilidad antes impuestos</b>	<b>S/.11,860.17</b>	<b>S/.22,785.75</b>	<b>S/.27,086.14</b>	<b>S/.36,750.83</b>	<b>S/.51,917.10</b>
Impuestos (10%)	-S/.1,186.02	-S/.2,278.58	-S/.2,708.61	-S/.3,675.08	-S/.5,191.71
<b>Utilidad neta</b>	<b>S/.10,674.15</b>	<b>S/.20,507.18</b>	<b>S/.24,377.53</b>	<b>S/.33,075.75</b>	<b>S/.46,725.39</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.4. Presupuestos de ingresos

En la siguiente tabla se muestra el presupuesto de ingresos proyectados, que se calcula multiplicando la cantidad de cupcakes producidos y el precio de ventas, hay que tener en cuenta que la cantidad de cupcakes es la demanda esperada y proyectada realizado en el capítulo de estudio de mercado, y el precio de venta se estima que irá aumentando, esto depende del incremento de la inflación para los siguientes años.

Tabla 42. Presupuestos de Ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	44,185	45,953	47,791	49,702	51,691
Precio de Venta	S/.5.50	S/.5.63	S/.5.76	S/.5.89	S/.6.02
Ingresos	S/.243,019.17	S/.258,552.95	S/.275,079.66	S/.292,662.75	S/.311,369.75

Fuente: Elaboración propia

## 5.5. Presupuestos de egresos

El presupuesto de egresos, son todos los gastos en el que va incurrir el proyecto para la producción y venta del producto entre ellos tenemos a los gastos de ventas, gastos administrativos y gastos indirectos de producción.

En la siguiente tabla encontramos los gastos de ventas, en lo que vamos a incluir la inversión en publicidad que nos va a permitir, mediante las redes sociales nuestro producto se haga más conocido, y con el merchandising para poder posicionarnos en la mente del consumidor y fidelizarlos.

Tabla 43. Gastos de Ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de Vehiculo	S/.12,000.00	S/.12,276.00	S/.12,558.35	S/.12,847.19	S/.13,142.68
Combustible	S/.10,800.00	S/.11,048.40	S/.11,302.51	S/.11,562.47	S/.11,828.41
Publicidad	S/.8,388.00	S/.8,580.92	S/.8,778.29	S/.8,980.19	S/.9,186.73
Vendedor	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Cajero	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Repartidor	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00	S/.10,200.00
Beneficios sociales	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00	S/.2,754.00
Servilletas	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
<b>Total</b>	<b>S/.64,902.00</b>	<b>S/.65,627.60</b>	<b>S/.66,369.90</b>	<b>S/.67,129.26</b>	<b>S/.67,906.09</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla 44. Gastos Administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00	S/.14,400.00
Beneficios sociales	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00	S/.1,296.00
Contador	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Talleres de Integración	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00
Alquiler de Local	S/.12,000.00	S/.12,276.00	S/.12,558.35	S/.12,847.19	S/.13,142.68
Materiales de oficina	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Teléfono	S/.1,080.00	S/.1,104.84	S/.1,130.25	S/.1,156.25	S/.1,182.84
Internet	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
<b>Total</b>	<b>S/.42,536.00</b>	<b>S/.42,900.32</b>	<b>S/.43,273.02</b>	<b>S/.43,654.29</b>	<b>S/.44,044.33</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45. Gastos Indirectos de Producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
Agua	S/.2,400.00	S/.2,455.20	S/.2,511.67	S/.2,569.44	S/.2,628.54
gorros descartables	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
guantes descartables	S/.360.00	S/.368.28	S/.376.75	S/.385.42	S/.394.28
Artículos de Limpieza	S/.1,930.80	S/.1,975.21	S/.2,020.64	S/.2,067.11	S/.2,114.66
Indumentaria	S/.530.00	S/.542.19	S/.554.66	S/.567.42	S/.580.47
<b>Total</b>	<b>S/.7,980.80</b>	<b>S/.8,164.36</b>	<b>S/.8,352.14</b>	<b>S/.8,544.24</b>	<b>S/.8,740.76</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.6. Flujo de caja proyectado

Flujo de caja es un informe que nos presenta los ingresos y egresos de dinero en un determinado tiempo, nos va a permitir conocer la liquidez de la empresa. Presentamos dos tipos de flujos de caja; el efectivo y el financiero; en las siguientes tablas vamos a observar que tanto el flujo de caja económico y flujo de caja financiero vamos a tener más ingresos que egresos.

Tabla 46. Flujo de Caja Económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas	S/.0.00	S/.243,019.17	S/.258,552.95	S/.275,079.66	S/.292,662.75	S/.311,369.75
Valor residual	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.4,829.28
<b>Total ingresos</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.243,019.17</b>	<b>S/.258,552.95</b>	<b>S/.275,079.66</b>	<b>S/.292,662.75</b>	<b>S/.316,199.03</b>
<b>Egresos</b>						
Insumos	S/.0.00	-S/.91,021.72	-S/.96,839.83	-S/.103,029.83	-S/.109,615.50	-S/.116,622.12
Mano de obra	S/.0.00	-S/.18,312.00	-S/.18,312.00	-S/.24,852.00	-S/.24,852.00	-S/.24,852.00
Gastos indirectos de producción	S/.0.00	-S/.7,980.80	-S/.8,164.36	-S/.8,352.14	-S/.8,544.24	-S/.8,740.76
Gastos de venta	S/.0.00	-S/.64,902.00	-S/.65,627.60	-S/.66,369.90	-S/.67,129.26	-S/.67,906.09
Gastos administrativos	S/.0.00	-S/.42,536.00	-S/.42,900.32	-S/.43,273.02	-S/.43,654.29	-S/.44,044.33
Impuestos	S/.0.00	-S/.1,615.00	-S/.2,459.22	-S/.2,708.61	S/.1,004.76	-S/.2,044.66
<b>Total egresos</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>-S/.226,367.53</b>	<b>-S/.234,303.34</b>	<b>-S/.248,585.50</b>	<b>-S/.252,790.54</b>	<b>-S/.264,209.96</b>
<b>Capital</b>						
Inversión activo fijo e intangible	-S/.15,412.40	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Capital de trabajo	-S/.19,891.21	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Recuperación de capital de trabajo	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.19,891.21
<b>Flujo de capital</b>	<b>-S/.35,303.61</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.19,891.21</b>
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-S/.35,303.61</b>	<b>S/.16,651.64</b>	<b>S/.24,249.61</b>	<b>S/.26,494.15</b>	<b>S/.39,872.21</b>	<b>S/.71,880.28</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47. Flujo de Caja Financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas	S/.0.00	S/.243,019.17	S/.258,552.95	S/.275,079.66	S/.292,662.75	S/.311,369.75
Valor residual	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.4,829.28
<b>Total ingresos</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.243,019.17</b>	<b>S/.258,552.95</b>	<b>S/.275,079.66</b>	<b>S/.292,662.75</b>	<b>S/.311,369.75</b>
<b>Egresos</b>						
Insumos y suministros	S/.0.00	-S/.91,021.72	-S/.96,839.83	-S/.103,029.83	-S/.109,615.50	-S/.116,622.12
Mano de obra	S/.0.00	-S/.18,312.00	-S/.18,312.00	-S/.24,852.00	-S/.24,852.00	-S/.24,852.00
Gastos indirectos de producción	S/.0.00	-S/.7,980.80	-S/.8,164.36	-S/.8,352.14	-S/.8,544.24	-S/.8,740.76
Gastos de venta	S/.0.00	-S/.64,902.00	-S/.65,627.60	-S/.66,369.90	-S/.67,129.26	-S/.67,906.09
Gastos administrativos	S/.0.00	-S/.42,536.00	-S/.42,900.32	-S/.43,273.02	-S/.43,654.29	-S/.44,044.33
Impuestos	S/.0.00	-S/.1,615.00	-S/.2,459.22	-S/.2,708.61	S/.1,004.76	-S/.2,044.66
<b>Total egresos</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>-S/.226,367.53</b>	<b>-S/.234,303.34</b>	<b>-S/.248,585.50</b>	<b>-S/.252,790.54</b>	<b>-S/.264,209.96</b>
<b>Capital</b>						
Inversión activo fijo e intangible	-S/.15,412.40	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Capital de trabajo	-S/.19,891.21	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Recuperación de capital de trabajo	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.19,891.21
<b>Flujo de capital</b>	<b>-S/.35,303.61</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.0.00</b>	<b>S/.19,891.21</b>
<b>Servicio de la deuda</b>						
Prestamo	S/.15,000.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Amortización	S/.0.00	-S/.6,258.30	-S/.8,741.70	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Gastos financieros (interés)	S/.0.00	-S/.4,289.85	-S/.1,806.46	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Efecto tributario del interés	S/.0.00	S/.428.99	S/.180.65	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>-S/.20,303.61</b>	<b>S/.6,532.47</b>	<b>S/.13,882.11</b>	<b>S/.26,494.15</b>	<b>S/.39,872.21</b>	<b>S/.67,051.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.7. Balance general

El balance general nos va a reflejar el estado patrimonial de la empresa, en un periodo determinado, tal y como se observa en la siguiente tabla, el Balance General proyectado hasta el 31.12.2017. Donde encontramos que 56% del activo total representa el activo corriente es decir que esa parte del activo es lo que se va a convertir en dinero más rápido, por otro lado tenemos a los pasivos no corrientes que representan el 42% del total de pasivos más patrimonio, si bien es un porcentaje significativo es no corriente es decir que vamos a pagarlo a un plazo mayor de 1 año.

Tabla 48. Balance General Proyectado al 31.12.2017

### DULCE MANIA SAC

#### BALANCE GENERAL AL 31.12.2017

Activo		Pasivo	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja y bancos	S/.12,306.07	Cuentas por pagar	S/.0.00
Inventarios	S/.7,585.14	<b>Total Pasivo Corriente</b>	S/.0.00
<b>Total Activo Corriente</b>	S/.19,891.21	<b>Pasivo No corriente</b>	
<b>Activo No Corriente</b>		Préstamos Bancarios	S/.15,000.00
Muebles y enseres	S/.5,380.00	<b>Total Pasivo</b>	<b>S/.15,000.00</b>
Maquinaria y equipo	S/.7,729.00	<b>Patrimonio</b>	
Activos intangibles	S/.2,303.40	Capital	S/.20,303.61
<b>Total Activo No Corriente</b>	S/.15,412.40	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.20,303.61</b>
<b>Total activo</b>	<b>S/.35,303.61</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>S/.35,303.61</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 6. EVALUACIÓN

Para realizar la evaluación tanto económica como financiera es necesario determinar las tasas de descuento que se utilizan para cada uno de ellos.

- Cálculo de Costo Capital Propio (COK) se halla con la siguiente formula:

$$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Tabla 49. Calculo de Costo Capital Propio

<b>Kproy</b>	<b>Costo de capital propio</b>	<b>13.23%</b>	COK - Tasa de Descuento para Capital propio
<b>Rf</b>	Tasa libre de riesgo	2.39%	Se tomó la tasa de bonos de los EEUU a 10 años (Datos macro, 2017)
<b>β</b>	Beta del sector (food)	0.62	Beta del Sector, para empresas en S&P Lima (ICESI, 2016)
<b>Rm – Rf</b>	Prima por riesgo de mercado	14.25%	Es la resta de Rm y Rf
<b>RP</b>	Prima por riesgo país	2.00%	Riesgo País Anual 2016 (BCRP, 2017)
<b>Rm</b>	Rentabilidad del Mercado	16.64%	Índice S&P 500 de los EEUU (Investing,2017)

Fuente: Elaboración propia

- Calculo de Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPK) se halla con la siguiente formula:

$$\frac{D}{D + E} kd(1 - Tx) + \frac{E}{D + E} K_{proy}$$

Tabla 50. Costo Promedio Ponderado de Capital

<b>CPPK</b>	<b>Costo Promedio Ponderado de Capital</b>	<b>22.47%</b>
D	Deuda	S/.15,000.00
E	Capital propio	S/.20,303.61
Kd	Costo de la deuda	38.87%
Tx	Imposición fiscal	10.00%
Kproy	Costo del Capital propio	13.23%

Fuente: Elaboración propia

## 6.1. Evaluación Económica, Paramentos de Medición

Con los flujos de la siguiente tabla, vamos a calcular el VAN y TIR

Tabla 51. Flujo de Caja Económico

AÑO	INGRESOS	COSTOS	Flujo de efectivo	TASA $(1+t)^{-n}$	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0		35,303.61	-35,303.61	1.00		35,303.61
1	243,019.17	226,367.53	16,651.64	0.88	214,633.84	199,927.16
2	258,552.95	234,303.34	24,249.61	0.78	201,680.93	182,765.33
3	275,079.66	248,585.50	26,494.15	0.69	189,509.72	171,257.19
4	292,662.75	252,790.54	39,872.21	0.61	178,073.02	153,812.45
5	336,090.24	264,209.96	71,880.28	0.54	180,611.02	141,983.39
<b>TOTAL</b>	<b>1,405,404.76</b>	<b>1,261,560.48</b>	<b>143,844.28</b>		<b>964,508.53</b>	<b>885,049.13</b>

Fuente: Elaboración propia

Como se sabe el VAN es el valor actual neto de los futuros ingresos y egresos que tendrá nuestro proyecto y para que el proyecto sea viable debe ser mayor a 0.

En la siguiente tabla vemos que nuestra VAN nos salió, S/ 79,459.40 lo cual es mayor a 0 es decir que va a ser rentable, y la TIR es 66.48% que es mayor a nuestra tasa de referencia de 13.23%, es decir nuestro proyecto va a rendir más de lo esperado.

Tabla 52. VANE y TIRE

<b>VAN económico (Valor actual neto)</b>	S/.79,459.40
<b>Tasa de descuento</b>	13.23%
<b>TIR económico (Tasa interna de retorno)</b>	66.48%

Fuente: Elaboración propia

- **Índice Beneficio Costo (B/C)**

Este índice se compara directamente los ingresos y los costos del proyecto, si el índice supera a 1, quiere decir que los beneficios serán más que los costos y por ende el proyecto debe ser

considerado, para ello se divide los valores actuales de los ingresos, sobre los valores actuales de los costos teniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 53. Índice Beneficio Costo

<b>B/C (Beneficio costo)</b>	S/. 964,508.53	= 1.09
	S/. 885,049.13	

Fuente: Elaboración propia

- **Periodo de Recupero de la Inversión (PRI)**

Es un instrumento que nos va a permitir medir el periodo de tiempo que vamos a recuperar nuestro capital, mientras menos sea el tiempo de recupero de la inversión, menos riesgoso es nuestro proyecto.

Tabla 54. Periodo de Recupero de la Inversión

<b>Periodo anterior a la recuperación total</b>	<b>1</b>
<b>Costo no recuperado en el periodo 1</b>	<b>S/.18,651.97</b>
<b>Costo no recuperado/flujo del año siguiente</b>	<b>0.77</b>
<b>Periodo de recuperación anterior + paso anterior</b>	<b>1.77</b>

Fuente: Elaboración propia

En nuestro proyecto vamos a recuperar nuestra inversión en 1.77 años

## 6.2. Evaluación Financiera, Paramentos de Medición

La diferencia entre flujo económico y el financiero es la deuda, y como podemos observar en la siguiente tabla tenemos más ingresos que egresos, sin embargo es conveniente hallar el VAN y TIR para estar seguros que es rentable y poner en marcha el proyecto.

Tabla 55. Flujo de Caja Financiero

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo Económico</b>	-35,303.61	16,651.64	24,249.61	26,494.15	39,872.21	71,880.28
<b>Servicio de Deuda</b>	15,000.00	-10,119.17	-10,367.51	0.00	0.00	0.00
<b>Flujo Financiero</b>	<b>-20,303.61</b>	<b>6,532.47</b>	<b>13,882.11</b>	<b>26,494.15</b>	<b>39,872.21</b>	<b>71,880.28</b>

Fuente: Elaboración propia

Con el mismo procedimiento para hallar los indicadores del flujo de caja económico, vamos a calcular los indicadores para el flujo de caja financiero.

Tabla 56. Flujo de Caja Financiero.

AÑO	INGRESOS	COSTOS	Flujo de efectivo	TASA $(1+t)^{-n}$	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0	15,000.00	35,303.61	-20,303.61	1.00	15,000.00	35,303.61
1	243,448.15	236,915.68	6,532.47	0.82	198,782.41	193,448.46
2	258,733.60	244,851.49	13,882.11	0.67	172,502.65	163,247.19
3	275,079.66	248,585.50	26,494.15	0.54	149,752.09	135,328.80
4	292,662.75	252,790.54	39,872.21	0.44	130,092.83	112,369.05
5	336,090.24	264,209.96	71,880.28	0.36	121,986.92	95,897.34
<b>TOTAL</b>	<b>1,406,014.39</b>	<b>1,282,656.79</b>	<b>138,357.60</b>		<b>788,116.90</b>	<b>735,594.45</b>

Fuente: Elaboración propia.

Calculando el VAN nos salió positivo mayor a 0 con S/ 52,522.45, lo que significa que al finalizar el quinto año de operaciones, el proyecto me pago lo mínimo requerido con la tasa de descuento de 22.47%, por otro lado la TIR es de 79% anual; lo que significa que anualmente me va a rendir esa rentabilidad cuando solo se esperaba el 22.47%, en este caso la decisión de ambos del VAN y TIR son unánime. También observamos que el TIR financiero es mayor que el TIR económico esto se debe al efecto de apalancamiento.



Tabla 57. VANF y TIRF

<b>VAN financiero (Valor actual neto)</b>	S/.52.522.45
<b>Tasa de descuento</b>	22.47%
<b>TIR financiero (Tasa interna de retorno)</b>	79%

Fuente: Elaboración propia

- **Índice Beneficio Costo (B/C) Financiero**

Este indicador también nos demuestra que la empresa es rentable puesto que es mayor que 1, aun cuando se tiene deudas.

Tabla 58. Índice Beneficio Costo Financiero

<b>B/C (Beneficio costo)</b>	S/.788,116.90	= 1.07
	S/.735,594.45	

Fuente: Elaboración propia

- **Periodo de Recupero de la Inversión (PRI) Financiero**

En comparación al periodo de recupero de la inversión del flujo de caja económico, en el financiero tardaremos un año más en recuperar la inversión, siendo un 2.56 años para recuperarlo.

Tabla 59. Periodo de Recupero de la Inversión Financiero

<b>Periodo anterior a la recuperación total</b>	2
<b>Costo no recuperado en el periodo 2</b>	S/.14,889.04
<b>Costo no recuperado/flujo del año siguiente</b>	0.63
<b>Periodo de recuperación anterior + paso anterior</b>	<b>2.63</b>

Fuente: Elaboración propia

### **6.3. Evaluación Social**

Dulce Maniac S.A.C. empresa productora y comercializadora de cupcakes el principal objetivo que cumple con la sociedad es:

Generar trabajo para el bienestar de la comunidad que nos rodea.

No genera ningún conflicto social ya que la compra de insumos, se compra a empresas que siguen un estándar de calidad adecuado, sin comprometer los recursos de generaciones futuras.

Además es un ambiente donde se promueve la inclusión social, y la integración entre la empresa y los consumidores a través del servicio que se da.

Generar una responsabilidad social en todo el equipo de trabajo, cada trimestre realizar un evento que involucre el apoyo social.

### **6.4. Impacto Ambiental**

Dulce Maniac S.A.C. está comprometida con la sustentabilidad del medio ambiente para esto tiene como objetivo minimizar los impactos ambientales generados en los procesos de producción y servicios.

Si bien no se genera un impacto ambiental significativo en la producción, ya que la producción es sin contaminantes ni preservantes y elaborado con tecnología adecuada.

Hay que tener un extremo cuidado con los residuos sólidos que quede en la producción, minimizar mermas y sacar los residuos que se acumulen, cada vez que el tacho de basura esté a punto de llenarse, y así evitamos la proliferación de plagas y los malos olores debido a la descomposición (manejo de residuos sólidos).

En lo que involucra la comercialización, hay que tener un uso adecuado del plástico y cajas, que se usa como empaque, solo usarlo cuando es necesario.

La reducción de energía eléctrica y consumo de agua también es indispensable en nuestro compromiso, tenemos que minimizarlos para contribuir con la conservación del ambiente.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. CONCLUSIONES

De lo que se ha podido investigar y concluir es que el plan de negocios es rentable y viable debido a las siguientes razones:

1. Que el marco legal otorga ventajas tributarias y laborales que permiten reducir costos en beneficios sociales de los trabajadores e impuesto a la renta lo que significa que puedo rentabilizar más el negocio.
2. Que la ubicación de mi local hace factible que mis clientes encuentren más fácilmente mi negocio por lo estratégicamente ubicado en una avenida principal de alta concurrencia y comercial.
3. Que se ha podido determinar que en el aspecto cuantitativo la oferta del producto hay mucha competencia lo que permite calcular la capacidad productiva de nuestra empresa, lo que estaría cubriendo un 20% de la oferta en el sector de pastelería.
4. Que una de las grandes ventajas comparativas es que el producto que se pretende ofrecer es innovador y aporta un valor nutricional para el consumidor lo que implica explotar un mercado insatisfecho.
5. Las proyecciones de la demanda que hemos establecido es que crece dependiendo del poder adquisitivo de los consumidores en un promedio de 4% anual lo que significa que nuestras ventas crecerán en un 4%.
6. Un aspecto a considerar sensible para lograr nuestras ventajas en el mercado, es que la capacidad productiva puede aumentar el 100% por que se estaría aprovechando economía de escala debido a que la contratación de materiales y humanos permite afrontar con éxito la demanda insatisfecha.

7. En cuanto al capital de trabajo el plan de negocio considera que dada la rotación de ventas permite recuperarlo en 1 año, 9 meses y 7 días.
8. En las fuentes de financiamiento, se ha considerado que el financiamiento propio en 57.51% y de la financiera es de 42.49%, lo que permite rentabilizar el negocio.
9. En el plan se ha considerado un presupuesto de ventas de S/.243,019.17 que al haberse determinado el monto mínimo de ventas se logra el punto de equilibrio en 37,728 unidades.
10. Se ha podido determinar en el estado de pérdidas y ganancias que las utilidades antes de impuestos ascienden a S/.11,860.17.
11. En la evaluación económica se ha podido determinar que el negocio es rentable por que el TIRE es de 64.84%, el VANE es de S/.79,459.40 y el B/C es de 1.09, con una tasa de descuento de 13.23%
12. Cabe señalar, que la tasa de descuento se ha calculado por medio del costo de oportunidad de capital al haberse identificado: bonos del tesoro de EEUU, beta del sector, rendimiento de dividendos de acciones de S&P 500 e índice del riesgo país.
13. En la evaluación social, se tiene que la empresa impacta con sus productos y servicios coberturando a 180,970 clientes en 5 años de operaciones de la empresa, asimismo, los proveedores, mano de obra, administrador y capitalistas se benefician con sus pagos, sueldos y dividendos. respectivamente, cuyos ingresos servirán para cubrir sus gastos de alimentación, vestido, vivienda y educación.
14. En la evaluación ambiental el plan considera planes de manejo de residuos sólidos que consiste en, minimizar las mermas, utilizándolo en productos secundarios, y sacar la

basura antes de llenar el tacho evitándonos plagas y contaminación, que impactará positivamente en el uso sostenible de los recursos.

## 7.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que para los que recién inicia un negocio, se acojan al régimen Mype, porque se puede aprovechar las ventajas y beneficios que ofrece ese marco legal lo que permite ahorrar costos en impuestos tributarios y tener la flexibilidad de contratar y descontratar personal, sin que se perjudique la empresa.
2. Se recomienda que el lugar óptimo para poner tu negocio, sea un lugar estratégico no solo en el sentido que haya más comercio, sino que también te facilite en la reducción de costos.
3. Realizar estudios de benchmarking a nuestros competidores directos, para saber que estamos haciendo mal, que mejorar y que implementar.
4. Se sugiere que las encuestas sean ejecutadas de manera cuidadosa, ya que estas tienen un impacto significativo en las proyecciones de las futuras ventas e ingresos.
5. Se recomienda ampliar las zonas de distribución via delivery del producto, para abarcar un mercado más amplio.
6. La capacidad instalada debe ser del tamaño y hasta un poco más que de la producción esperada, para poder abarcar la demanda proyectada y no esperada.
7. El capital de trabajo, solo debe ser financiado cuando se requiere y siempre debe ser en menor o igual proporción que el capital propio, ya que si es mayor tu negocio sería del banco y no tuyo.
8. Si recién estamos empezando como empresa y no tenemos un histórico crediticio, se sugiere que si pensamos financiarnos por un banco, busquemos un aval quien pueda afrontar esa responsabilidad, ya que es conveniente financiarse con bancos porque los bancos tienen una menor tasa de interés que las cajas y financieras.

9. Para realizar una buena distribución de costos, se debe realizar previamente un buen estudio técnico de la producción.
10. Para poder determinar si el proyecto es viable o no, es necesario realizar las mediciones económica y financiera como TIR, VAN y B/C.
11. Se recomienda considerar fuentes externas sobre la evaluación social, que no esté vinculado con las operaciones del negocio.
12. Se recomienda que se haga una evaluación ambiental constantemente en la empresa, para saber si se está haciendo un buen trabajo con la contribución al cuidado del medio ambiente, y si no es así, tomar medidas correctivas.



## REFERENCIAS

1. Actualidad Empresarial (2013). ¿Cuáles son las Responsabilidades de los Directores y Gerentes de Personas Jurídicas? Obtenido de [http://aempresarial.com/servicios/revista/287\\_41\\_PDHDNJEUYWVCZFJAFUILJJZAXXIVCHLRLTVYDASBWODWTNWZHF.pdf](http://aempresarial.com/servicios/revista/287_41_PDHDNJEUYWVCZFJAFUILJJZAXXIVCHLRLTVYDASBWODWTNWZHF.pdf)
2. APEIM (2016) Niveles Socio Económicos 2016. Obtenido de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>
3. BCRP (2017) Indicadores de Riesgo País. Obtenido de [www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/Cuadros-Estadisticos/NC\\_037.xls](http://www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/Cuadros-Estadisticos/NC_037.xls)
4. BCRP (2017) Reporte de Inflación Marzo 2017. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2017.pdf>
5. Corporación Asesoría Económica & Marketing (s.f.) Calculo de la muestra. Obtenido de [http://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php)
6. CPI (2012). Estudio sobre consumo de dulces. Obtenido de [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/201206\\_Productos\\_UsoPersonal\\_31lineas.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/201206_Productos_UsoPersonal_31lineas.pdf)
7. Datosmacro (2017). Bonos de los EEUU a 10 años. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/bono/usa>
8. Destino Negocios (2015). Contratos Laborales. Obtenido de <http://destinonegocio.com/pe/gestion-pe/tipos-de-contratos-de-trabajo/>

9. DIARIO EL PERUANO (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/download/full/0MYB2QxN4EN9Z0bBmgtjmn>
10. DIARIO EL PERUANO (2008). Texto Único Ordenado de Promoción de la Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-promocion-de-la-competitiv-resolucion-suprema-n-007-2008-tr-259023-1/>
11. DIARIO EL PERUANO (2013). Ley que modifica varias leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/download/full/AOc70YRhqesBf0yXjxwd2->
12. El Correo (2016) Lara Esteverena: “El Peruano busca calidad, sofisticación y ser tendencia. Obtenido de <http://diariocorreo.pe/miscelanea/lara-esteverena-el-peruano-busca-calidad-sofisticacion-y-ser-tendencia-715211/>
13. Financiera ProEmpresa (2017). Crédito Pro Capital. Obtenido de <https://www.proempresa.com.pe/contenido.aspx?region=creditos&page=pro-capital&view=info>
14. GESTION (2017). Radiografía de la Vida Sana: El perfil de la vida sana. Obtenido de <http://gestion.pe/tendencias/radiografia-vida-sana-perfil-peruano-saludable-2160143>
15. Gestión (2016). inflación superara el rango meta del BCR este año. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/bcr-elevo-su-proyeccion-inflacion-2017-2177352>
16. GETLEGAL (2017). Contratos Comerciales. Obtenido de <http://espanol.getlegal.com/legal-info-center/contratos-comerciales/>

17. ICESI (2016). Betas por Sector. Obtenido de [http://www.icesi.edu.co/departamentos/finanzas\\_contabilidad/betas\\_colombia.php](http://www.icesi.edu.co/departamentos/finanzas_contabilidad/betas_colombia.php)
18. INDECOPI (2017). Clasificación Internacional de Productos y Servicios. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20795/0/TitulosClasificacionNiza2017.pdf/2ac6ef66-96c8-4d8b-8656-57d749103fa8>
19. INDECOPI (2017). Requisitos para el Registro de Marcas y Otros. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
20. INEI (2016). Estructura Empresarial. Obtenido de [http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1382/index.html](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1382/index.html)
21. INEI (2016) Producción de harina varios. Obtenido de <http://webinei.inei.gob.pe:8080/sirtod-series/>
22. INEI (2016) Producción de pasteles. Obtenido de <http://webinei.inei.gob.pe:8080/sirtod-series/>
23. INEI (2017) Producción Nacional enero 2017. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03\\_produccion-nacional-ene2017.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_produccion-nacional-ene2017.pdf)
24. INEI (s.f.) Peru: Estimaciones y Proyecciones de población total, por años calendario y edades simples, 1950 – 2050. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/principales\\_indicadores/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/libro.pdf)
25. INEI (S.F.) Proyección de la Población según rangos de edades. Obtenido de <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

26. INEI (s.f.) Proyecciones Departamentales de la Poblacion 1995 – 2015. Obtenido de [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0015/cap-52.htm](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0015/cap-52.htm)
27. INEI. (2016). CODIFICACION CIUU. Obtenido de [http://proyectos.inei.gov.pe/ciiu/frm\\_lista\\_notas.asp?wc\\_cod=4630](http://proyectos.inei.gov.pe/ciiu/frm_lista_notas.asp?wc_cod=4630)
28. Investing ( 2017). Retorno a un año S&P 500. Obtenido de <https://es.investing.com/indices/us-spx-500>
29. MINTRA (2017). Modalidades de Contratos Laborales. Obtenido de [http://www.trabajo.gov.pe/boletin/boletin\\_2\\_1.html](http://www.trabajo.gov.pe/boletin/boletin_2_1.html)
30. Municipalidad San Juan de Lurigancho (2017). TUPA. Obtenido de <http://munisjl.gov.pe/transparencia/normas/tupa-2009-actualizado-2014.pdf>
31. Observatorio de Seguridad Alimentaria (2015). Consumo Anual Promedio de Productos de la Panadería. Obtenido de <http://www.observatorioseguridadalimentaria.org/content/per%C3%BA-consumo-c%C3%A1pita-anual-promedio-de-productos-de-la-panader%C3%ADa-2009>
32. Peru21 (2014). El dulce negocio de los Cupcakes. obtenido de <http://peru21.pe/emprendedores/dulce-negocio-cupcakes-2186093>
33. Peru21 (2015). Crece Poder Adquisitivo. Obtenido de <http://peru21.pe/economia/arellano-marketing-crece-poder-adquisitivo-clase-media-2226107>
34. PROINVERSION (2017). Cuadro Comparativo de Sociedades. Obtenido de <http://www.proinversion.gov.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>

35. SUNAT (2017). Impuesto a Pagar del Régimen MYPE Tributario. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6829-05-impuestos-a-pagar>.
36. SUNAT (2017). Inscripción al RUC. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
37. SUNAT (2017). Libros Contables del RMT. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6830-06-sdasdasd>
38. SUNAT (2017). PLAME. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame/3228-01-concepto-pdt-plame>
39. UNALM (2014) Semillas de Chía. Obtenido de <http://www.lamolina.edu.pe/Gaceta/edicion2014/notas/nota001.htm>

## ANEXOS

## CONSTITUCIÓN DE DULCE MANIAC S.A.C.

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE, TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DE IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, QUE OTORGAN:

- A. VANESA NADITH ESTELA CAMPOS DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: BACILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 71942814, ESTADO CIVIL: SOLTERA.
- B. STHEFANIE XIMENA TORRES CAMPOS DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ESTUDIANTE DE ADMINISTRACION, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD:72916203, ESTADO CIVIL:SOLTERA.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO LIMA, EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE DULCEMANIAC S.A.C.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE DM S.A.C.

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/ 20 367.86 ( VEINTE MIL Y 00/100 SOLES), DIVIDIDO EN 20 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1018.39 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. VANESA NADITH ESTELA CAMPOS  
SUSCRIBE 15 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 15 000.00 LOS CUALES SON EFECTUADOS DE LA SIGUIENTE MANERA:  
S/15 000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. STHEFANIE XIMENA TORRES CAMPOS  
SUSCRIBE 5 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 5367.86 LOS CUALES SON EFECTUADOS DE LA SIGUIENTE MANERA:  
S/ 5367.86 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES -LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA "LEY".

## ESTATUTO

**ARTICULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: DULCEMANIAC S.A.C.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE DM S.A.C.

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN LA PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.-** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUPCAKES DE HARINA DE CHIA SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

**ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/20 000.00 (VEINTE MIL Y 00/100 SOLES), REPRESENTADO POR 20 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1000.00 CADA UNA INTEGRAMENTE SUSCRITAS Y TOTALMENTE PAGADAS

**ARTICULO 4°.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PÁRRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA "LEY".

**ARTICULO 5°.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.
- B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

**ARTICULO 6°.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL RT. 245° DE LA "LEY".



EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7º.-** JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

**ARTICULO 8º.-** LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES. SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY Nº 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.
- C) ORDENAR PAGOS, COBRAR LAS CANTIDADES QUE SE ADEUDEN A LA SOCIEDAD Y EXIGIR LA ENTREGA DE LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES, QUE LE PERTENEZCAN O CUYA POSESIÓN CORRESPONDA A LA SOCIEDAD Y OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES. ORDENAR, EFECTUAR Y RECIBIR PAGOS EN EFECTIVO Y/O CON OTROS MEDIOS DE PAGO, INCLUSIVE CON TÍTULOS VALORES; Y OTORGAR LOS RESPECTIVOS RECIBOS Y CANCELACIONES. CELEBRAR TODO TIPO DE CONTRATOS BANCARIOS, Y REALIZAR CUALQUIER OPERACIÓN BANCARIA, INCLUYENDO APERTURA Y/O CIERRE DE CUENTAS CORRIENTES, CUENTAS A PLAZO, CUENTAS DE AHORRO, CUENTAS DE CUSTODIA Y/O DEPÓSITOS DE CUALQUIER NATURALEZA, PUDIENDO DEPOSITAR O RETIRAR FONDOS; ALQUILAR, RETIRAR Y CERRAR CAJAS DE SEGURIDAD; SOLICITAR Y CONTRATAR CARTAS FIANZA O FIANZAS BANCARIAS; CELEBRAR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO O "LEASING", "LEASE BACK", FIDEICOMISO, COMISIÓN DE CONFIANZA, "FACTORING", UNDERWRITING, ESCROW ACCOUNT, CRÉDITO EN CUENTA CORRIENTE, CRÉDITO DOCUMENTARIO Y CARTAS DE CRÉDITO, TARJETAS DE CRÉDITO, ADVANCE ACCOUNT, ADELANTO EN CUENTA CORRIENTE, MUTUOS DINERARIOS EN TODAS SUS MODALIDADES, DESCUENTOS,

ANTICIPOS, EN FORMA INDIVIDUAL Y/O MEDIANTE LÍNEAS DE CRÉDITO, PUDIENDO OBSERVAR ESTADOS DE CUENTA CORRIENTE, ASÍ COMO SOLICITAR INFORMACIÓN SOBRE LAS OPERACIONES REALIZADAS EN SUS CUENTAS Y/O DEPOSITOS. GIRAR CHEQUES, CONTRA LOS FONDOS DE LA SOCIEDAD O EN SOBREGIRO, A FAVOR DE TERCEROS O DE SÍ MISMO; ENDOSAR CHEQUES A FAVOR DE TERCEROS O DE SÍ MISMO, INCLUSO PARA ABONO EN CUENTA DE LA SOCIEDAD; Y COBRAR CHEQUES. GIRAR, EMITIR, ACEPTAR, ENDOSAR, COBRAR, AVALAR, AFIANZAR, RENOVAR, INCLUIR CLÁUSULAS DE PRÓRROGA Y/O DESCONTAR LETRAS DE CAMBIO, PAGARÉS, FACTURAS CONFORMADAS, TÍTULOS DE CRÉDITO HIPOTECARIO NEGOCIABLE, Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.

D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL, OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTICULO 9º.-** MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

**ARTICULO 10º.-** ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

**ARTICULO 11º.-** DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º AL 422º DE LA "LEY".

**CUARTO.-** QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: VANESA NADITH ESTELA CAMPOS IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD 71942814

LIMA, 03 DE MARZO DEL 2017.

ENCUESTA A LA POBLACION DE SAN  
JUAN DE LURIGANCHO SOBRE EL

CONSUMO DE CUPCAKES DE HARINA DE  
CHIA

Instrucciones:

Estimados señores: esta encuesta se está realizando con fines de estudios académicos, para conocer sus opiniones e intereses, acerca de algunos aspectos relacionados al consumo y preferencias sobre cupcakes hechos de harina de Chia. Este es una encuesta anónimo, por favor no escriba su nombre ni sus apellidos, por lo tanto, todo dato que se obtenga de este instrumento es totalmente confidencial.

---

1. Sexo: F\_ M\_
2. Edad:
  - a. Entre 15 a 20 años
  - b. Entre 21 a 25 años
  - c. Entre 26 a 30 años
  - d. Entre 31 a 35 años
  - e. Entre 36 a 40 años
  - f. Entre 41 a 45 años
  - g. Entre 46 a 54 años
3. ¿Conoce los Cupcakes?
  - a. Si
  - b. No
4. Si tu respuesta fuera “No” ¿Te gustaría probarlos?
  - a. Si
  - b. No
5. ¿Te gustaría que estos beneficiaran a tu nutrición, siendo hechos de harina de chíá?
  - a. Si
  - b. No
6. ¿Compraría para usted o para regalar?
  - a. Para mí
  - b. Para regalar
  - c. Ambos
7. ¿Qué presentación de Cupcakes compraría?
  - a. Cobertura (frosting)
  - b. Personalizado (Masa Elástica)
  - c. Ambos
8. ¿Con que frecuencia compraría Cupcakes?
  - a. Semanal
  - b. Mensual
  - c. Semestral
  - d. Anual
9. ¿Con que bebida te gustaría acompañarlo?
  - a. Frappuchino
  - b. Milkshake
  - c. Infusions
  - d. Ice tea (té helado)
10. ¿Hasta cuanto pagarías por un Cupcake?
  - a. S/ 4.00
  - b. S/ 5.00
  - c. S/ 6.00
  - d. más de S/ 6.00
11. ¿Le gustaría que se lo envíen por delivery?
  - a. Si
  - b. No
12. ¿Lo has encontrado en tu distrito?
  - a. Si
  - b. No
13. Si tuvieras que elegir entre estos dulces ¿Cuál elegirías?
  - a. Cupcakes
  - b. Alfajores
  - c. Chocolate

## **CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por el señor (2) .....con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO:** EL EMPLEADOR (4) .....requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

**SEGUNDO:** Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

**TERCERO:** El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde el .....del 2017, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el ....de .....del 2013, fecha en que termina el contrato.

**CUARTO:** EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el .....de ..... del 2017 y concluye el.....de.....del 2017.

**QUINTO:** EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas.

**SEXTO:** EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

**SETIMO:** EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

**OCTAVO:** Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

**NOVENO:** Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2017.

-----  
**EL EMPLEADOR**

-----  
**EL TRABAJADOR**

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el nombre del representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación del uso de esta modalidad.
- (5) Indicar el cargo del trabajador

DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.

## CONTRATO DE TRABAJO TEMPORAL POR NECESIDAD DEL MERCADO

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por Necesidad de Mercado”, que celebran al amparo del Art. 58 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D.S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con RUC N° .....y domicilio fiscal en....., debidamente representada por el señor (2)....., con DNI N° ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3)..... con DNI N° .....domiciliado en ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO:** EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades de recursos humanos con el objeto de atender incrementos de la producción originados por la variación de la demanda en el mercado (4)

**SEGUNDO:** Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

**TERCERO:** El presente contrato tiene un plazo de duración de.....(Máximo cinco años), el mismo que regirá a partir del .....de.....del 2017 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores hasta el.....de..... del 2017, fecha en que terminará el contrato.

**CUARTO:** EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el .....de ...del 2017 y concluye el .....de.....del 2017.

**QUINTO:** EL TRABAJADOR observara el horario de trabajo siguiente: De lunes a ..... de .....horas a ..... horas.

**SEXTO:** EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D.S. N° 003-97-TR.

**SETIMO:** EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten aplicables.

**OCTAVO:** Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

**NOVENO:** Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el Texto Único Ordenado del D.Leg. N° 728 aprobado por D.S. N° 003-97-TR - Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conformes con todas las cláusulas del presente contrato, firman las partes por triplicado, a los ..... días del mes de ..... del año 2017.

-----  
**EL EMPLEADOR**

-----  
**EL TRABAJADOR**

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el nombre del representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación de la contratación bajo esta modalidad.
- (5) Indicar el cargo del trabajador

#### **DEBEMOS TENER EN CUENTA**

- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.

## MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO EN REGIMEN DE TIEMPO PARCIAL

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo en Régimen de Tiempo Parcial a Plazo Fijo que celebran, al amparo del Art. 4 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y DS.001-96-TR art. 13 que por una parte la empresa (1).....con R.U.C N°.....y domicilio fiscal en....., debidamente representada por el señor (2)....., con D.N.I. N°....., según poder inscrito en la partida Registral No. Del Registro de Personas Jurídicas de .....que en adelante se llamará simplemente EL EMPLEADOR, y de otra parte el señor (3)....., con D.N.I. N°....., con domicilio en....., que en adelante simplemente se le llamará EL TRABAJADOR, en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO:** EL EMPLEADOR es una empresa dedicada a (4).....por necesidades propias de su actividad requiere contratar personal en régimen de tiempo parcial a plazo fijo.

**SEGUNDO:** Por el presente documento, EL EMPLEADOR contrata bajo la modalidad descrita en la cláusula anterior los servicios de EL TRABAJADOR para que desempeñe el cargo de (5).....

**TERCERO:** El plazo de duración del contrato será de.....meses el mismo que registró a partir del.....de.....del año 2017 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el....de.....del año 2017...., fecha en que terminará el contrato.

**CUARTO:** EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a....., de.....horas a.....horas.

**QUINTO:** Se entiende que por la modalidad del contrato, EL TRABAJADOR solo tendrá derecho a los beneficios de gratificaciones y asignación familiar, este último cuando corresponda.

**SEXTO:** EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.



**SETIMO:** EL EMPLEADOR abonará a EL TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración, de la cual se deducirán las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que resulten aplicables.

**OCTAVO:** Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera.

Conforme con todas las cláusulas, firman las partes, en triplicado, a los.....días del mes de.....del año 2017

-----  
EMPLEADOR

-----  
TRABAJADOR

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa
- (5) Indicar el cargo que desempeñara el trabajador