



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**VENTA DE POSTRES Y DULCES TRADICIONALES  
PERUANOS EN EL DISTRITO DE BARRANCO**

**PRESENTADO POR  
PATRICIA GERALDINE DELGADO PICAZA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2019**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor 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/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS  
HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**Venta de postres y dulces tradicionales  
peruanos en el distrito de Barranco**

**Presentado por:**

**Bachiller: Patricia Geraldine Delgado Picaza**

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

**Lima - Perú**

2019

## **DEDICATORIA**

*A mis padres por haberme apoyado en todo momento, por su amor, sus consejos, su comprensión, y la gran motivación que seguir adelante a mi hijita Fabiana, que están siempre a mi lado y poder llegar hasta este momento siendo una persona de bien.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero agradecer en primer lugar a Dios y la Virgen Guadalupe por su infinito amor, bondad y guía en camino a seguir adelante y por haberme brindado salud. De igual manera a mis padres, hermana y principalmente a mi pequeña hijita por su amor, sus valores y apoyo incondicional en todo momento. Finalmente a todas las personas que participaron en la elaboración del presente plan de negocios. A todos ustedes muchas gracias.*



## Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	13
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	15
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	16
<b>2.1. Nombre o razón social</b> .....	16
<b>2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)</b> .....	16
<b>2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial</b> .....	17
2.3.1 Ubicación.....	17
2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial.....	21
<b>2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha</b> .....	23
2.4.1 Objetivos Generales y Específicos.....	23
2.4.2 Misión .....	23
2.4.3 Visión.....	23
2.4.4 Valores .....	24
2.4.5 Principios.....	25
2.4.6 Cultura Organizacional y Políticas.....	26
<b>2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.</b> .....	27
<b>2.6 Estructura Orgánica</b> .....	29
<b>2.7 Cuadro de asignación de personal</b> .....	31
<b>2.8 Forma Jurídica Empresarial</b> .....	36
<b>2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI</b> .....	37
<b>2.10 Requisitos y Trámites Municipales</b> .....	38
<b>2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades</b> .....	39
<b>2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)</b> .....	41
<b>2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.</b> .....	42
2.13.1 Régimen Especial Laboral .....	42
2.13.2 Beneficios: .....	42
<b>2.14 Modalidades de Contratos Laborales.</b> .....	43
2.14.1 Principales Modalidades de Contratos.....	44
2.14.2 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas. ...	46
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	49
<b>3.1 Descripción del Entorno del Mercado</b> .....	49
3.1.1 Macro entorno.....	49

3.1.2	Análisis FODA .....	54
3.1.3	Micro entorno .....	58
<b>3.2</b>	<b>Ámbito de acción del negocio</b> .....	<b>63</b>
<b>3.3</b>	<b>Cadena de Valor</b> .....	<b>63</b>
3.3.1	Perfil Estratégico de la Empresa.....	65
<b>3.4</b>	<b>Descripción del bien o del servicio</b> .....	<b>66</b>
3.4.1	Definición de Nuestros Postres.....	66
3.4.2	Composición .....	75
<b>3.5</b>	<b>Estudio de la demanda</b> .....	<b>77</b>
3.5.1	Tendencia del Consumidor.....	77
3.5.2	Segmento de Mercado.....	79
3.5.3	Muestra .....	84
<b>3.6</b>	<b>Estudio de la oferta</b> .....	<b>85</b>
3.6.1	Mercado de Postres .....	85
3.6.2	Precios en el Mercado .....	85
<b>3.7</b>	<b>Determinación de la Demanda Insatisfecha</b> .....	<b>87</b>
3.7.1	Resultado de sondeo .....	90
<b>3.8</b>	<b>Proyecciones y provisiones para comercializar</b> .....	<b>101</b>
<b>3.9</b>	<b>Descripción de la política comercial</b> .....	<b>104</b>
<b>3.10</b>	<b>Estrategia de Ventas y Distribución</b> .....	<b>105</b>
3.10.1	Del producto.....	105
3.10.2	Estrategia del precio .....	106
3.10.3	Canal de distribución.....	107
3.10.4	Promoción.....	107
<b>3.11</b>	<b>Cuadro de la demanda proyectada para el negocio</b> .....	<b>113</b>
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>115</b>
<b>4.1</b>	<b>Tamaño del negocio, Factores determinantes</b> .....	<b>115</b>
4.1.1.	Especificaciones Técnicas Del Producto .....	116
<b>4.2</b>	<b>Proceso y Tecnología</b> .....	<b>138</b>
I.	Proceso De Compra. ....	138
II.	Proceso De Fabrica Control De Produccion.....	141
III.	Fabricación U Operación.....	142
IV.	Maquinarias Y Herramientas.....	148
4.2.1	Descripción y diagrama de los procesos.....	152

4.2.2	Capacidad instalada y operativa.....	157
4.2.3	Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos 158	
4.2.4	Infraestructura y características físicas.....	164
<b>4.3</b>	<b>Localización del negocio, Factores determinantes.....</b>	<b>164</b>
5.	ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	167
<b>5.1.</b>	<b>Inversión Fija.....</b>	<b>167</b>
5.1.1.	Inversión Tangible.....	167
5.1.2.	Inversión Intangible.....	169
<b>5.2.</b>	<b>Capital de Trabajo.....</b>	<b>170</b>
<b>5.3.</b>	<b>Inversión Total.....</b>	<b>175</b>
<b>5.4.</b>	<b>Estructura de la inversión y financiamiento.....</b>	<b>175</b>
<b>5.5.</b>	<b>Fuentes Financieras.....</b>	<b>176</b>
<b>I.</b>	<b>Condiciones de Crédito.....</b>	<b>177</b>
6.	ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	179
<b>6.1</b>	<b>Presupuesto de los costos.....</b>	<b>179</b>
<b>6.2</b>	<b>Punto de equilibrio.....</b>	<b>189</b>
<b>6.3</b>	<b>Estado de ganancias y pérdidas.....</b>	<b>192</b>
<b>6.4</b>	<b>Presupuesto de ingresos.....</b>	<b>193</b>
<b>6.5</b>	<b>Presupuesto De Egresos.....</b>	<b>194</b>
<b>6.6</b>	<b>Flujo de Caja proyectado.....</b>	<b>197</b>
<b>6.7</b>	<b>Balance general.....</b>	<b>199</b>
7.	EVALUACIÓN.....	200
<b>7.1.</b>	<b>Evaluación Económica, Parámetros De Medición.....</b>	<b>200</b>
<b>7.2.</b>	<b>Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....</b>	<b>200</b>
<b>7.3.</b>	<b>Evaluación Social.....</b>	<b>201</b>
<b>7.4.</b>	<b>Impacto Ambiental.....</b>	<b>201</b>
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	203
<b>8.1.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>203</b>
<b>8.2.</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>205</b>
	Referencias Bibliográficas.....	206
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>207</b>
	<b>ANEXO N° 01: Formato de solicitud de reserva de nombre.....</b>	<b>208</b>
	<b>ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta.....</b>	<b>209</b>

<b>ANEXO N° 03: Solicitud de registro de marca .....</b>	<b>215</b>
<b>ANEXO N° 04: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad .....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXO N° 05: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente” .....</b>	<b>218</b>

## Índice De Tablas

Tabla 1: Razón social y nombre comercial.....	16
Tabla 2: Código CIU.....	16
Tabla 3: Distritos tentativos para la localización del proyecto .....	17
Tabla 4: Método de factores ponderados para la localización del proyecto .....	18
Tabla 5: Puntuación .....	18
Tabla 6: Costo del alquiler y pago de servicios .....	19
Tabla 7: Ley N <sup>a</sup> 30056 .....	28
Tabla 8: Perfil y funciones del Gerente General.....	31
Tabla 9: Perfil y funciones del Jefe Repostero .....	31
Tabla 10: Perfil y funciones de Cajera .....	32
Tabla 11: Perfil y funciones del Mozo .....	32
Tabla 12: Perfil y funciones de Asistente Logística.....	33
Tabla 13: Perfil y funciones de Asistente Comercial .....	34
Tabla 14: Perfil y funciones de Contador .....	34
Tabla 15: Cuadro de trabajadores en planilla .....	35
Tabla 16: Propuesta de Sueldos .....	35
Tabla 17: Forma jurídica empresarial de la empresa Mi Dulce Limeñita .....	36
Tabla 18: Aporte de Socios .....	37
Tabla 19: Requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario .....	39
Tabla 20: Impuestos a pagar - régimen MYPE tributario.....	40
Tabla 21: Renta neta anual .....	41
Tabla 22: Matriz FI .....	55
Tabla 23: Puntuación Matriz FI.....	55
Tabla 24: Matriz FE .....	56
Tabla 25: Puntuación Matriz FE.....	56
Tabla 26: Matriz FODA .....	57
Tabla 27: Productos Sustitutos .....	61
Tabla 28: Proveedores De Insumos.....	62
Tabla 29: Perfil Estratégico “Mi Dulce Limeñita” .....	65
Tabla 30: Ingredientes Postres I.....	75
Tabla 31: Ingredientes Postres II .....	75
Tabla 32: Ingredientes Postre III.....	76
Tabla 33: Ingredientes de Postres IV .....	76
Tabla 34: Ingredientes de Postres V.....	77
Tabla 35: Competidores .....	85
Tabla 36: Precios Postres "Mi Dulce Limeñita" .....	86
Tabla 37: Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	87
Tabla 38: Consumo Per cápita de los Postres “Mi Dulce Limeñita” .....	88
Tabla 39: Calculo de la Demanda Potencial.....	88
Tabla 40: Ventas de alimentos envasados en servicios de alimentos por categoría: Volumen 2014-2018 .....	101
Tabla 41: Demanda de helados y postres en toneladas en los años 2014-2018 .....	101
Tabla 42: Aplicación del método de mínimos cuadrados.....	102

Tabla 43: Calculo de las variables a y b .....	102
Tabla 44. Proyección de Demanda de helados y postres en toneladas en los años 2014-2018 .....	103
Tabla 45: Proyección de Ventas .....	103
Tabla 46: Ventajas del Marketing digital para Mi Dulce Limeñita .....	109
Tabla 47: Demanda proyectada kilogramos .....	113
Tabla 48: Almacenamiento de Materia Prima .....	126
Tabla 49: Almacenamiento de Utensilios.....	132
Tabla 50: Proveedores .....	133
Tabla 51: Verificación De Compra.....	141
Tabla 52: Diagrama de Gantt del proceso de compra del producto .....	155
Tabla 53: Diagrama de Gantt del proceso de producción.....	155
Tabla 54: Diagrama de Gantt del proceso de venta .....	156
Tabla 55: Capacidad Operativa de la empresa.....	157
Tabla 56: Equipos y Maquinas .....	158
Tabla 57: Sueldos de Personal I.....	159
Tabla 58: Sueldos Personal II.....	159
Tabla 59: Personal Externo.....	159
Tabla 60: Distritos para localización del proyecto.....	165
Tabla 61: Método de factores ponderados para la localización del proyecto .....	165
Tabla 62: Puntuación.....	165
Tabla 63. Inversión Tangible.....	167
Tabla 64 : Inversión muebles y enseres.....	168
Tabla 65: Inversión de Equipos .....	168
Tabla 66. Inversion Intangible .....	169
Tabla 67: Capital de trabajo.....	170
Tabla 68. Inversion Total .....	175
Tabla 69. Estructura de la inversión y financiamiento .....	175
Tabla 70. Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro empresas .....	176
Tabla 71. Condiciones de crédito.....	177
Tabla 72. Cronograma de Pagos .....	177
Tabla 73. Costos De Frejol Colado .....	179
Tabla 74. Costos De Alfajor .....	179
Tabla 75. Costos De Arroz Con Leche.....	180
Tabla 76. Costos De Suspiro Limeña.....	180
Tabla 77. Costos De Mazamorra Morada.....	180
Tabla 78. Costos De Empanada .....	181
Tabla 79. Costos De TurroneS .....	181
Tabla 80. Costos De Churros.....	182
Tabla 81. Costos De Manchado De Membrillo .....	182
Tabla 82. Costos De Mazamorra De Calabaza .....	182
Tabla 83. Costos De Mousse Chocolate.....	183
Tabla 84. Costos De Crema Volteada .....	183
Tabla 85. Costos De Mazamorra De Cochino .....	183
Tabla 86. Costos De Arroz Zambito .....	184

Tabla 87. Costos De Acuñas.....	184
Tabla 88. Costos De Helado Camú Camú .....	184
Tabla 89. Costos de Camotillo.....	185
Tabla 90. Costos De Sanguito .....	185
Tabla 91. Costos De Voladores .....	185
Tabla 92. Costos De Guangueros.....	186
Tabla 93. Presupuesto De Materiales Indirectos.....	186
Tabla 94. Presupuesto de gasto de personal .....	187
Tabla 95. Presupuesto de mano de obra directa.....	187
Tabla 96. Gastos Fijos .....	187
Tabla 97. Presupuesto de gastos administrativos.....	188
Tabla 98. Presupuesto de gasto de ventas.....	188
Tabla 99. Costos Fijos .....	189
Tabla 100. Costos Variables .....	189
Tabla 101. Estructura de los precios .....	190
Tabla 102 Punto de equilibrio por multiproductos .....	191
Tabla 103. Estado de Ganancias y pérdidas .....	192
Tabla 104. Presupuesto de Ingresos .....	193
Tabla 105. Calculo de IGV.....	194
Tabla 106. Tasa de inflación de los últimos 5 años .....	194
Tabla 107. Promedio de Inflación.....	194
Tabla 108. Presupuesto Del Costo De Venta.....	195
Tabla 109. Presupuesto de materiales indirectos .....	195
Tabla 110. Presupuesto de gasto de personal .....	195
Tabla 111. Gastos Fijos .....	196
Tabla 112. Presupuesto De Gastos Administrativos .....	196
Tabla 113. Presupuesto De Gasto De Ventas .....	196
Tabla 114. Cálculo del Beta .....	197
Tabla 115. Cálculo del COK .....	197
Tabla 116. Costo promedio ponderado de Capital.....	198
Tabla 117. Flujo de Caja Económico .....	198
Tabla 118. Flujo de Caja Financiero .....	199
Tabla 119. Balance General.....	199
Tabla 120. Periodo De Recuperación Económica.....	200
Tabla 121. Resultados Económicos .....	200
Tabla 122. Periodo De Recuperación Financiera.....	200
Tabla 123. Resultados Financieros .....	201

## Índice De Figuras

Ilustración 1: Mapa Distrito de Barranco .....	19
Ilustración 2: Demanda Interna y PBI proyectada hasta el 2018 .....	49
Ilustración 3: Visitas de Barranco por Continentes 2014 .....	50
Ilustración 4: Visitan a Barranco .....	60
Ilustración 5: Cadena de Valor .....	63
Ilustración 6: Visitan de Turistas al Perú .....	80
Ilustración 7: Distribución de hogares en Lima metropolitana .....	81
Ilustración 8: Formula de regresión Lineal.....	102
Ilustración 9: Tamaño Negocio.....	115
Ilustración 10: Layout de Mi Dulce Limeñita.....	164
Ilustración 11: Ubicación Distrito de Barranco .....	166

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios se muestra la viabilidad técnica, económica y financiera de implementar una empresa de Venta de postres y dulces en el Distrito de Barranco a través de siete capítulos.

En el primer capítulo, Se verá la estructura general del plan que se utilizará el modelo canvas para presentar el negocio de manera resumida y organizada para poder dar el inicio al proyecto.

En el segundo capítulo, Organización y Aspecto legales, se determinó la razón social, la actividad económica, la ubicación geográfica donde se encontrará ubicado el proyecto el cual es el Distrito Barranco; se fijó que el tipo de sociedad será sociedad anónima cerrada con dos accionistas, y no tendrá directorio. Además, se definió la estructura organizacional, describiendo las funciones y requerimientos del personal.

En el Tercer capítulo, Estudio de Mercado, se analizaron los factores del macro y micro entorno, se realizaron el análisis FODA que permitió determinar las estrategias que se van a utilizar, se seleccionó el mercado objetivo son los visitantes y turistas en el Distrito de Barranco y como promocionar los productos que se están ofreciendo...

En el Cuarto capítulo, Estudio Técnico, se determinaron las características físicas del local. Luego se fijaron los procesos principales y secundarios de la empresa, así como los requerimientos de los procesos, tales como insumos y servicios.

Posteriormente, en el Quinto capítulo, Estudio de la inversión y financiamiento, se determinó el monto total de la inversión, que asciende a S/109,778.00. El cual será cubierto por capital propio y de los socios. Además, se definieron los presupuestos de ingresos y egresos, para calcular el punto de equilibrio y estructurar los estados financieros.

En el sexto capítulo, la evaluación, se analizaron los principales indicadores económicos y financieros, obteniendo un VANE de S/. 117,474.84 y un TIRE 53.44%, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto.

Para concluir, en el capítulo 7, se determinaron las conclusiones y recomendaciones.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La empresa “Mi Dulce Limeñita” presenta el modelo de negocio Canvas, debido a que nos permite tener una base del proyecto a realizar.

Venta de Postres Y Dulces Tradicionales Peruanos en el Distrito de Barranco.

<u>Socios Clave</u>	<u>Actividades Clave</u>	<u>Oferta de Valor</u>	<u>Relación con clientes</u>	<u>Segmentos de Mercados</u>
Proveedores de materia prima como los ingredientes para cada postre.	Realizar buena gestión de suministro, compra de la materia prima (proveedores) y proceso de producción hasta llegar al consumidor final. Definir la presentación del producto. Promocionar el postre	Los Postres y dulces que ofrecemos son tradicionales peruanos, ya que tenemos una variedad de productos para elección de cliente. Contamos con productos de calidad	Promociones, ofertas y regalos, permite la fidelización con los clientes.  Ruedas de negocios para poder captar nuevos clientes. Ferias Gastronómicas	Nuestros clientes son Visitantes y Turistas en el distrito de Barranco  Los consumidores finales son los hombres y las mujeres de edades entre 18-45 años.  En el Distrito de Barranco se busca captar clientes que le gusta postre y dulces tradicionales y que pueda conocer los productos que ofrecemos de calidad dándole buen servicio.
	<u>Recursos Clave</u>  -Infraestructura. -Personal especializado (administración, logística y comercial). -Control de calidad. -Préstamo bancario.		<u>Canales</u> -Página Web, correo, redes sociales. -Publicidad	
<u>Estructura de Costes</u> Costo De Maquila. Costos De Materiales Indirectos. Costo De Mano De Obra Indirecta. Gastos Fijos. Gastos Administrativos. Gastos De Ventas.			<u>Fuentes de Ingresos</u> Financiamiento del aporte propio de los accionistas. Financiamiento de un préstamo con aval financiero.	

## 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1. Nombre o razón social

La Razón Social es la denominación por la cual se conoce a una empresa.

MI DULCE LIMEÑITA, es el nombre comercial elegido para que puede identificar el cliente claramente que es empresa dedica a la venta de postres y dulces tradicionales peruanos.

La empresa se crea a partir del estudio e identificación de un mercado objetivo determinado y creciente al consumo de postres y dulces tradicionales peruanos.

Presenta una estrategia de diferenciación basada en productos de calidad y en la variedad de los postres tradicionales y en su forma de presentación.

La empresa del presente Plan de Negocios se denominará:

Tabla 1: Razón social y nombre comercial

RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
Grupo P&F SAC	Mi Dulce Limeñita

Fuente: Elaboración Propia

La empresa se estará constituyendo bajo una “**SOCIEDAD ANONIMA CERRADA**” ya que cuenta con 3 accionistas y por lo tanto será un micro empresa.

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

Según (SUNAT, 2019) La CIIU es la Clasificación Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades.

Tabla 2: Código CIIU

CIUU	DESCRIPCIÓN
1071	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA

Fuente: (INEI, 2015)

Fuente: Elaboración Propia

## 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

### 2.3.1 Ubicación

Iniciar las actividades de nuestro negocio es importante realizar una adecuada elección de la ubicación del mismo; en esta decisión afecta la capacidad competitiva a la empresa por lo que favorece el de desarrolla las operaciones de forma competitiva y eficiente.

Se realizó el análisis de la ubicación del negocio en función del método cuantitativo de valoración, tomando en consideración una serie de factores los cuales han sido evaluados en cada una de las localizaciones potenciales que se han identificado.

En primer lugar, se identificó los posibles locales, los cuales fueron categorizados en función a los distritos en donde están ubicados, tal como se observa a continuación.

En el presente plan de negocios es importante determinar la ubicación geográfica, para lo cual se ha analizado 3 distritos y se ha establecido una ponderación de acuerdo a los factores de localización como cercanía a los proveedores y clientes.

Tabla 3: Distritos tentativos para la localización del proyecto

Opciones	Distrito
A	Barranco
B	Miraflores
C	Surco

Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla N° 3 la identificación de 3 locales, cada uno de ellos en un distrito diferente, los cuales son Barranco, Miraflores y Surco. Luego de ello, se procedió a

identificar los factores de evaluación, los cuales son cercanía al proveedor, cliente, costo de alquiler, tamaño del local y acceso a las avenidas principales para poder dar un servicio al cliente.

Tabla 4: Método de factores ponderados para la localización del proyecto

Factores	Peso Relativo	Calificación			Calificación Ponderada		
		A	B	C	A	B	C
Cercanía a los proveedores	10%	3	2	2	0,3	0,2	0,2
Cercanía a los clientes	30%	4	4	3	1,2	1,2	0,9
Costo de alquiler	20%	3	3	3	0,6	0,6	0,6
Tamaño del local	20%	4	3	3	0,8	0,6	0,6
Acceso a las avenidas principales	20%	4	2	2	0,8	0,4	0,4
<b>Total</b>	<b>100%</b>				<b>3,7</b>	<b>3</b>	<b>2,7</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Puntuación

Nivel	Puntaje
Muy Positivo	4
Positivo	3
Negativo	2
Muy Negativo	1

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 5, muestra que la opción A (Distrito de Barranco) ha obtenido la calificación más alta. Por lo tanto la empresa Grupo P&F SAC se encontrará ubicada en el distrito de barranco. El área del local es de 50 m2.

Tabla 6: Costo del alquiler y pago de servicios

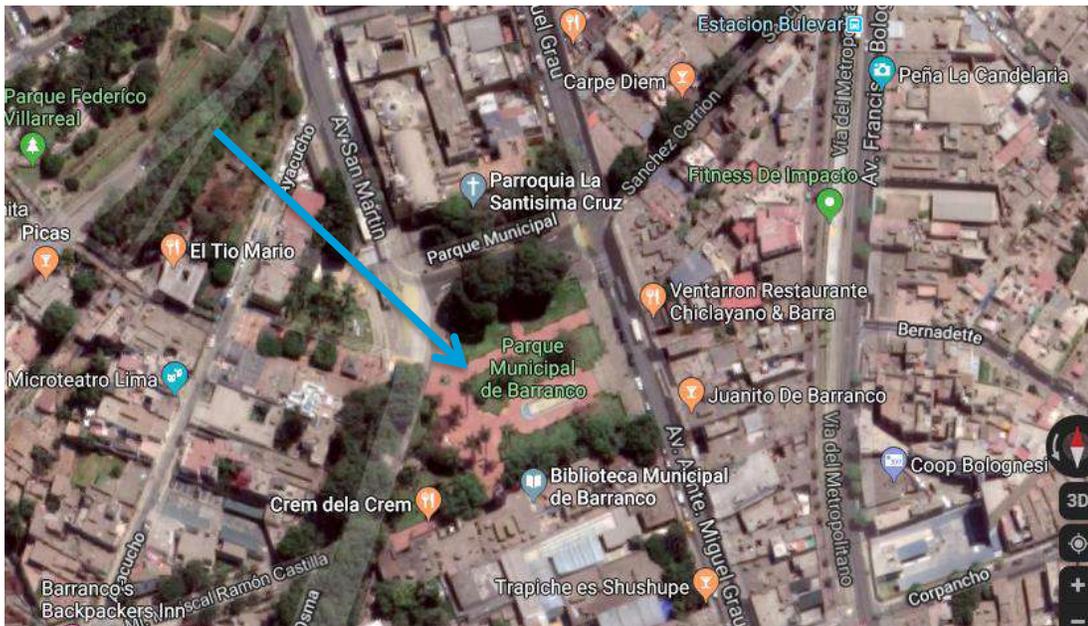
Descripción	Costo Mensual en S/.	Costo Anual en S/.
Alquiler de local	1,600.00	19,200.00
Pago de servicios	450.00	5,400.00

Fuente: Elaboración Propia

Se caracteriza por su atractivo Turístico y por sus lugares tradicionales que se concentra en La plaza de Barranco. Tanto peruanos como extranjeros recorren sus calles y parques.

Es por eso que los negocios que satisfacen las demandas de los turistas ofreciéndole diferentes servicios.

Ilustración 1: Mapa Distrito de Barranco



Fuente: Google Maps

La licencia de funcionamiento (la Licencia) y el certificado de inspección técnica de seguridad en edificaciones (el Certificado ITSE) son dos de las autorizaciones básicas

otorgadas por las municipalidades correspondientes para el funcionamiento de cualquier establecimiento.

### 2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial

El otorgamiento de la licencia de funcionamiento para un negocio en el distrito de Barranco está a cargo de la Subgerencia de Comercialización Defensa del Consumidor y Promoción Empresarial de dicha comuna. Aquí los pasos a seguir para que trámites tu licencia:

Gerencia de Desarrollo. Esta área verificará la zonificación del giro que has solicitado.

Trámite Documentario. Ingresas el expediente adjuntando los requisitos de acuerdo al TUPA. Además de los formatos de declaraciones juradas de solicitud de licencia y de observancia de condiciones. \*Entrega de Formato Gratuitos en Plataforma.

Realiza los pagos por los derechos correspondientes.

Defensa Civil. Inspección ex-ante sí el local cuenta con área de 101 a 500 metros.

Inspección ex-post si el local cuenta con área de hasta 100 metros.

Subgerencia de Comercialización. Evalúa la documentación y emite la resolución y certificado de licencia.

Finalización de trámite. Entrega de licencia de funcionamiento.

Datos. En la página web de la Municipalidad de Barranco se informa que las licencias de funcionamiento de hasta 100 metros se entregan en dos 02 horas.

- Bodegas
- Librerías
- Bazar, Fotocopias
- Salones de Belleza
- Oficinas Administrativas

Además se indica que el plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es: 15 (quince) días hábiles.

Requisitos y costos de Licencia de Funcionamiento (Ordenanza N° 286-MDB)

Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada (formato entregado por la MDB)-RUC-DNI o Carné de Extranjería-Representatividad de la

empresa en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Defensa Civil (formato entregado por la MDB) para establecimientos con área comercial hasta 100m<sup>2</sup>.-Inspección Ex Post. Establecimiento de 101 a 500 m<sup>2</sup>. Inspección Ex Ante

Establecimiento de 501 m<sup>2</sup> a más deberá presentar el certificado de Defensa Civil de Detalle otorgado por INDECI de la segunda Región Lima –Callao.

Adicionalmente de ser el caso serán exigibles:-Copia simple de título profesional-Copia Simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura-Ley N° 28296-Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.

Tasa de licencia de funcionamiento S/. 278.00 (Inspección de Defensa Civil Ex Post) para locales hasta 100 m<sup>2</sup>.

Tasa de licencia de funcionamiento S/. 620.41 (Inspección de Defensa Civil Ex Ante) para locales de 100 a 500 m<sup>2</sup>.

### **Certificado ITSE**

Para obtener el Certificado ITSE, se deberán presentar los siguientes documentos ante la Secretaría General de la Municipalidad, en la Administración Documentaria y Archivo:  
Solicitud de inspección técnica de seguridad en edificaciones, indicando el número de recibo y la fecha de pago del trámite por el monto de S/ 145.30. También, se deberá señalar el número de reporte de nivel de riesgo.

Declaración Jurada de cumplimiento de condiciones de seguridad en la edificación, indicando el número de recibo y la fecha de pago del trámite.

La autoridad competente para resolver y decidir si otorgar o no el Certificado, es la Subgerente de Defensa Civil, quien tendrá nueve días hábiles para ello.

## **2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

Los objetivos de la empresa Mi Dulce Limeñita con venta de postres y dulces tradicionales peruanos son los siguientes:

### **2.4.1 Objetivos Generales y Específicos.**

#### **2.4.1.1. Objetivos Generales:**

Establecer la viabilidad económica para las operaciones de la venta de postres y dulces tradicionales peruanos en el Distrito de Barranco.

#### **2.4.1.2. Objetivos Específicos:**

- Determinar la rentabilidad del proyecto mediante el análisis financiero
- Generar un crecimiento sostenible en base a una adecuada gestión
- Incrementar las ventas anuales 7%.
- Obtener una participación en el mercado nacional.
- Aumentar el nivel de ventas en 4% en el año 2021.
- Ser reconocidos a nivel internacional por promover la venta de productos de calidad.
- Incrementar el volumen de ventas en los próximos años a través de la captación de nuevos clientes a través de ferias gastronómicas
- Establecer alianzas estratégicas con nuestros proveedores y distribuidores en el mercado nacional.

### **2.4.2 Misión**

Somos una empresa dedicada a la venta de postres y dulces tradicionales peruanos, ofreciendo productos de calidad, generando experiencia y satisfacción en nuestros clientes.

### **2.4.3 Visión**

Ser una empresa reconocida y sólida en el mercado nacional para el año 2024, con compromiso de establecer altos índices de calidad de nuestros productos, para así promover y hacer conocidos postres y Dulces peruanos a nivel nacional.

#### 2.4.4 Valores

Mi Dulce Limeñita. Se realiza negocios teniendo en cuenta en primer lugar el bienestar de nuestros empleados, clientes y sociedad en general, por lo que nuestras decisiones se rigen bajo los siguientes valores:

Figura 1: Valores de la empresa Mi Dulce Limeñita



Fuente: Elaboración Propia

- **Confianza**, Confiar en nuestro personal y su know how para dar buen servicio al cliente.
- **Responsabilidad**, Con nuestros clientes y colaboradores, cumpliendo con los servicios y trabajos programados.

- **Compromiso**, Comprometernos con la satisfacción del cliente y que también poder cumplir con los objetivos de la empresa juntamente con los productos de calidad con los altos niveles de productividad en el momento oportuno
- **Valoración Capital Humano**, Es de mucha importancia el capital humano en la empresa, lo valoramos y lo reconocemos de poder darle oportunidades de crecimiento ya que es fundamental para poder un buen servicio al cliente.
- **Respeto**, Respetar las opiniones de los clientes respecto al servicio dado.

### 2.4.5 Principios

MI DULCE LIMEÑITA para nuestro personal, clientes y sociedad en general; son los siguientes:

Figura 2: Principios de la Empresa Mi dulce Limeñita



Fuente: Elaboración Propia

- **Cultura de Resultados**, Obtener alta rentabilidad como garantía del crecimiento de la empresa.
- **Cultura de Calidad**, Poder mejorar nuestros procesos a través de una mejora continua para poder lograr la satisfacción del cliente.

- **Cuidado del Medio Ambiente**, La prevención con la contaminación con el medio ambiente a nuestro personal enseñarle medidas la preservación y mejora para poder cuidado el medio ambiente.
- **Cultura del Servicio al Cliente**, Enfocarnos en la máxima satisfacción al cliente para poder buen servicio
- **Desarrollo y Bienestar de Recursos Humanos**, Promover el crecimiento profesional al personal.

#### **2.4.6 Cultura Organizacional y Políticas**

Según (Garcia Perez, Domingo, 2005), la Cultura Organizacional es el conjunto de creencias y significados que han sido naturalizados por los miembros de la organización (hábitos de pensamientos), en el marco de un orden hegemónico, los cuales se convierten en el horizonte simbólico de interpretación y orientación de conductas y prácticas.

Según (Arias Galicia, 2000) , Las políticas son las líneas generales de conducta que deben establecer con el fin de alcanzar sus objetivos, estas permiten al personal directivo de una organización tomar decisiones en cualquier momento ante determinada situación, compensando así la imposibilidad en que se halla la dirección para tratar con cada empleado. La política es, entonces, una guía que indica el camino para facilitar la toma de decisiones. Las políticas constituyen una orden indirecta por medio de la cuales los niveles superiores de las organizaciones tratan determinar la conducta de los niveles inferiores.

#### **Cultura Organizacional**

La cultura organizacional de la empresa MI DULCE LIMENITA, está ligada con los valores y políticas definidas por la empresa, las cuales se comparten con todos los miembros del equipo, permitiendo el desarrollo y crecimiento de ambos, creando un sentido de identidad organizacional.

#### **Políticas**

Las políticas de MI DULCE LIMENITA van a complementar el contenido de las normas jurídicas, lo cual va a permitir su correcta interpretación y aplicación en las actividades diarias; permitiendo uniformizar los valores, criterios y la cultura organizacional. Por lo que, las políticas definidas para la empresa son las siguientes:

- El Horario de apertura La empresa MI DULCE LIMENITA es de 10:00am y el cierre es a las 22:00pm trabajamos de Lunes a Domingo; los trabajadores descansaran los días de semana entre lunes, martes y miércoles, serán horarios fijos y establecidos para cada trabajador.
- Los únicos días que no funcionara será los días 25 de diciembre y 1 de enero, que ya que son fechas especiales lo cual comprendemos que todos queremos estar en familia y compartir.
- El horario está dividido en 2 turnos diarios, cada uno de 6hrs y 30 minutos para también dar oportunidad a jóvenes que deseen trabajar en horario de medio tiempo y más que ello, para tener trabajadores activos y que respondan a su trabajo al 100% con responsabilidad y optimismo.
- En nuestra página web [www.Midulcelimeña.com.pe](http://www.Midulcelimeña.com.pe) en inglés y español para la atención con nuestros clientes, estaremos a la expectativa de cualquier comentario o sugerencia ya sea por correo o medios electrónicos.
- El pago a los proveedores serán todos los días 15 y 30 de cada mes.
- La remuneración de los colaboradores será los 15 y 30 de cada mes.

## **2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.**

De acuerdo a la ley N° 30056, el tipo de empresa ya no se definirá más por la cantidad del número de trabajadores, sino por las ventas. Esto beneficia al micro empresa, la cual se encontraba antes limitada en la contratación de personal a una cantidad de 10. Es importante resaltar que durante los primeros tres años de inscripción en el REMYPE

(Registro Nacional de la Micro y Pequeña empresa), no podrán ser sancionadas al primer error laboral o tributario, ya que podrán enmendar este sin ser sancionados.

De conformidad con el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña empresa (MYPE) es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según (SUNAT, 2017), las micro, pequeñas y medianas empresas que capaciten a su personal, pueden deducir hasta por un monto máximo del 3%, de su pago del impuesto a la renta.

Tabla 7: Ley N° 30056

<b>Tipo Empresa</b>	<b>Ventas anuales</b>	<b>Ley MIPYME – LEY N° 30056</b>
<b>Micro Empresas</b>	Ventas hasta un máximo de 150 UIT	Desaparece el parámetro de número de trabajadores
<b>Pequeñas Empresas</b>	Ventas entre 150 UIT y 1,700 UIT	Todo se mide por las ventas anuales
<b>Medianas Empresas</b>	Ventas entre 1,700 UIT y 2,300 UIT	Aparece la categoría Mediana Empresa

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

\*El monto de las UIT se regula anualmente. Para el año 2019 la UIT es de S/4, 200

La Empresa MI DULCE LIMEÑITA Se basara en la Ley de MYPES, Se iniciara como microempresa que se caracteriza por tener ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Se tomara en cuenta en los derechos Laborales lo siguientes:

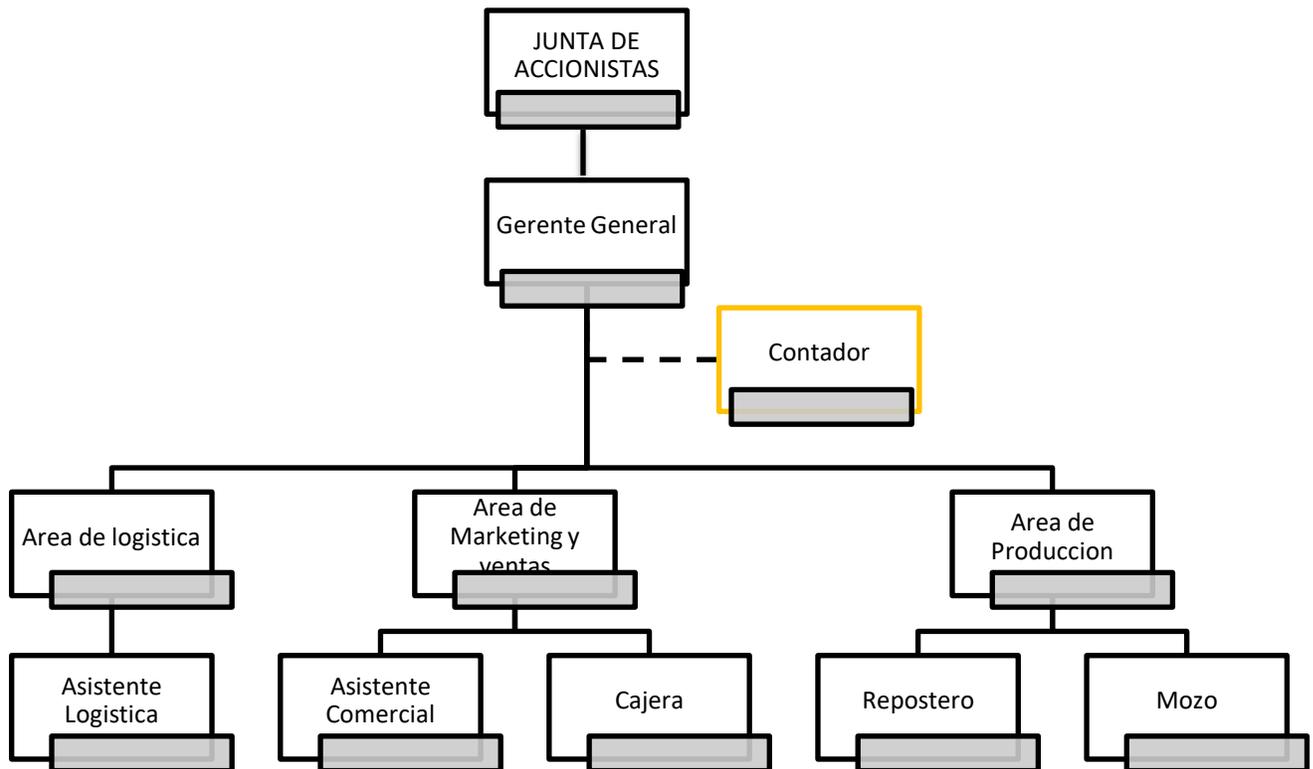
- Contar con una jornada máxima de 8 horas o 48 horas semanales.
- Gozar de 24 horas continuas de descanso físico a la semana.
- Percibir una remuneración mínima vital.
- Gozar de 15 días de vacaciones por cada año de trabajo, o su parte proporcional (pudiendo reducir de los 15 a 7 días con la debida compensación económica).
- Gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común o general.
- La micro empresa, el empleador deberá indemnizar de acuerdo al equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios como un máximo de 90 remuneraciones diarias.

## **2.6 Estructura Orgánica**

Se contará con una organización lineo-funcional, el cual combina dos clases de organizaciones: Lineal y funcional. De la organización lineal se obtendrá la autoridad y responsabilidad que se transmite a través de un sólo especialista por cada función específica. De la organización funcional se logrará la especialización de cada actividad en una función.

El Gerente general será el representante legal de la organización, cabe indicar que se cuenta con la junta general de accionistas, pero no se contara con directorio debido a que es opcional y en la empresa no lo estamos considerando, por lo tanto, responde al organigrama que se encuentra a continuación.

Figura 3: Organigrama de la empresa MI DULCE LIMEÑITA



Fuente: Elaboración Propia

Para la ejecución y culminación del Plan de Negocios, se conformará el siguiente equipo:

- Un Gerente General
- Un Repostero
- Una Cajera
- Dos Mozos
- Asistente Logística
- Asistente Comercial
- Un Contador (Servicios por Honorarios)

## 2.7 Cuadro de asignación de personal.

- A continuación detallamos el perfil y funciones de los colaboradores de Mi dulce Limeñita

Tabla 8: Perfil y funciones del Gerente General

Perfil Profesional	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título profesional de Administración de Empresa o afines.</li> <li>• Manejo adecuado del idioma de Inglés oral y escrito.</li> <li>• Experiencia de Cuatro años en el cargo de Gerente de Empresa de Servicios</li> <li>• Búsqueda, administración y manejo de recursos físicos, humanos y económicos.</li> <li>• Excelente manejo de Excel.</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación legal de la empresa.</li> <li>• Designar las posiciones gerenciales.</li> <li>• Realizar evaluaciones periódicas.</li> <li>• Coordinar con las diversas áreas.</li> <li>• Desarrollar un plan para alcanzar sus objetivos.</li> <li>• Evaluar la efectividad de cada uno de sus subordinados.</li> <li>• Realizar las acciones de soporte como seleccionar a sus colaboradores, entrenarlos, y premiarlos o sancionarlos en los casos pertinentes</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9: Perfil y funciones del Repostero

<b>Perfil Profesional</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egresado en Gastronomía</li> <li>• Conocimiento de buenas prácticas en manipulación, conservación e higiene, y sistemas de calidad.</li> <li>• De preferencia con Inglés intermedio-avanzado</li> <li>• Trabajo en Equipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar, supervisar y dirigir las actividades necesarias para el funcionamiento de la cocina.</li> <li>• Supervisar al personal a su cargo en la preparación de los alimentos de repostería, a fin de velar por que se mantengan los estándares de calidad, higiene, presentación y tiempo en el proceso de elaboración de los diferentes postres.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10: Perfil y funciones de Cajera

<b>Perfil Profesional</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con experiencia de 6 meses en puestos similares</li> <li>• Conocimientos en sistema de facturación electrónica.</li> <li>• Competencias: comunicativo, proactivo, rápido, trabajo bajo presión.</li> <li>• Conocimientos en detección de billetes y monedas falsas.</li> <li>• Conocimientos de Excel, Word.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar las facturas o boletas de ventas de acuerdo al consumo del cliente.</li> <li>• Efectuar las cobranzas en efectivo en Caja.</li> <li>• Efectuar el cierre de caja, producto de las ventas diarias y gastos</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11: Perfil y funciones del Mozo

<b>Perfil Profesional</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante de Administración, Administración hotelera o afines.</li> <li>• De preferencia con Inglés intermedio-avanzado</li> <li>• Con experiencia de 6 meses en puestos similares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender de manera cordial y amable a los clientes.</li> <li>• Cumplir con las tareas asignadas por el administrador o jefe inmediato.</li> <li>• Tomar los pedidos con precisión para que puedan ser registrados sin complicaciones.</li> <li>• Servir los postres de manera oportuna.</li> <li>• Cumplir con las metas establecidas por la empresa.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Perfil y funciones de Asistente Logística

<b>Perfil Profesional</b>	<b>Funciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egresado de administración, ingeniería industrial, carreras afines.</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.</li> <li>• Excel intermedio</li> <li>• Conocimientos del proceso de compras desde el requerimiento hasta el pago a proveedores.</li> <li>• Comunicación efectiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación con proveedores.</li> <li>• Gestionar los requerimientos de compra</li> <li>• Seguimiento de pago a proveedores.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Perfil y funciones de Asistente Comercial

Perfil Profesional	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 6 meses.</li> <li>• Ser egresadas de las carreras de Ingeniería comercial, Ingeniería Industrial, Ingeniería empresarial, Administración o afines</li> <li>• Tener entre 23 a 30 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento del plan de ventas, objetivos mensuales.</li> <li>• Cooperar activamente en los temas relacionados con la seguridad y la salud en el trabajo.</li> <li>• Asistir en las diversas de actividades de comunicación, promoción y eventos, que el área realice.</li> <li>• Asistir en la logística de promociones de venta y lanzamiento de productos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14: Perfil y funciones de Contador

Perfil Profesional	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contador Público Colegiado</li> <li>• Experiencia en el área de contabilidad mínimo 3 años</li> <li>• Responsable y Proactivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoramiento externo a Gerencia General</li> <li>• Evalúa y presenta a la gerencia los estados financieros.</li> <li>• Mantenimiento y actualización del estado financiero.</li> <li>• Realización de estudios para la obtención de nuevas fuentes de financiamiento.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro de asignación de personal (CAP) es un documento de gestión que contiene los cargos clasificados en base a la estructura orgánica de la empresa. La conducción del proceso de elaboración y formulación del CAP es responsabilidad del Gerente General.

Tabla 15: Cuadro de trabajadores en planilla

<b>Planilla</b>	<b>N<sup>a</sup> Personas</b>
<b>Gerente General</b>	1
<b>Repostero</b>	1
<b>Cajera</b>	1
<b>Mozo</b>	2
<b>Asistente Logística</b>	1
<b>Asistente Comercial</b>	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16: Propuesta de Sueldos

<b>Cuadro De Sueldos</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Del Año</b>
<b>Gerente General</b>	S/ 2.000,00	S/ 24,180
<b>Repostero</b>	S/ 1.200,00	S/ 14,580
<b>Cajera</b>	S/ 100,00	S/ 12,180
<b>Mozo</b>	S/ 930,00	S/ 11,340
<b>Asistente Logística</b>	S/ 1.000,00	S/ 12,180,00
<b>Asistente Comercial</b>	S/ 1.000,00	S/ 12,180,00
<b>Contador (Externo)</b>	S/ 200,00	S/ 2.400,00
<b>Total</b>	S/ 7.730,00	S/ 89.040,00

Fuente: Elaboración Propia

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

La Empresa MI DULCE LIMENITA ya que nos dará mayor credibilidad y presencia en el mercado así como también permitirá obtener ventajas tributarias, accesos a créditos bancarios, entre otros. Se escogió la Sociedad Anónima Cerrada porque es una sociedad de responsabilidad limitada y el patrimonio de los socios no está afecto.

Este capital, se encuentra representado por acciones que tienen derechos y obligaciones. Las acciones tienen derecho a preferencia, así como también pueden estar limitadas por acuerdo entre los accionistas. Es importante mencionar que las características de la SAC son las apropiadas para el negocio.

Se muestra las siguientes características:

Tabla 17: Forma jurídica empresarial de la empresa Mi Dulce Limeñita

<b>Sociedad Anónima Cerrada S.A.C.</b>
<b>Características:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Mínimo 2 accionistas, máximo 20.</li><li>● Los socios tienen preferencia para la adquisición de las aportaciones, salvo pacto en contrario.</li><li>● El Capital Social está representado por acciones nominativas.</li><li>● La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio.</li></ul>
<b>Órganos de la sociedad:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● Junta General de Socios: Es el órgano supremo de la sociedad, está integrado por el total de socios que conforman la empresa.</li><li>● Gerencia: Cuyo Gerente tiene la representación legal y de gestión de la sociedad. Convoca a la Junta de Accionistas.</li><li>● El directorio es facultativo (opcional)</li></ul>

Fuente: Elaboración propia en base a Pro Inversión

### **Razones por las que se eligió una Sociedad anónima cerrada:**

Esta forma jurídica está pensada para pequeños negocios, con pocos accionistas (que comúnmente familiares). Da el beneficio de responsabilidad limitada para cada socio, el capital está dividido en acciones y es un trámite efectivo ya que evita demoras en el proceso.

Básicamente elegimos, por qué esta se amolda más al tipo de negocio que deseamos constituir, siendo un negocio conformado por 3 accionistas los cuales tienen una estrecha relación personal que va más allá del aspecto monetario.

Tabla 18: Aporte de Socios

<b>Nombre del Accionista</b>	<b>Capital</b>	<b>Valor</b>	<b>Acciones</b>	<b>%</b>
<b>Primer accionista</b>	45,338	10	4,534	70%
<b>Segundo accionista</b>	11,658	10	1,166	18%
<b>Tercer accionista</b>	7772.26	10	777	12%
<b>Total aporte propio</b>	<b>64.769</b>		<b>6,345</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI**

Según (INDECOPI, 2019) , Los procedimientos para el registro de la marca:

1. Elige la marca que desees proteger
2. Una marca adecuada para el servicio que se realiza.
3. Define y clasifica los productos y/o servicios
4. Se debe especificar que se pretende ser distinguido e indicar cual clase pertenece según clasificación internacional de NIZA.
5. Realiza las búsquedas de antecedentes
6. Se realiza la búsqueda de los antecedentes para ver si concuerda con otra marca en el mercado.
7. Llenar la solicitud de formulario. Para registrar la marca.
8. Pagar la tasa y presentar la solicitud en Mesa de Partes:

9. Se paga la suma de S/. 583.80 nuevos soles, si solicitas en más de una clase, por cada clase adicional.

## **2.10 Requisitos y Trámites Municipales**

Luego, se deberán presentar los siguientes documentos ante la Secretaría General de la Municipalidad, en la Administración Documentaria y Archivo:

1. Formato de solicitud de Licencia, con carácter de declaración jurada, que incluya:
  - En el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos: su número de RUC y el número de DNI o Carné de Extranjería de su representante legal.
  - En el caso de personas naturales: su número de RUC y el número de DNI o Carné de Extranjería.
  - Número y fecha del comprobante de pago por derecho de trámite por el monto de S/ 278.10.
  - Número de reporte de nivel de riesgo (entregado por la Subgerencia de Gestión del Riesgo de Desastres).
2. En el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos: Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el número de Partida Electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos.
3. Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en la edificación para edificaciones calificadas con riesgo bajo.
4. Cabe resaltar que se podría requerir una Declaración Jurada indicando que cuentan con el número de estacionamientos exigible.
5. La autoridad competente para resolver y decidir si otorgar o no la Licencia, es la Subgerente de Comercialización, quien tendrá cuatro días hábiles para ello.

## 2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

La empresa Mi dulce Limeñita, será una persona jurídica con modalidad empresarial de Sociedad Anónima Cerrada, por ello se puede acoger a los Regímenes tributarios Especial o General de impuesto a la renta o MYPE tributario.

El régimen tributario elegido para la empresa es el de Régimen MYPE tributario.

Según (SUNAT, 2017) el régimen comprende a personas jurídicas domiciliadas en el país y cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

Los requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario son los siguientes:

Tabla 19: Requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario

N°	Requisitos
1	Podrá acogerse con la declaración jurada mensual del mes de inicio de actividades (dentro de la fecha de vencimiento)
2	Si proviene del NRUS, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable (mediante declaración jurada)
3	Si proviene del RER, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable (mediante declaración jurada)
4	Si proviene del Régimen General podrá acogerse con la declaración jurada del mes de enero del ejercicio siguiente

**Fuente:** Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

### Régimen MYPE tributario (RMT)

Es un régimen especialmente creado para los micros empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

**Los requisitos, para Persona Jurídica:**

- DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
- Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad.
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

Las personas del régimen MYPE tributario, que en cualquier mes del año, superen el monto de 1700 UIT de ingresos netos, determinarán el impuesto a la renta conforme al régimen general por todo el ejercicio fiscal gravable.

La realización del pago de impuestos se hará mensualmente de acuerdo a los plazos establecidos en los cronogramas mensuales. La SUNAT aprueba mediante formulario virtual N° 621 – IGV Renta mensual, formulario virtual simplificado N° 621 IGV – Renta mensual, declara fácil y PDT 621.

Los impuestos a pagar son los siguientes:

Tabla 20: Impuestos a pagar - régimen MYPE tributario

Ingresos netos anuales	Pagos a cuenta
Hasta 300 UIT	1%
>300 hasta 1700 UIT	COEF. 1.5%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

La obligación para el llevado de cada uno se da de acuerdo a los ingresos obtenidos. En cuanto a los libros contables en el RMT si los ingresos netos anuales fueran hasta 300 UIT llevarás:

Registro de Ventas

Registro de Compras

Libro Diario de Formato Simplificado

También se presentará una declaración jurada anual que determina el impuesto a la renta, de acuerdo con tasas progresivas acumulativas que se aplican a la renta neta:

Tabla 21: Renta neta anual

<b>Renta neta anual</b>	<b>Tasas</b>
<b>Hasta 15 UIT</b>	10%
<b>Más de 15 UIT</b>	29.50%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

### **2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME).**

Según (SUNAT, 2019) , Se encuentra obligado llevar planilla electrónica los empleadores:

- Tengan a su cargo uno o más trabajadores
- Cuenta con uno o más prestadores de servicios.
- Gocen con uno o más estabilidad jurídica y/o tributaria.

Se debe registrar a los trabajadores en un plazo dentro de 72 horas de inicio de prestación de servicio.

La planilla electrónica tiene 2 componentes:

- T Registro, Registro información laboral de los empleados o prestadores de servicios, modalidad informativa.
- PLAME, Planilla mensual de pagos comprende información de seguridad social y otros datos sobre tipo de ingresos de los sujetos registrados

### **2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.**

La empresa Mi Dulce Limeñita, se acogerá al régimen laboral especial del micro empresa porque de acuerdo a la proyección de ventas no se superan las 150 UIT de forma anual (en ventas) y se reducen costos (por inicio de las operaciones de la empresa). Según (SUNAT, 2017), este régimen se creó para fomentar la formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y así mejorar las condiciones de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de estas.

A continuación se detallan los derechos correspondientes al régimen laboral especial de los trabajadores del micro empresa:

#### **2.13.1 Régimen Especial Laboral**

- Aplicable a las Micro y pequeñas empresas se encuentra regulado por Decreto Legislativo N° 1086 y los Decretos Supremos N°s. 007-2008-TR y 008-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al empleo Decente – Ley MYPE y su respectivo reglamento, los cuales se encuentran vigentes al día de hoy.

#### **2.13.2 Beneficios:**

- Ser asegurados al Sistema Integral de Salud, a cargo del Ministerio de Salud, este es un sistema semi contributivo, es decir el Estado asume el 50% de este seguro y el empleador el otro 50%.
- Asegurados al Sistema Nacional de Pensiones, al Sistema Privado de Pensiones (AFP), aplicable sólo a trabajadores y conductores de las microempresas.
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales. 24 horas continuas de descanso físico.
- Indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 10 remuneraciones diarias por año de trabajo, con un tope de 90 remuneraciones diarias.
- Remuneración mínima vital (S/. 930.00 nuevos soles) 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su proporcional, pudiendo reducir de 15 a 7 días con la debida compensación económica.

- Gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral Común, es decir primero de enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, Fiestas Patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, todos los santos, Inmaculada Concepción, Navidad.
- Libro de planillas: no se requiere una planilla especial.
- Registrar en planillas al trabajador dentro de las 72 horas de iniciadas sus labores.

**Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo.**

## **2.14 Modalidades de Contratos Laborales.**

- **Contrato a plazo indeterminado**, este tipo de contrato no requiere ser presentado ante el MTPE, y el trabajador se encontrará sujeto al Régimen Laboral Especial en tanto éste se encuentre vigente. Vencido dicho plazo el trabajador debe pasar al Régimen Laboral General.
- **Contrato sujeto a modalidad (plazo fijo o determinado)**, en este caso el contrato se presentará al MTPE por triplicado y dentro de los 15 días naturales de su celebración. Por cada contrato se abonará la suma de 0.33% de la UIT (S/. 11.00). Vencido este plazo y durante la vigencia del contrato la tasa asciende al 2.5% de la UIT (S/. 85.00).
- **Contratos a tiempo parcial (part time)**, en este caso el contrato se presentará al MTPE por triplicado y de trámite gratuito. Sin embargo, si se vence el plazo de los 15 días naturales, se deberá pagar una tasa del 1% de la UIT (S/. 34.00)
- **Otros tipos de contratos**, Se deberá seguir el procedimiento establecido para su aprobación, y utilizar el Régimen Laboral Especial, en tanto éste no sea incompatible con otro régimen laboral especial (médicos, enfermeros, profesores, etc.).

En todos los casos anteriores se recomienda lo siguiente:

- El contrato debe ser por ESCRITO, con la finalidad de acreditar indubitablemente, que el trabajador está siendo contratado bajo los alcances del Régimen Laboral Especial de la MICROEMPRESA, contemplado en la Ley N° 28015 y no bajo el Régimen Laboral General del D.S. N° 003-97-TR (D. Legislativo 728).
- Consignar en el contrato de trabajo, la opción del trabajador por la retención de pensiones.

#### **2.14.1 Principales Modalidades de Contratos**

##### **Por Inicio O Incremento De Actividad**

- Origen: inicio de una actividad empresarial, la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos o mercados, o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa.
- Duración máxima: tres (03) años.  
Art. 57 del D.S. N° 003-97-TR.

##### **Por Necesidad De Mercado**

- Origen: Atender incrementos coyunturales de la producción, origen en variaciones sustanciales de la demanda aún en labores ordinarias. El incremento es temporal e imprevisible, se excluye las variaciones de carácter cíclico o de temporada.
- Duración máxima: cinco (05) años.  
Art. 58 del D.S. N° 003-97-TR

##### **Por Reconversión Empresarial**

- Origen: Sustitución, ampliación o modificación de las actividades desarrolladas en la empresa, y toda variación tecnológica en las maquinarias, equipos, instalaciones, medios de producción, sistemas, métodos y procedimientos productivos y administrativos.
- Duración máxima: dos (02) años. Art. 59° del D.S. N° 003-97-TR.

### **Para Obra Determinada O Servicio**

- Objeto previamente establecido y de duración determinada.  
Duración: La que resulte necesaria, pudiéndose celebrar las renovaciones que resulten necesarias.

### **Contrato Ocasional**

- Origen: Atender necesidades transitorias distintas a la actividad habitual del centro de Trabajo.
- Duración máxima: seis (06) meses.  
Art. 60 del D.S. N° 003-97-TR

### **Contrato De Suplencia**

- Origen: Sustituir a un trabajador estable de la empresa cuyo vínculo está suspendido.
- Duración: La que resulte necesaria según la circunstancia.

### **Contrato De Emergencia**

- Cubrir las necesidades originadas por caso fortuito o fuerza mayor coincidiendo su duración con la de la emergencia

### **Desnaturalización De Los Contratos**

- Si el trabajador continúa laborando luego del vencimiento del contrato, o las prórrogas exceden el límite;

- Si en los contratos de obra determinada o servicio específico, el trabajador continúa prestando servicios, luego de concluida la obra sin que haya sido renovado;
- Si el titular del puesto sustituido no se reincorpora y el trabajador continúa laborando;
- Si se demuestra la existencia de simulación o fraude al D.S. N° 003-97-TR, entonces, los contratos de trabajo sujetos a modalidad se considerarán como de duración indeterminada.

En la empresa Mi dulce Limeñita adoptará la modalidad de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad. La vigencia de contratos tendrá un tiempo de tres meses, pudiendo ser renovados de acuerdo al desempeño del personal. El modelo de contrato se detallará en el anexo N° 06.

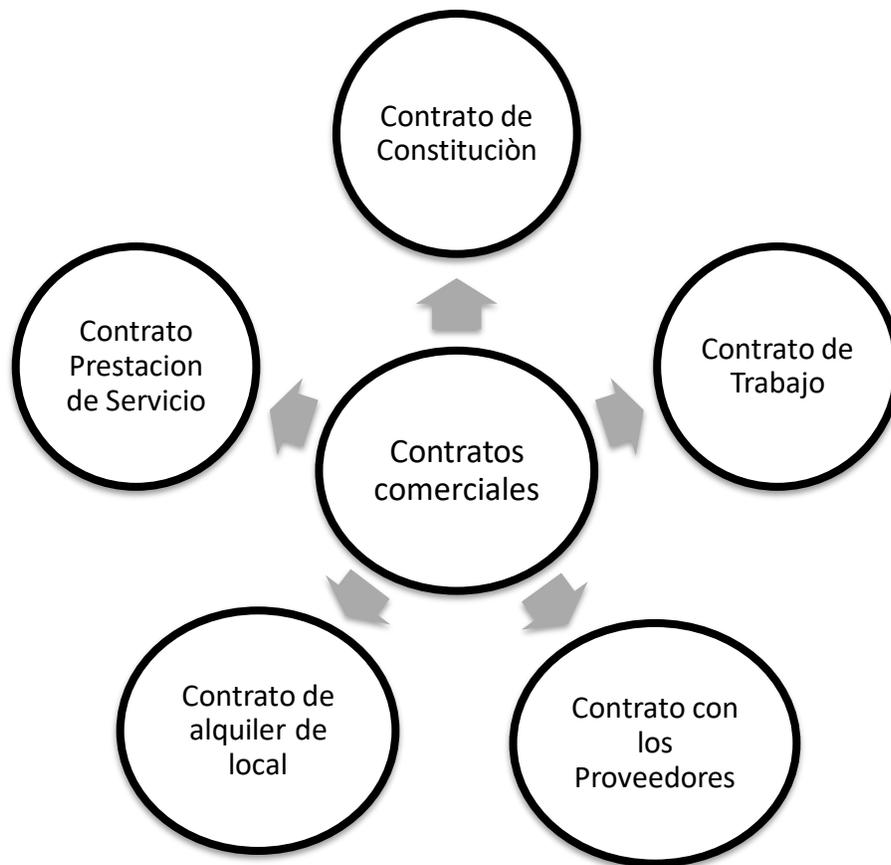
En la empresa Mi Dulce Limeñita, cada colaborador contará con su propio contrato, en el presente plan se tendrán los contratos para el gerente general, jefe repostero, asistente logística, asistente comercial, cajera y mozo.

Adicionalmente, la empresa Mi Dulce Limeñita. Contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (contador externo)

#### **2.14.2 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.**

La empresa Mi dulce Limeñita, se basará en los contratos para constitución de la empresa, los contratos de trabajo, con los proveedores, alquiler de local y de prestación de servicios

Figura 4: Contratos Comerciales Mi dulce Limeñita



**Fuente:** Elaboración propia

- **Contrato de sociedad**

Es un documento elaborado por un abogado que contiene el acto de constitución de empresa (llamado ‘contrato’), que debe presentarse ante un notario para su elevación ante escritura pública. Se detallará información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas y demás información importante.

- **Contrato de trabajo**

Este tipo de contrato se le da a cada uno de los empleados, donde se indicarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa y sus labores o funciones.

- **Contrato con proveedores**

El contrato con proveedores debe tener información acerca del bien o servicio el cual nos provee, así como la responsabilidad de cada una de las partes. Es necesario llegar a un acuerdo y analizar los detalles que se podrían presentar en la relación como

proveedores, así como también definir puntos importantes en cuanto a calidad, tiempo de entrega, presentación, etc.

- **Contrato de alquiler de local**

Mi dulce Limeñita, para llevar a cabo las operaciones alquilará local, y se determinará un contrato que contendrá derechos y obligaciones tanto para la empresa como para el arrendador.

- **Contrato de prestación de servicios**

Este contrato se determinará las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables y tributarios. El contrato de prestación de servicios se detallará en el anexo N° 07.

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

Es necesario señalar que el presente modulo se debe determinar cuantitativamente los aspectos de la oferta, demanda y las proyecciones correspondientes cuyos datos servirán para determinar la capacidad productiva del bien o servicio que se pretende ejecutar.

#### 3.1 Descripción del Entorno del Mercado

##### 3.1.1 Macro entorno

#### I. Factores Económicos

Según INEI, crecimiento del PBI proyectado según el MEF, BCR y BYD para trimestre el año 2019 se encuentra en alrededor del 3.19%, siendo ocasionado principalmente por el aumento de la demanda interna que vendrá influida por el incremento del gasto de los consumidores. Aun cuando se ha desacelerado el crecimiento económico nacional, el Perú mantendría su liderazgo en la región según el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Ilustración 2: Demanda Interna y PBI proyectada hasta el 2018

Cuadro 18 DEMANDA INTERNA Y PBI (Variaciones porcentuales reales)									
	2015		2016*			2017*		2018*	
	I Sem.	Año	I Sem.	RI Jun.16	RI Set.16	RI Jun.16	RI Set.16	RI Jun.16	RI Set.16
<b>I. Demanda interna</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>1,1</b>	<b>2,5</b>	<b>1,8</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>
<b>1. Gasto privado</b>	<b>3,2</b>	<b>2,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,7</b>	<b>0,7</b>	<b>4,0</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>	<b>3,9</b>
Consumo	3,4	3,4	3,5	3,5	3,5	3,8	3,8	4,0	4,0
Inversión privada fija	-6,1	-4,5	-4,6	-1,0	-4,3	4,0	5,0	4,2	5,0
Variación de existencias**	3,2	1,6	1,7	1,1	0,9	1,2	0,9	1,3	0,7
<b>2. Gasto público</b>	<b>2,2</b>	<b>4,2</b>	<b>9,0</b>	<b>6,3</b>	<b>7,0</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	<b>2,4</b>	<b>4,3</b>
Consumo	9,0	9,5	6,8	4,7	5,7	1,0	3,0	0,8	3,5
Inversión	-16,1	-7,5	16,5	10,3	10,3	7,9	4,5	6,0	6,2
<b>II. Demanda Externa Neta</b>									
<b>1. Exportaciones</b>	<b>-0,6</b>	<b>3,5</b>	<b>8,3</b>	<b>6,4</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>	<b>5,5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,6</b>
<b>2. Importaciones</b>	<b>1,7</b>	<b>2,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,7</b>	<b>3,5</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,7</b>
<b>III. PBI</b>	<b>2,5</b>	<b>3,3</b>	<b>4,1</b>	<b>4,0</b>	<b>4,0</b>	<b>4,6</b>	<b>4,5</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>

RI: Reporte de inflación.  
\* Proyección.  
\*\* Porcentaje del PBI.

Fuente: BCR

## II. Factores Demográficos

Nuestra microempresa estará ubicada en Distrito de Barranco 34.378 habitantes lugar habitado y visitado por muchas personalidades y turistas. Que vienen a visitar por sus diferentes lugares turísticos.

La población de esta investigación son los visitantes extranjeros del distrito de Barranco. Según información brindada por parte de la oficina de turismo de la municipalidad distrital de Barranco, se obtuvo la cantidad de visitantes en el año 2014, que es la información más actualizada al momento. En la siguiente tabla se muestra la información obtenida sobre el total de visitantes extranjeros según continente.

Ilustración 3: Visitas de Barranco por Continentes 2014

<b>Visitas de Barranco por continentes - 2014</b>						
	Latinoamérica	Europa	Norte América	Asia	Oceanía	Total
Enero	199	142	66	12	10	429
Febrero	172	141	49	17	5	384
Marzo	231	207	67	20	14	539
Abril	161	139	77	4	15	396
Mayo	233	164	178	37	15	627
Junio	151	127	136	16	14	444
Julio	251	295	15	33	7	601
Agosto	212	281	129	21	6	649
Septiembre	211	165	102	15	17	510
Octubre	121	161	61	28	4	375
Noviembre	93	123	54	0	10	280
Diciembre*	31	42	14	5	4	96
<b>TOTAL</b>	<b>2066</b>	<b>1987</b>	<b>948</b>	<b>208</b>	<b>121</b>	<b>5330</b>

Fuente: Oficina de Turismo  
Municipalidad de Barranco  
Elaboración propia

(\*) Se contabilizó hasta el 26 de diciembre

## III. Factor Social-cultural

En los últimos años la gastronomía nacional vive una explosión en Perú, generando no sólo muchas ventas sino también miles de empleos en todo el país. En ese sentido,

destacó el reconocimiento de la Organización de Estados Americanos (OEA) que hoy le otorgará a la gastronomía peruana el premio Patrimonio Cultural de las Américas, por ser un aporte al continente y a la cultura universal.

El turismo y gastronomía son los mejores aliados y son los llamados a ser los abanderados en este momento.

Ministerio de Cultura enfocado en el Turismo cultural por la generación de ingresos al país.

#### **IV. Factores Tecnología**

Por los avances tecnológicos, la industria alimentaria ha evolucionado a lo largo del tiempo, lo cual nos ha permitido dar mejoras en cuanto la optimización de tiempo, producción y preservación de los productos. Esto nos permite ofrecer productos de mejor calidad.

En la actualidad están enfocados dar un buen servicio al cliente a través de tecnología de información, aplicando una estrategia de conectividad hacia cliente que permite dar una buena experiencia en su compra.

Los clientes de hoy son más exigentes, por lo mismo que se encuentran más informados y equipados con tecnología de última de generación como son los dispositivos móviles que le permite al cliente comparar precios, la disponibilidad del producto o servicio y poder de realizar compras de su interés.

#### **V. Factores Medio Ambiente**

En el Perú se encuentra en una zona estratégica que cuenta con diversos microclimas, y esto hace factible el crecimiento de muchas especies de hortalizas, frutas, caña de azúcar y en general, materias primas que son utilizados en pastelería. Sin embargo, debido al debilitamiento del anticiclón del Pacífico y los vientos alisos, la corriente del Niño ingresa al lado de la corriente fría de Humboldt propiciándose el Fenómeno del Niño.

Este fenómeno tiene como consecuencias, entre otras, desabastecimiento de productos, incremento de precios de materias prima, damnificados, epidemias, reducción de la

capacidad de gastos en entretenimiento. Específicamente las empresas del rubro de pastelería se deben enfrentar a probable desabastecimiento de productos de buena calidad, reducción parcial de sus volúmenes de ventas.

Por otra parte, en la actualidad se está incrementando la tendencia de que las empresas desarrollen su sentido de Responsabilidad Social Empresarial, que contiene cuatro factores principalmente: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación con la comunidad y medio ambiente. De acuerdo a la cuarta edición de la empresa del distintivo Empresa Socialmente Responsable, se reconocieron 65 empresas peruanas entre grandes y pymes. Es así como los temas medioambientales tales como reciclaje, reducción de residuos y contaminación están tomando mayor importancia para enfrentar el cambio climático. Esto hará que la imagen de la empresa mejore frente a la sociedad y sea reconocida como socialmente responsable.

## **VI. Factores Político – Legal**

El nuevo gobierno para el período 2016 – 2021 se vislumbra una política poco proteccionista y abierta a escuchar los problemas de la sociedad. Este gobierno está enfocado en reactivar la economía y confía en que para lograr este objetivo se debe trabajar de la mano con las empresas nacionales de toda envergadura. Cabe resaltar que el Consejo Ministerial recibió el voto de confianza por parte del Congreso de la República, con lo que el Ejecutivo podrá aplicar sus iniciativas.

El Gobierno Central ha mostrado total interés en apoyar a las microempresas a través de una “revolución crediticia”, así lo expresó Presidente de la República. Esta consistirá en implementar reformas para que las microempresas puedan acceder a créditos con tasas menores, y con esto se podría subir un punto del PBI al año. Con esto se pretende impulsar sus niveles de producción e incentivar su interés en la formalización.

## REFERENCIAS NORMATIVAS

- **GP ISO/IEC 73:2008 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA EN GENERAL.** Gestión del riesgo. Vocabulario. Directrices para la utilización en las normas 15 paginas.
- Esta Guía proporciona a los redactores de normas, definiciones genéricas de los términos relativos a la gestión del riesgo. Está prevista como un documento genérico de alto nivel para ser utilizado en la elaboración o revisión de normas, que incluyan aspectos relacionados con la gestión del riesgo.
- La finalidad de esta Guía es promover una aproximación coherente en la descripción de las actividades relacionadas con la gestión del riesgo, y en la utilización de la terminología relativa a este tema. Está orientada a contribuir a un entendimiento mutuo entre los miembros de ISO y de IEC, antes que a proporcionar directrices sobre la práctica de la gestión del riesgo.
- **NTP ISO 10003:2010 GESTION DE LA CALIDAD.** Satisfacción del cliente. Directrices para la resolución de conflictos de forma externa a las organizaciones.
- Proporciona orientación a las organizaciones para planificar diseñar, desarrollar, aplicar, mantener y mejorar la resolución de conflictos externa eficaz y eficiente para quejas relacionadas con el producto. La resolución de conflictos proporciona un recurso viable cuando las organizaciones no solucionan una queja internamente. La mayoría de las quejas pueden resolverse satisfactoriamente dentro de la organización sin necesidad de mayor inversión de tiempo y aplicación de procedimientos tediosos.

### **NTP ISO 15161:2003 DIRECTRICES PARA LA APLICACION DE LA NTP- 9001:2001 PARA LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.**

- Esta norma brinda orientación a las organizaciones para aplicar los requisitos de la NTP-ISO 9001 durante el desarrollo e implementación de un sistema de gestión de la calidad en la industria de alimentos y bebidas. Suministra

información sobre las posibles interacciones de la serie de normas NTP-ISO 9000 y el sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) para los requisitos de inocuidad de los alimentos

**NTP ISO-TS 22004:2006 SISTEMA DE GESTION DE LA INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS. Orientación para aplicación de la NTP-ISO 22000:2006**

**NTP 833.915:2004 PRINCIPIOS GENERALES DE HIGIENE DE LOS ALIMENTOS**

- Establece los Principios Generales Higiene de los Alimentos:
- identifica los principios esenciales de higiene de los alimentos aplicables a lo largo de toda la cadena alimentaria (desde la producción primaria hasta el consumidor final), a fin de lograr el objetivo de que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo humano.
- Recomienda la aplicación de criterios basados en el sistema HACCP para elevar el nivel de inocuidad alimentaria.
- Indica cómo fomentar la aplicación de esos principios.
- Facilita la orientación para códigos específicos que puedan necesitarse para los sectores de la cadena alimentaria, los procesos o los productos básicos, con objeto de ampliar los requisitos de higiene específicos para esos sectores.

### **3.1.2 Análisis FODA**

El análisis FODA permitirá analizar los factores internos y externos para establecer estrategias adecuadas. Consiste en analizar las Fortalezas y Debilidades del negocio, cuales son las Oportunidades y Amenazas que tiene el mismo, en el entorno donde se desempeña. De tal forma de realizar una estrategia que cumpla con el objetivo propuesto por la empresa.

A continuación se presentan las matrices usadas para realizar el análisis.

### I. Matriz de evaluación de factores internos

Tabla 22: Matriz FI

Factores Determinantes De Éxito		Peso	Valor	Ponderación
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Ubicación estratégica	25%	4	1
2	Conocimiento Know How de los productos	17%	4	0,68
3	Variedad de productos	15%	3,5	0,525
4	4.Personal calificado	12%	2,5	0,3
5	5.Productos de Calidad	10%	2	0,2
<b>Sub – Total</b>		<b>79%</b>		<b>2,705</b>
<b>Debilidades</b>				
1	Poca experiencia en el mercado.	9%	4	0,36
2	Infraestructura alquilada.	3%	3	0,09
3	Falta posicionamiento de la Marca	5%	3,5	0,175
4	Poca experiencia en ventas de Postres	2%	2,5	0,05
5	Capacidad de compra limitada al inicio.	2%	2,5	0,05
<b>Sub – Total</b>		<b>21%</b>		<b>0,725</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>3,43</b>

Fuente: Elaboración Propia

Nivel	Puntaje
Muy Positivo	4

Tabla 23: Puntuación Matriz FI

Positivo	3
Negativo	2
Muy Negativo	1

Fuente: Elaboración Propia

Los factores internos son evaluados en la Tabla 24. Usando las puntuaciones de la Tabla 25. Cada factor tiene asignado un peso de acuerdo a su importancia relativa.

La ponderación total obtenida es 3.43.

Tabla 24: Matriz FE

Factores Determinantes De Éxito		Peso	Valor	Ponderación
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Demanda	6%	2	0,12
2	Recomendación por el servicio	25%	4,5	1,125
3	Uso de E commerce (redes sociales y tecnología)	25%	4	1
4	Baja Competencia	18%	3,5	0,63
5	PBI per cápita ( ingreso anual, promedio por persona)	10%	3	0,3
<b>Sub – Total</b>		<b>84%</b>		<b>3,175</b>
<b>Amenazas</b>				

Nivel		Puntaje		
1	Entrada de nuevos competidores	7%	4	0,28
2	Inflación	3%	3	0,09
3	Inestabilidad Política	3%	3	0,09
4	Desconfianza por ser una empresa nueva.	1%	2	0,02
5	Desastre Naturales	2%	2	0,04
<b>Sub – Total</b>		<b>16%</b>		<b>0,52</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>3,70</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Puntuación Matriz FE

Muy Positivo	4
Positivo	3
Negativo	2
Muy Negativo	1

Fuente: Elaboración Propia

Los factores internos son evaluados en la Tabla 20. Usando las puntuaciones de la Tabla 21. Cada factor tiene asignado un peso de acuerdo a su importancia relativa.

La ponderación total obtenida es 3.70.

## II. MATRIZ FODA

- ✓ Las estrategias a desarrollar son de cuatro tipos:
  - Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades) → Estrategia Ofensiva
  - Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades) → Estrategia de Reorientación
  - Estrategias FA (Fortalezas y Amenazas) → Estrategia Defensiva
  - Estrategias DA (Debilidades y Amenazas) → Estrategia de Supervivencia

Tabla 26: Matriz FODA

	Fortaleza	Debilidades
<b>MATRIZ DE FODA</b>	1.Ubicación estratégica 2.Conocimiento Know How de los productos 3.Variedad de productos 4.Personal calificado 5.Productos de Calidad	1. Poca experiencia en el mercado. 2. Infraestructura alquilada. 3.Falta posicionamiento de la Marca 4.Poca experiencia en ventas de Postres 5. Capacidad de compra limitada al inicio.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRAGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>

1.Demanda 2.Recomendación por el servicio 3.Uso de E commerce (redes sociales y tecnología) 4.Buena relación con proveedores 5.PBI per cápita ( ingreso anual, promedio por persona)	Dar buen servicio a los clientes en el establecimiento y satisfacer las necesidades.(F1,O1) Utilizar la técnica de benchmarking en el punto de venta. (F4,O2) Proporcionar a través de las redes sociales, los mejores precios. (F5,O3) Ampliar nuestra oferta en respecto a la venta de postres, por el conocimiento Know How de los postres.(F2,O4) Ampliar la gama de productos, aprovechado el crecimiento económico en el sector comercio. (F3,O5)	Aprovechar la demanda, que permite formar una buena reputación y ganar experiencia en el rubro. (D4,O1) Ganar experiencia en el mercado, para poder ser reconocido por el cliente.(D1, O2) Utilizar la redes sociales para poder promocionar y posicionar la marca.(D3,O3) Utilizar buena relación con proveedores, para poder tener financiamiento para compra de los insumos. (D5.O4) Aprovechar el crecimiento económico en el sector comercio y cubrir el costo de alquiler. (D2,O5)
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTARTEGIAS DA</b>
1.Entrada de nuevos competidores 2.Inflacion 3.Inestabilidad Política 4. Desconfianza por ser una empresa nueva. 5.Desastre Naturales	Diferenciar el producto y dar buen servicio al cliente , que sienta una y satisfaga sus necesidades.(F4,A1) Implementar medidas de seguridad, ante un desastre natural que ocurra. (F1,A5) Ofrecer y dar conocer la variedad de productos en el mercado ofreciendo con valor agregado. (F3,A4)	Implementar medidas de seguridad ante un desastre que cause pérdida económica. (D2,A5) Realizar seguimiento a los clientes para interactuar sobre desempeño del producto.( D4,A4)

Fuente: Elaboración Propia

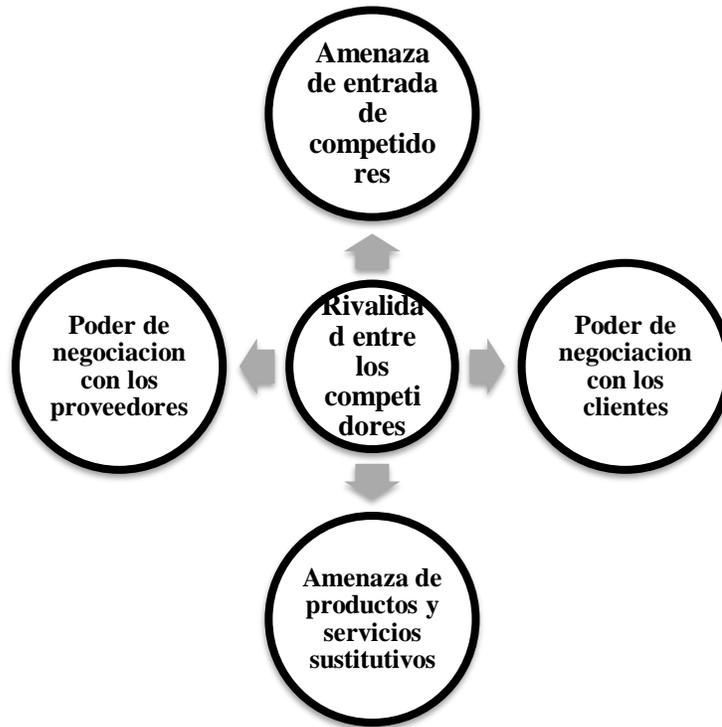
### 3.1.3 Micro entorno

La perspectiva del nivel de competencia y poder de negociación que posee frente a sus proveedores, compradores, la competencia actual directa y los potenciales competidores del mercado.

#### 3.1.3.1 Fuerzas competitivas de PORTER

Se realizará el análisis de las cinco fuerzas de Porter:

Figura 5: Productos Sustitutos



Fuente: Elaboración Propia

A continuación el análisis que realiza “Mi dulce Limeñita” para las cinco fuerzas:

### **1. Amenaza de entrada de competidores:**

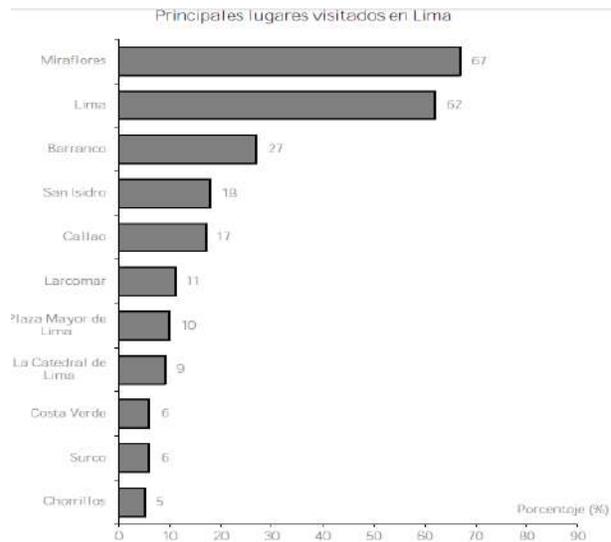
El nivel de competencia, De acuerdo a la ubicación de la empresa los únicos negocios es ambulatorio que venden por los alrededores con productos similares, lo cual representa una oportunidad de negocio, al no existir competencia cercana.

### **2. Poder de negociación con los clientes**

El mercado potencial general del negocio propuesto se establece en Turistas extranjeros y visitantes de los alrededores del distrito de barranco de ambos sexos, de toda edad y estrato socioeconómico, pues los productos que conformarían la oferta no tienen restricción alguna y el precio de las porciones propuesto es bastante accesible.

Se visualiza en la gráfica que los principales lugares que visitan los turistas son como uno de los principales que representa un porcentaje Miraflores (67%), Lima (62%) y Barranco (27%).

Ilustración 4: Visitan a Barranco



Fuente: INEI

Concentración de clientes:

En el distrito de barranco se ha identificado que existe bastante concurrencia de clientes que demandan la mayor parte por el turismo.

Diferenciación:

En base la información, la empresa “Mi dulce Limeñita “tendrá como valor agregado ofreciendo productos tradicionales Peruanos, dándole conocer a los clientes por la nueva propuesta.

### 3. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Disponibilidad de sustitutos

Los sustitutos de “Mi Dulce Limeñita”, es bajo porque existen negocios ambulatorios que ofrecen productos como Churros, panecillos entre otros.

La competencia actual se debe considerar todas las alternativas de postres al paso que se ofrecen en los alrededores del Distrito de Barranco, ya sean los mismos postres que el proyecto ofertará u otros tipos de postres que pueden ser ofrecidos.

A continuación, se muestra un cuadro de las principales alternativas que tienen los consumidores que asisten a los alrededores del Distrito de Barranco.

Empresa	Dirección	Productos	Atributo
<b>Pasteles Bocaditos Damaris</b>	<b>Y</b> Ignacio Mariátegui 177, Barranco	Tortas y bocaditos (turrones, empanadas, alfajores, entre otros)	Calidad
<b>El Taller Patisserie</b>	Pedro de Osma 409, Barranco	Tortas y bocaditos (alfajores, entre otros)	Experiencia
<b>Panadería Fukuyama</b>	Almirante Grau 349, Barranco	Postres Clásicos	Precio-Variedad

Tabla 27: Productos Sustitutos

Fuente: Elaboración Propia

#### 4. Poder de negociación con los proveedores

Concentración de proveedores

El nivel de poder negociar con los proveedores es bajo, porque existe una alta disponibilidad de sustitutos para los productos que ofrecen.

Importancia del volumen para los proveedores.

Al ser una empresa que recién inicia sus operaciones y al no tener un alto volumen de compra, no vamos a ser tan atractivos para el proveedor. Asimismo, a medida que la empresa incrementa sus ventas, el nivel de comprar aumentara la misma proporción y el poder de negociación con respecto a proveedores será favorable, beneficiando en la reducción del costo.

Para el negocio de la comercialización de postres, los insumos principales pueden obtenerse de los mercados de Lima, y a precios bajos por compras al por mayor. Entre aquellos proveedores del producto final, se encuentran las panaderías, pastelerías, maestros pasteleros independientes, entre otros.

El poder de los proveedores para el negocio no es crítico debido a que existe oferta de proveedores en el mercado.

Tabla 28: Proveedores De Insumos

<b>GLORIA</b>	Leche	Norma ISO 22000:2005
<b>GLORIA</b>	Mantequilla	ISO 22000 e ISO 9001
<b>GLORIA</b>	Manjar Blanco	Norma ISO 22000:2005
<b>Nestel</b>	Leche Condensada	ISO 22000 e ISO 9001
<b>Mercado de Frutas</b>	Todo tipo de Frutas frescas.	
<b>Cartavio</b>	Azúcar blanca	Norma ISO 22000:2005
	Azúcar Rubia	Norma ISO 22000:2005
<b>Costeño</b>	Frijol	
	Arroz	
<b>La Negrita - Alicorp</b>	Esencia de Vainilla	ISO 9001:2000 HACCP - BPM
	Gelatina	ISO 14001:1996
<b>Primor - Alicorp</b>	Aceite	ISO 9001:2000 HACCP - BPM
<b>Blanca Flor - Alicorp</b>	Harina	ISO 9001:2000
<b>Nieve - Alicorp</b>	Manteca	ISO 9001:2000

Fuente: Elaboración Propia

## 5. Rivalidad entre los competidores

Concentración:

El nivel de competencia, De acuerdo a la ubicación de la empresa los únicos negocios es ambulatorio que venden por los alrededores con productos similares, lo cual representa una oportunidad de negocio, al no existir competencia cercana.

### 3.2 Ámbito de acción del negocio

La empresa “Mi Dulce Limeñita”, tendrá un ámbito de acción, el cual se va a ubicar en la en el distrito de Barranco.

Está dirigido a los hogares entre 18 a 45 años de los niveles socio económico B y C del distrito expuesto.

Personas que le gusta lo tradicional del Perú, que quieran conocer de preferencia que le agrade los postres y dulces.

### 3.3 Cadena de Valor

Ilustración 5: Cadena de Valor



#### a) Actividades primarias

**Logística interna:** Mi dulce limeñita tendrá un pequeño almacén para poder almacenar los insumos para la elaboración de los postres.

**Operaciones:** Mi dulce Limeñita, se contara con el producto para realizar las compras de los insumos para la elaboración de los postres.

**Logística Externa:** Mi dulce Limeñita contara con un personal capacitado para realizar el procesamiento de venta, por parte del cliente, cuando asista al lugar a comprar un producto.

**Marketing y Ventas:** Mi dulce Limeñita cuenta con una estructura del plan de marketing con el objetivo de captar clientes y nos brinde la oportunidad de poder establecer una relación comercial duradera, brindando a los clientes promociones y descuentos que llame su atención.

**Servicios:** Mi Dulce Limeñita brindara un excelente servicio al cliente porque sus personales se encuentran en la capacidad de atender con mucha cordialidad, si el cliente recibe un buen servicio, será probable que vuelvan a comprar nuestros productos y nos visite, de tal forma de fidelizarlos. Cabe resaltar que hoy en día, ya no solo se busca el precio y la calidad, sino que también la atención.

**b) Actividades de apoyo**

**Infraestructura de la empresa:** Mi Dulce Limeñita, establecerá tres áreas que se desarrollan y complementan entre sí, con el objetivo de brindar un soporte a la empresa.

**Recursos Humanos:** Mi Dulce Limeñita, No cuenta con un área de recursos humanos, pero se ha designado al Gerente General como el encargado de realizar dichas funciones, como es el desarrollo de actividades emocionales y de integración a los colaboradores, de tal forma de originar y mantener un clima laboral adecuado para la empresa, se busca que el colaborador se sienta identificado con lo empresa y brinde su máximo su potencial.

**Tecnología:** Mi Dulce Limeñita, aplicara el marketing digital con el desarrollo de estrategias de publicidad y comercialización a través de los medios digitales, que empleara a la empresa para posicionarse como una marca reconocida en el mercado.

**Abastecimiento o Compra:** Mi Dulce Limeñita ha establecido una política de compra quincenal y mensual, enfocado en el abastecimiento de los productos de consumo masivo. El colaborador encargado, realizara el control del inventario y movimientos de salida de los productos, de tal forma que se pueda determinar la

cantidad mínima a comprar. Los requerimientos de compra deben ser visados o autorizados por el gerente general.

### **Valor agregado**

“Mi dulce Limeñita”,. Tienes estos factores como valor agregado:

Figura 6: Principal Valor Agregado:



Fuente: Elaboración propia

### **Calidad**

Este factor es fundamental tanto en el producto terminado como en el servicio que brindamos a nuestros clientes. Le ofrecemos un producto con estándares de calidad, obtendremos la fidelización del cliente dándole conocer nuestra marca.

### **Variedad**

Brindamos una variedad de postres tradicionales, de dar a conocer a nuestros clientes los deliciosos y ricos postres con alto de conocimiento de ellos. Dándole un ambiente agradable en nuestras instalaciones en Distrito de Barranco.

### **3.3.1 Perfil Estratégico de la Empresa**

Tabla 29: Perfil Estratégico “Mi Dulce Limeñita”

AREA FUNCIONALES FACTORES CLAVES	MUY NEGATIVO MN	NEGATIVO N	EQUILIBRADO E	POSITIVO P	MUY POSITIVO MP
<b>AREA DE MARKETING Y VENTAS</b>					
Generar oportunidades de ventas					X
Imagen de la marca			X		
Promoción y ofertas					X
Responsable de analizar la competencia			X		
Definir la estrategia comercial					X
<b>AREA DE LOGISTICA</b>					
Gestionar y procesar los pedidos compras			X		
Analizar los canales de distribución			X		
Supervisar las actividades diarias, prever los requerimientos de los consumidores					X
Controlar la cadena de suministro					X
<b>AREA DE OPERACIONES</b>					
Organizada con las facturas y boletas.			X		
Cajero es responsable de sumar la cantidad debida por la compra y cargar al consumidor esa cantidad.					X
Cuadre de caja					X
Control del inventario					X
<b>AREA DE CONTABILIDAD</b>					
Elaborar los Estados Financieros			X		
Cumplir con las obligaciones laborales, control de planillas de los trabajadores			X		
Análisis de los gastos.					X
Llevar el registro y control de los libros contables (Compras, Ventas y Diario).					X

Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Descripción del bien o del servicio

La carta de Mi dulce limeña consta de 20 postres finamente elaborados, obtenidos de la cultura tradicional de diversas regiones del país y de la combinación de diversos frutos oriundos. Brindándole la oportunidad de escoger el dulce que sea más de su agrado, lo que garantiza finalmente un resultado impecable.

#### 3.4.1 Definición de Nuestros Postres

### **A. Frejol Colado**

El frejol colado es un dulce típico de la gastronomía del Perú. Su origen está en la ciudad de Chincha en el departamento de Ica. Se cree que quienes primero los prepararon fueron los negros esclavos de las haciendas chinchanas e iqueñas en el siglo XVI.

El ingrediente básico es el frejol (*Phaseolus vulgaris*), grano conocido en otras latitudes como "porotos", "frijoles", "alubias", "habas", "judías", "chícharos", "caraotas" y "habichuelas", entre otras denominaciones. Su preparación es muy fácil.

### **B. Alfajor**

El alfajor es un dulce adoptado por la culinaria peruana que junto con los guargüeros, ranfañote, Suspiro de Limeña y los turrone de Doña Pepa forman el grupo emblemático de la repostería del Perú. Pero el alfajor es un dulce peculiar que llegó con los españoles. Al alfajor cuando llega al Perú, su nombre primigenio era "alajú" lo que denota su indiscutible origen árabe. Etimológicamente viene de "al-has" que en árabe significa "relleno". De ahí pasó a alajú o alhajú y más recientemente alfajor.

### **C. Arroz Con Leche**

El arroz con leche quizás sea el postre más genuinamente autóctono de nuestra tierra, y desde hace muchos siglos, ya que los más antiguos recetarios españoles, cuando referencian el arroz, siempre lo presentan guisado con leche.

### **D. Mazamorra Morada**

En la época colonial surgió un nuevo postre al mezclarse productos autóctonos, como el maíz morado y la harina de camote, con azúcar y con una variedad de frutas secas y en compota (guindones, guindas, orejones, abridores, manzana, y membrillo) venidos de España. La afición por este postre hizo que se difundiera el dicho "limeño mazamorrero", popularizado por el escritor Ricardo Palma, autor de las célebres Tradiciones Peruanas.

Siendo uno de los dulces más típicos de nuestra cultura culinaria, es desconocido que la palabra "mazamorra" era, en tiempos coloniales, el nombre de la comida de la "gente

marginada", es decir, de los condenados a las galeras; delincuentes peligrosos a los que, en vez de condenar a muerte, se les enviaba a remar de por vida al ritmo que les marcaba un tambor y a latigazos se les estimulaba a mantener dicho ritmo. La dieta de esos desdichados era la mazamorra, por lo cual debemos imaginar que se trataría de una comida horrenda.

### **E. Suspiro**

Los orígenes del postre se dan a mediados del siglo XIX en la ciudad de Lima, Perú. Los registros históricos indican que el Suspiro a la Limeña tiene una fuerte influencia islámica y que nació del manjar blanco. Desde sus orígenes está reseñado como: Manjar Real del Perú, en el Nuevo Diccionario Americano de Cocina de 1868. Popularmente al Suspiro se le conocía como "Blanco y Amarillo", por lo colores del postre tradicional, hasta que José Gálvez, prócer y poeta del Perú lo bautizó como "Suspiro de Limeña" por su suavidad y dulzura, que asemejaban a la candidez y sulfura de las mujeres peruanas.

### **F. Empanada**

La empanada peruana se consume desde los inicios del Virreinato del Perú y era motivo de concursos entre sus productores, junto con los más diversos manjares, ya que con motivo de la Navidad el mismo virrey oficiaba de juez visitando los claustros, conventos y panaderías o pastelerías de la Ciudad de los Reyes para premiar a los mejores.

Así se consolida desde hace casi cinco siglos la empanada limeña, horneada y a la que posteriormente se le esparce azúcar en polvo en su fina superficie.

A medida que se la consume, se le echa dentro algunas gotas de limón ácido.

En tamaño normal, se consume en las pastelerías, restaurantes o en casa y aquellas de tamaño miniatura son reservadas para recepciones o piqueos.

Asimismo, en todas las regiones del Perú se consumen empanadas con algunas variantes.

### **G. Turrónes**

La historia tiene como protagonista a Josefa Marmanillo (conocida popularmente como doña Pepa), esclava del valle de cañete en la época colonial que destacaba como buena cocinera.

Debido a unos problemas de salud, empezó a sentir una parálisis en las articulaciones que le impedía realizar sus labores cotidianas. Entonces pidió al Cristo de Pachacamilla que la sanará de ese mal.

Sus plegarias fueron atendidas y Josefa como agradecimiento a ese milagro, en la próxima salida del Señor, ya estaba acostado en una esquina con una tabla especialmente acondicionada, alzó el turrón con sus dos manos y se lo ofreció al Señor, con fe, amor y agradecimiento.

Cuando regresó a Cañete, Josefa contaba que el Cristo había vuelto la cabeza y con una gran sonrisa le había agradecido y bendecido el presente.

Josefa se propuso venir todos los años a ofrecer su dulce en la Fiesta del Señor de los Milagros, luego fue su hija y la hija de ésta y así sucesivamente, hasta nuestros días, en que el Turrón de Doña Pepa, preside, desde hace trescientos años, las expresiones gastronómicas de la muy devota Procesión del Señor de Los Milagros.

## **H. Churros**

Los churros son una comida típica española, de las denominadas "frutos de sartén" y muy difundida en otros países hispánicos, por ejemplo: Uruguay, Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, República Dominicana, Costa Rica y Venezuela. Este dulce también es popular en Portugal y en Brasil, donde el churro puede tener relleno de dulce de leche o chocolate (al igual que en Uruguay, Argentina y México).

El origen de los churros se debe a los pastores. Acostumbrados a acompañar sus comidas con pan decidieron elaborarlo ellos mismos durante sus largas temporadas en el campo conduciendo a los rebaños en la trashumancia. No tuvieron dificultades en elaborar la masa del pan, pero se encontraron con un problema: en el campo no disponían de hornos para cocer. Así que la solución fue freír la masa. De esta forma nacieron los primeros churros (posiblemente tomaron el nombre del ganado churro) y que muy pronto se extendieron por medio mundo.

## **I. Machado De Membrillo**

El machado de membrillo tiene sus orígenes afroperuanos, que se instaló en la en la provincia de Cañete, y que hasta ahora nos sigue dejando este legado como fuente de inspiración a la comida peruana y sobre todo a los postres que son oriundos y raíces ancestrales.

## **J. Mazamorra De Calabaza**

Tiene sus orígenes en la sierra peruana específicamente en la provincia de Pasco, consumida desde periodos prehispánicos fue considerado un manjar para nuestros antepasados, ya que concentra una gran variedad de proteínas.

Los frutos son muy nutritivos en ambos casos, conteniendo dosis importantes de vitamina A, C, D, E, potasio y zinc. Las semillas se emplean también para la elaboración de aceite, y en gastronomía, tostadas y saladas.

## **K. Mousse De Chocolate**

El 21 de abril, un día antes, el Emperador en persona visitaba a su VIII Ejército, empantanado en el lodazal que rodeaba la muralla de Astorga. Esa misma noche, el Cocinero Mayor de su Ejército, Françoise Masette, en su afán por agradar al Emperador, pidió al artesano chocolatero Manuel Cordero, que preparara su celebrada "Espuma de chocolate".

Se dice que el Emperador, impresionado por el aroma y suavidad de este postre, se llevó a Manuel Cordero y su familia hacia tierras francesas, maravillando en los círculos culinarios de la élite francesa el ya para siempre bautizado postre "MOUSSE AU CHOCOLAT".(La palabra mousse es de origen francés y significa 'espuma').

Aquí queda a su merced la controversia acerca del verdadero origen de esta irresistible espuma de chocolate. Reconocida mundialmente como invención francesa, el pueblo español, sin embargo, merece los laureles, aun cuando la mousse no haya resultado finalmente un plato típico de la gastronomía maragata.

## **L. Crema Volteada**

Se considera que la primera mención de la crème brûlée aparece en Francia, en el libro de cocina *Nouveau cuisinier royal et bourgeois* de François Massialot, publicado en 1691. La crema empleada entonces era a base de yema de huevo y leche con una pizca de harina. Este cocinero de Felipe I de Orleans precisa en su recetario que "Es necesario echar bastante azúcar encima, a parte del azúcar que se echa dentro: se coge la paleta del fuego, al rojo vivo; y a la vez se quema con ella la crema a fin de que coja un hermoso color oro."

El libro fue traducido al inglés como *The Court and Country Cook* y publicado en 1702. Tuvo muchas reediciones y fue utilizado por los chefs profesionales anglosajones hasta mediados del siglo XVIII.

## **M. Mazamorra De Cochino**

La mazamorra de cochino es un postre típico peruano, muy antiguo.

Dice la tradición que en la época de la colonia todas las casas de Lima tenían en la parte posterior un huerto donde se plantaban flores y algunos frutales, entre estos no faltaba algunos guayabos. Como la producción de los guayabos era abundante y muchos frutos se malograban por la plaga de gusanos y caían al suelo, entonces los esclavos amarraban a los chanchos (cochinos) al tronco del árbol para que se alimentaran con las guayabas caídas. De ahí viene el nombre de la mazamorra, que se prepara con leche, harina de trigo, chancaca o panela, la pulpa de las guayabas y además se perfuma con canela y clavo de olor.

## **N. Arroz Zambito**

Llegó a Perú de manos de los conquistadores. El nombre de zambito (negro) proviene del color que toma el arroz por la presencia de la chancaca.

Desde entonces, la fiebre por lo dulce se apoderó del paladar peruano y así las recetas de los dulces españoles más la creatividad local sobre todo en la inclusión de insumos, dieron como resultado uno de los postres más deliciosos del Perú.

## **O. Acuñas**

Este bocadillo es oriundo de Ayabaca y su preparación es muy sencilla. El proceso empezaba con la molienda de la caña de azúcar de donde se logra obtener el Guarapo (el jugo extraído de la caña), ese jugo se hervía hasta obtener una sustancia gelatinosa, al conseguir la consistencia requerida se vuelca sobre ella el maní que le ayuda a volverse más compacta, se deja reposar unas horas y se corta en pequeños trozos listos para la venta.

Este dulce puede convertirse en una adicción para las personas que les gusta el maní y no se empalagan fácilmente. Aquellos que tienen la dentadura frágil, su textura lo hace pegajoso y más de uno puede terminar con la prótesis dental fuera de sitio. A los que no tienen problemas odontológicos atrevanse a probar uno de los dulces más característicos de Piura.

## **P. Helado De Camu Camu**

Medio siglo atrás, el fruto era casi desconocido por la población amazónica urbana, al punto que no se sabía si era comestible. Los primeros análisis químicos de la fruta revelaron su excepcional contenido de vitamina C y ampliaron el interés y su empleo como recurso anti-oxidante. Es apreciado también, por su contenido alto de flavonoides y pectinas que cumplen un importante rol para la salud.

Existen diversas modalidades tradicionales de uso de la especie por los pobladores amazónicos: la corteza del tallo y la raíz en cocimiento para el tratamiento del reumatismo y diarreas; los frutos y la corteza son empleados para teñir fibras vegetales de la ‘chambira’ (*Astrocarium chambira*); la corteza raspada es aplicada localmente para

aliviar dolores musculares. Asimismo, la fiebre y el dolor de cabeza son tratados con las hojas trituradas. El fruto, además, es empleado como carnada en la pesca.

Las formas de utilización se han ampliado y diversificado en los últimos cinco años, siendo ahora empleado en la fabricación de bebidas refrescantes, yogurt, mermeladas, helados, néctar, productos para el cabello y deshidratados bajo distintas formas de presentación como cápsulas, pastillas y refrescos instantáneos.

### **Q. Camotillo**

Postre proveniente de Arequipa, quien ocupa el tercer lugar en la lista de ciudades de Perú con el mayor número de recetas de dulces tradicionales, las cuales suman 60, después de Moquegua y Piura.

El cultivo del camote abunda en los valles, la canela y naranja siempre están presentes en la Culinaria Criolla. Es un dulce de olla, fácil de preparar y muy nutritivo, una alternativa a los chocolates en invierno. La combinación de los aceites esenciales de naranja y la consistencia del camote hacen una mezcla fabulosa que explota de sabor en la boca.

La textura suave y agradable color distinguen al camotillo, dulce que resulta ser un manjar muy rico y calmador de hambre. Unas barras de camotillo para los niños y grandes de la casa harán inolvidable un momento familiar. Puede almacenarse en papel manteca en un frasco de vidrio.

El camotillo es un dulce tradicional hecho a base de camote amarillo, por lo que en el año 2009 recibió la condecoración a mejor postre tradicional arequipeño.

### **R. Sanguito**

El sango de ñajú es un plato afroperuano. No sabemos si fue creado en las costas peruanas o en las africanas. Duarte López, quien permaneció en San Salvador entre 1579 y 1583, menciona la presencia de maíz.

El ñajú (*Hibiscus esculentus*), también conocido con el nombre de gombo o quibombo es un fruto africano de forma parecida a la del ají, pero verde se obtiene de una planta de la familia de las malváceas y se emplea cuando está tierno en algunos guisos para formar una especie de gelatina que los espesa.

En el mes de Octubre, temporada de la procesión del Señor de los Milagros, corridas de toros y, claro, todo el exquisito despliegue gastronómico que cada año acompaña estas tradicionales festividades. Si se trata de abordar las tradiciones limeñas, entonces es lógico dedicar un espacio a este postre tan representativo.

### **S. Voladores**

A lo largo de su historia los pobladores del departamento de Moquegua se han caracterizado por su afición a los postres de todo tipo y por el trabajo y la creatividad que siempre han puesto en su elaboración. De ahí la calidad, originalidad y renombre de los dulces moqueguanos que han hecho de este departamento una de las regiones más importantes en este rubro en todo el ámbito hispanoamericano.

Este postre tradicional moqueguano se caracteriza por ser fino y trabajado en todos sus elementos. Las masas casi nunca son crujientes sino esponjosas y livianas. También las combinaciones de sabor y aromas suelen ser delicadas, basadas en matices suaves apropiadas para los paladares más exigentes.

### **T. Guangueros**

Los dulces peruanos con mucha tradición, sobre todo en Lima y los departamentos costeros del sur. Antiguamente se le conoció también como “gaznate”, por su similitud con el dulce español hecho de frutas.

### 3.4.2 Composición

Tabla 30: Ingredientes Postres I

Alfajor:	Frejol Colado	Arroz Con Leche	Mazamorra
2 Tazas de Harina Cernida. 3/4 Taza de Mantequilla 4 Cucharadas de Azúcar en polvo 2 Tazas de Manjar Blanco	1 Kilo de Azúcar 600 Gramos Frejol 3 unidades de Clavo de Olor ½ Taza de Leche Evaporada ½ Taza de Agua	5 Tazas de Agua 1 Raja de Canela Pizca de Sal 1 Taza de Arroz 1 Lata de Leche Evaporada 1 ½ Taza de Azúcar 1 Cdto. De Esencia de Vainilla	1 Piña 2 Membrillos 2 Manzanas 2 Melocotones 12 Guindones 2 Rajas De Canela 5 Clavos De Olor 1 Taza De Azúcar 1 Kg De Maíz Morado ¾ Kg.De Azúcar 10 Cdas De Harina De Camote 2 Limones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31: Ingredientes Postres II

Mazamorra De Calabaza	Mousse De Chocolate	Crema Volteada	Mazamorra De Cochino
200gr. harina de trigo 01 calabaza 200 gr. De azúcar 01 bola de chancaca 200gr. Azúcar Canela y clavo de olor.	150 gr. De gelatina 03 cucharas de leche 04 claras de huevo. 03 yemas de huevo 03 cucharas de azúcar 125 gr. De chocolate	01 lata de leche evaporada 04 huevos ¾ tazas de azúcar 01 cucharadita de esencia de Vainilla 01 lata de leche condensada.	01 bola chancaca 06 huevo ½ taza de azúcar ½ Jugo de naranja Canela ½ de harina o maicena

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: Ingredientes Postre III

Arroz Zambito	Camotillo	Sanguito	Voladores
04 Clavo de olor Canela molida 01 bola de chancaca Azúcar ½ kilo de arroz Pasas, coco rallado 6 gr. De anís 04 Nueces, pasas	½ kilo camote ½ litro azúcar 1 tarro de leche evaporada ½ naranja ½ limón	03 tapas de chancaca 125 gr. De harina de maíz 50gr. De mantequilla 25 gr. De pasas Anís al gusto. 1 copita de vino dulce. 1 trozo de cascara de naranja.	06 yemas de huevo 1 ¼ taza de harina de maíz 4 cuchara de mantequilla 2 cuchara de azúcar Anís al gusto ½ copa pisco Una pizca de sal Manjar blanco al gusto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Ingredientes de Postres IV

Acuñas	Helado De Camu Camu	Guargueros:	Churros
Maní tostado 200 gramos Azúcar granulada 200 gramos ½ cdta jugo de limón 1 cucharada glucosa 1 cdta esencia de vainilla 03 Huevos Azúcar en polvo 1 cucharada margarina	½ kilo Camu camu ½ litro agua 1 tarro de leche evaporada 1 tarro de leche condensada 1 taza de azúcar	250 gr. De harina 4 Claras 4 Yemas 1 Cucharita de margarina 1 cucharadita de pisco ½ Taza de aceite 250 gr. Manjar blanco Azúcar en polvo al gusto	½ de harina ½ litro de aceite ½ huevo Vainilla 1 cucharadita de sal

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34: Ingredientes de Postres V

Acuñas	Helado De Camu Camu	Guargueros:	Churros
Maní tostado 200 gramos	½ kilo Camu camu	250 gr. De harina	½ de harina
Azúcar granulada 200 gramos	½ litro agua	4 Claras	½ litro de aceite
½ cda jugo de limón	1 tarro de leche evaporada	4 Yemas	½ huevo
1 cucharada glucosa	1 tarro de leche condensada	1 Cucharita de margarina	Vainilla
1 cda esencia de vainilla	1 taza de azúcar	1 cucharadita de pisco	1 cucharadita de sal
03 Huevos		½ Taza de aceite	
Azúcar en polvo		250 gr. Manjar blanco	
1 cucharada margarina		Azúcar en polvo al gusto	

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Estudio de la demanda

#### 3.5.1 Tendencia del Consumidor

A pesar de todo, un gran número de consumidores aún mantienen optimismo por el crecimiento económico a largo plazo del país, esperando recuperación y estabilidad definitiva en los próximos años, lo que debería impulsar aumentos continuos en los ingresos y un aumento en el gasto impulsado por la demanda reprimida.

En los últimos años, los consumidores peruanos aumentaron sus ingresos y cada vez gastan en las actividades de ocio como salir más a menudo para comidas y entretenimiento, los consumidores viajan cada vez más durante sus vacaciones o cuando están de vacaciones. Ya que es impulsada por el creciente número de hogares de la clase media.

Los consumidores peruanos disfrutan más en salir a fuera de casa y el aumento de los ingresos disponibles significa que pueden salir con más frecuencia, especialmente en lugares que sirven platos nacionales populares. La demanda ha crecido constantemente.

### **Adultos Jóvenes**

Según el Índice Financiero Global del Banco Mundial, Perú es uno de los países menos desarrollados en la banca. La cobertura total es del 20% para la población de 15 a 24 años. Alrededor del 16% de los adultos jóvenes tienen una cuenta de ahorro y esto es más elevado en hombres de un nivel socioeconómico más alto.

Perú es uno de los pocos países de América Latina que ha formulado una estrategia nacional de alfabetización financiera dirigida especialmente a los jóvenes, informó la Asociación Latinoamericana de Instituciones de Financiamiento para el Desarrollo (ALIDE). Esto involucra a instituciones del sector público y privado que trabajan por la inclusión financiera.

### **Juventud Media**

Según un artículo publicado por Semana Económica, se considera que alrededor del 60% de la población urbana pertenece a este grupo. Este sector dinámico de la economía se ha apresurado a aprovechar las oportunidades que se les presentan. Este grupo se ha caracterizado por ingresar rápidamente a la fuerza de trabajo después de la escuela secundaria, pero cuando la economía lo requirió, un gran número de ellos regresaron a la universidad después de tener cierta experiencia profesional, en busca de conocimiento que mejoraría su trayectoria profesional

Este grupo es el más optimista financieramente; están impulsando la economía, ya que son la generación más emprendedora de la historia. La palabra empresario, tradicionalmente relacionada con un empresario de ingresos medios más altos con una pequeña o mediana empresa, ahora es sinónimo de hombres y mujeres de todos los niveles socioeconómicos e involucrados en todo tipo de actividades, desde microempresas hasta pequeñas y medianas empresas y grandes.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Perú tuvo una tasa de actividad emprendedora del 28.8% en 2014, la quinta más grande del mundo. Esto demuestra un aumento del 23.4%, que se registró en 2013. Perú sigue siendo uno de los países más emprendedores de América Latina (el promedio para el cual es 17.6%), solo superado por Ecuador (32%).

La gastronomía se ha convertido en un factor de amalgama social, identidad cultural y orgullo nacional, que era imposible de imaginar en los años ochenta y noventa. Según un estudio lanzado por la Universidad de Lima, el 95% de las personas entrevistadas dijeron sentirse orgullosas de ser peruanas por la calidad de su cocina y el reconocimiento de que logra más allá de sus fronteras.

Hoy en Perú comer fuera es un pasatiempo importante para los peruanos, ya sea con la familia, los socios o los amigos. La mayoría de las familias disfrutan salir a comer al menos una vez a la semana. Muchas empresas nuevas se han desarrollado gracias a la promoción de la gastronomía peruana. Esto ha visto un crecimiento en muchos sectores, incluidos el turismo, el comercio, la agroindustria, la distribución y los servicios. Es una cadena de valor que integra instituciones públicas y privadas en torno a los alimentos y APEGA, que es la Asociación Peruana de Gastronomía, ha alentado a los chefs y empresarios de la industria gastronómica a trabajar juntos y con el gobierno para desarrollar esta industria en el país.

Los peruanos son quisquillosos con la calidad de los productos y la comida. También están dispuestos a gastar más si se considera que la calidad de la comida vale la pena. La mayoría de las personas prefieren comidas frescas y caseras en lugar de comprar comidas precocinadas, sin embargo, algunos productos hechos para facilitar la cocina han ganado popularidad, como elementos preparados previamente para agregar sabor a las comidas, algunas salsas preparadas,

### **3.5.2 Segmento de Mercado**

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) de enero a julio del 2019 ingresaron 2 589 557 turistas (1.7% más que el 2018).

Ilustración 6: Visitan de Turistas al Perú

Llegada de turistas internacionales, según país de residencia								
País de Residencia	Julio		Var. %	Enero - Julio		Var. %	Flujo Ene-Jul 19-18	Part. % 2019
	2018	2019		2018	2019			
<b>Total<sup>1</sup></b>	<b>408 784</b>	<b>412 415</b>	<b>▲ 0,9</b>	<b>2 545 465</b>	<b>2 589 557</b>	<b>▲ 1,7</b>	<b>44 092</b>	<b>100,0</b>
1 Chile	104 626	118 844	▲ 13,6	686 554	739 208	▲ 7,7	52 654	28,5
2 EE.UU.	62 278	66 063	▲ 6,1	382 465	402 385	▲ 5,2	19 920	15,5
3 Ecuador	23 616	22 955	▼ -2,8	149 746	183 247	▲ 22,4	33 501	7,1
4 Colombia	17 059	16 987	▼ -0,4	124 833	132 443	▲ 6,1	7 610	5,1
5 Argentina	22 099	21 912	▼ -0,8	135 435	125 891	▼ -7,0	-9 544	4,9
6 Bolivia	13 132	16 348	▲ 24,5	88 278	111 844	▲ 26,7	23 566	4,3
7 Brasil	18 712	20 304	▲ 8,5	101 791	100 167	▼ -1,6	-1 624	3,9
8 España	14 603	16 682	▲ 14,2	79 979	85 139	▲ 6,5	5 160	3,3
9 Venezuela <sup>2</sup>	36 500	5 766	▼ -84,2	211 547	79 638	▼ -62,4	-131 909	3,1
10 México	10 580	13 435	▲ 27,0	56 214	68 295	▲ 21,5	12 081	2,6
11 Francia	13 082	13 213	▲ 1,0	56 266	62 559	▲ 11,2	6 293	2,4
12 Canadá	6 485	8 178	▲ 26,1	50 661	56 689	▲ 11,9	6 028	2,2
13 Alemania	6 740	7 195	▲ 6,8	45 403	49 506	▲ 9,0	4 103	1,9
14 Reino Unido	7 739	7 747	▲ 0,1	44 156	42 156	▼ -4,5	-2 000	1,6
15 Italia	7 025	7 095	▲ 1,0	38 501	37 755	▼ -1,9	-746	1,5
16 Japón	2 894	2 470	▼ -14,7	27 717	24 949	▼ -10,0	-2 768	1,0
17 China (R.P.)	2 610	2 923	▲ 12,0	21 873	23 882	▲ 9,2	2 009	0,9
18 Australia	2 954	2 889	▼ -2,2	20 615	22 050	▲ 7,0	1 435	0,9
19 Países Bajos	5 268	5 240	▼ -0,5	20 337	21 407	▲ 5,3	1 070	0,8
20 Corea del Sur	2 134	2 029	▼ -4,9	20 277	19 313	▼ -4,8	-964	0,7
21 Suiza	2 663	2 945	▲ 10,6	13 943	14 155	▲ 1,5	212	0,5
22 Uruguay	1 796	2 541	▲ 41,5	12 226	13 280	▲ 8,6	1 054	0,5
23 Panamá	1 672	1 676	▲ 0,2	12 315	12 686	▲ 3,0	371	0,5
24 Israel	807	1 235	▲ 53,0	11 038	12 165	▲ 10,2	1 127	0,5
25 Costa Rica	1 582	1 952	▲ 23,4	9 823	11 807	▲ 20,2	1 984	0,5
26 Bélgica	3 091	3 013	▼ -2,5	9 528	9 764	▲ 2,5	236	0,4
27 Cuba	816	1 528	▲ 87,3	4 865	6 730	▲ 38,3	1 865	0,3
28 Suecia	839	975	▲ 16,2	6 681	6 638	▼ -0,6	-43	0,3
29 Paraguay	652	773	▲ 18,6	5 966	6 137	▲ 2,9	171	0,2
30 Rusia	526	593	▲ 12,7	5 255	5 859	▲ 11,5	604	0,2
31 Polonia	624	730	▲ 17,0	5 111	5 727	▲ 12,1	616	0,2

Fuente: Mincetur

Nuestro mercado potencial son las personas de Lima Metropolitana, de nivel socioeconómico B y C que frecuentan Barranco, esto se debe a la relación que hay entre el ingreso mensual de estas personas con el precio del producto que se ofrecerá al mercado y estarían dispuestas a pagar por el producto.

Un reciente estudio detalló que en el año 2018 un total de 203,500 subieron de nivel socioeconómico en Lima Metropolitana. De acuerdo con la investigación, unos 100,000 hogares migraron del nivel socioeconómico (NSE) E al D. Asimismo, del segmento D al C subieron 40,000 hogares y otros 55,000 pasaron del C al B.

En tanto, del B al A migraron solamente unas 8,500 familias en la capital. Según la consultora, tras esta movilidad, los niveles A y B pasaron de representar el 27.5% en 2016 a 29.4% en 2017. El segmento A, con ingresos familiares mensuales de S/. 14,

205, en promedio; el B, con S/. 7, 297; el C, con S/. 4, 193; el D, con S/.,2, 851, y el E, con S/.,2, 120. Fuente: APEIM 2018.

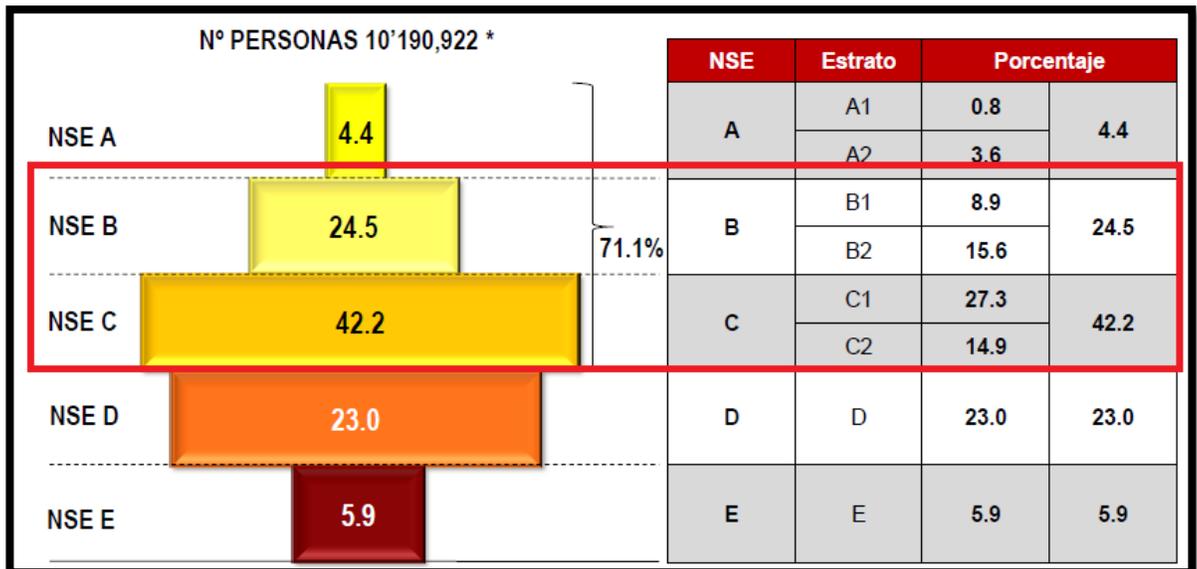
**Nivel Socioeconómico.**

Para el presente plan de negocio el mercado de la demanda serán las personas de ambos sexos de nivel socioeconómicos B y C, el cual de acuerdo al estudio realizado por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM) en el año 2018, es el 66.70% de la población que representa un total de 10,190,922 personas.

- Número de personas de NSE B: 2,496,776
- Número de personas de NSE C: 4,300,569

**Total de personas de NSE B y C: 6, 797,345 personas**

Ilustración 7: Distribución de hogares en Lima metropolitana



Fuente: APEIM 2018 data ENAHO 2018

Una vez realizada la segmentación del total de personas de Lima metropolitana del NSE B y C, se segmentará por edades, el cual de acuerdo al estudio realizado por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM) en el año 2018, el 40.90% de la población NSE B se encuentran entre las edades de 18 y 45 años y el

42.80% de la población NSE C se encuentran entre las edades de 18 y 45 años que representa un total de 2,861,825 personas de Lima metropolitana.

Para el presente plan de negocio segmentaremos las edades de Lima Metropolitana entre 18 a 45 años de los niveles socioeconómicos B y C. Debido a dos razones: la primera es que el ingreso promedio mensual aumentó en todos los grupos analizados por el INEI y la segunda como experiencia laboral en este rubro del negocio son mayormente las personas de estas edades quienes frecuentan a comprar en estos centros comerciales.

### **Edades de NSE B Y C (18-45) años**

Para hallar el número de edades de 18 – 45 años en el NSE B y C usaremos la siguiente operación:

#### **Edades de NSE B (18-45) años**

- (1) Sumatoria promedio de edades comprendidas entre (18-45) NSE B: 40.90%
- (2) Población de personas del NSE B de Lima Metropolitana: 2,496,776 personas
- (3) Multiplicación  $(1)*(2) = 40.90\% * 2,496,776 = 1,021,181$  personas

#### **Edades de NSE C (18-45) años**

- (4) Sumatoria promedio de edades comprendidas entre (18-45) NSE C 42.80%
- (5) Población de personas en Lima Metropolitana de NSE C: 4,300,569 personas
- (6) Multiplicación  $(4)*(5) = 42.80\% * 4,300,569 = 1,840,644$  personas.

## **Sumatoria de edades de hogares NSE B y NSE C de Lima metropolitana (18 -45) años**

- (3) + (6) Total de edades de NSE B y C (18-45) años: 2,861,825 personas.

Personas que pertenecen a Barranco

Para hallar el número de personas en Barranco usaremos la siguiente operación:

Personas que pertenecen a barranco

- (1) Sumatoria personas en Barranco: 1.30%
- (2) Población de personas del NSE B y C de Lima Metropolitana: 2,861,825 personas
- (3) Multiplicación  $(1) * (2) = 1.30\% * 2,861,825 = 37,500$  personas

Total de personas entre edades de 18 y 45 años que pertenecen a Barranco

- (1) Sumatoria promedio de edades comprendidas entre (18-45) NSE B Y C: 57 %
- (2) Población de personas del Distrito de Barranco: 37500 personas
- (3) Multiplicación  $(1) * (2) = 57\% * 37,500 = 21375$  personas

Total de personas que pertenecen a la PEA

- (1) Sumatoria de personas comprendidas entre (18-45) NSE B Y C que pertenece a la PEA: 67.7 %
- (2) Población de personas del Distrito de Barranco entre (18-45) NSE B Y C: 21375 personas
- (3) Multiplicación  $(1) * (2) = 67.7\% * 21,375 = 14471$  personas

Turista que visitan Barranco

- (1) Sumatoria de turistas que visitan a Perú: 2589557
- (2) Porcentaje de Turistas que visitan Barranco: 14%

- (3) Multiplicación  $(1) * (2) = 14\% * 2589557 = 362538$  personas

### 3.5.3 Muestra

Según (Vara, 2013), En los estudios cuantitativos, el tamaño de la muestra depende de la precisión con que se desea estimar los resultados. Entre más grande sea la muestra más representativa de la población será, y más precisos serán los resultados. Para calcular el tamaño de las muestras cuantitativas se emplean fórmulas estadísticas. Para ello se necesita algunos valores, como son:

#### El tamaño de la población

Si el tamaño de la muestra es menor a 100 mil, necesitas calcularla empleando fórmulas.

El nivel de confianza:

Se aconseja que siempre sea del 95%. – El tamaño aproximado de la proporción (p,q):

**El error máximo admisible:** Acepta un error máximo entre 5% y 7%.

**Otros valores adicionales:** Como la tasa de no respuesta, entre otros.

De esta forma:

**n** = tamaño de muestra

**z** = nivel de confianza elegido (igual a 1.96)

**p** = Probabilidad que si ocurra asumiremos (50)

**q** = Probabilidad que no ocurra asumiremos ( $p - q = 50$ )

**N** = tamaño de la población ( $N=68,852$ )

**e** = error máximo permitido (5)

La fórmula utilizada para el cálculo es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

**n = 382**

En este caso, se tendrá que encuestar aproximadamente 382 personas visitan Distrito de Barranco para poder conocer el mercado y de acuerdo al resultado emplear estrategias para ser más competitivos en el mercado y hacer frente a la competencia.

### 3.6 Estudio de la oferta

#### 3.6.1 Mercado de Postres

En el mercado de los postres, tiene un gran crecimiento durante los años logrando así el aumento de las ventas, debido a un mayor poder adquisitivo de la población y los cambios del consumidor peruano. Impulsado por la gran demanda de los sectores C Y D.

El consumidor tiene más recordación del producto, lo cual favorece a la hora de realizar sus compras.

#### 3.6.2 Precios en el Mercado

##### 3.6.2.1 Precios de la Competencia

Se pudo observar que no existe un competidor directo que ofrezca el mismo tipo de negocio

Sin embargo, observamos competidores con tipo de negocios parecidos.

Tabla 35: Competidores

Competencia	Tipo	Ubicación	Precio promedio
Pasteles Y Bocaditos Damaris	Bocaditos	Ignacio Mariátegui 177, Barranco	10 soles
El Taller Patisserie	Alfajor	Pedro de Osma 409, Barranco	10 soles
Panadería Fukuyama	Postres	Almirante Grau 349,	15 soles

	Clásicos	Barranco	
--	----------	----------	--

Fuente: Elaboración Propia

Entre los competidores tenemos a Panadería Fukuyama el cual es una empresa bien conocida en Distrito de barranco por ofrecer productos variados y la comodidad de cliente.

### 3.6.2.2 Precios que brindara la empresa

Los precios que brindara la empresa “Mi Dulce Limeñita”, basadas en sus proyecciones son las siguientes:

Tabla 36: Precios Postres "Mi Dulce Limeñita"

Producto	Precio de venta
Costos Frejol Colado	3.25
Costos De Alfajor	3.75
Costos De Arroz Con Leche	7.38
Costos De Mazamorra Morada	13.20
Costos De Suspiro	8.23
Costos De Empanada	11.14
Costos De Turrone	15.26
Costos De Churros	6.88
Costos De Manchado De Membrillo	7.72
Costos De Mazamorra De Calabaza	11.69
Costos De Mousse De Chocolate	5.86
Costos De Crema Volteada	9.07
Costos De Mazamorra De Cochino	7.51
Costos De Arroz Zambito	15.06
Costos De Acuña	6.75
Costos De Helado Camu Camu	4.85
Costos De Camotillo	6.45
Costos De Sanguito	13.67
Costos De Voladores	11.18
Costos De Guangueros	11.01

Fuente: Elaboración Propia

### 3.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Para realizar la determinación de la demanda insatisfecha, se buscó información reciente de APEIM e INEI y se pudo obtener una segmentación que permita a determinar cuál es el mercado disponible y la demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó la segmentación del mercado, el cual nos ayudara a determinar la demanda potencial, cabe señalar que se ha obtenido información demográfica, económica, social sobre el total de Personas comprendidas entre (18-45) años del NSE B y C del Distrito de Barranco, según la INEI.

Tabla 37: Determinación de la Demanda Insatisfecha

Descripción	Cantidad
<b>N° de Personas en Lima metropolitana</b>	<b>10,190,922</b>
% Número de personas de NSE B en Lima metropolitana	24.5%
Número de personas de NSE B en Lima metropolitana	2,496,776
% Número de personas de NSE C en Lima metropolitana	42.20%
Número de personas de NSE C en Lima metropolitana	4,300,569
<b>Número de personas de NSE B Y C en Lima metropolitana</b>	<b>6,797,345</b>
Personas entre las edades comprendidas entre (18-45) NSE B	40.90%
Personas entre las edades comprendidas entre (18-45) NSE B	1,021,181
Personas entre las edades comprendidas entre (18-45) NSE C	42.80%
Personas entre las edades comprendidas entre (18-45) NSE C	1,840,644
<b>Total de personas comprendidas entre (18-45) NSE B y C.</b>	<b>2,861,825</b>
% Total de personas que pertenecen a Barranco entre las edades 18 a 45 años	1.3%
<b>Total de personas que pertenecen a Barranco</b>	<b>37,500</b>
% Total de personas entre edades de 18 y 45 años que pertenecen a Barranco	57.0%
<b>Total de personas entre edades de 18 y 45 años que pertenecen a Barranco</b>	<b>21375</b>
% Total de personas que pertenecen a la PEA	67.7%
<b>Total de personas que pertenecen a la PEA</b>	<b>14,471</b>
<b>Turista que visitan Barranco</b>	<b>362538</b>
%Turistas que consumen postres y dulces	15%
<b>Turistas que consumen postres y dulces</b>	<b>54,381</b>
<b>Mercado disponible (n)</b>	<b>68852</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38: Consumo Per cápita de los Postres “Mi Dulce Limeñita”

<b>Consumo Per Cápita De Postres Y Dulces ( Kilos)</b>	
Frejol Colado	0.80
Alfajor	1.20
Arroz con Leche	1.50
Mazamorra Morada	1.60
Suspiro	0.90
Empanada	2.40
Turrones	1.00
Churros	2.00
Manchado de Membrillo	0.90
Mazamorra de Calabaza	0.50
Mousse de Chocolate	0.40
Crema Volteada	0.80
Mazamorra de Cochino	0.30
Arroz Zambito	1.20
Acuñas	0.40
Helado Camu Camu	1.20
Camotillo	0.50
Sanguito	0.50
Voladores	0.40
Guangueros	0.40

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: Calculo de la Demanda Potencial

<b>Postres</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Mercado efectivo</b>	<b>Cuota de mercado</b>	<b>Cantidad comercializar en kilos</b>	<b>Cantidad comercializar en unidades</b>
Frejol Colado	55,081	34,701	0.80%	276.0	2400
Alfajor	82,622	52,052	0.45%	234.0	1800

<b>Arroz con Leche</b>	103,277	65,065	0.27%	174.0	1200
<b>Mazamorra Morada</b>	110,163	69,402	0.26%	180.0	1200
<b>Suspiro</b>	61,966	39,039	0.92%	360.0	1800
<b>Empanada</b>	165,244	104,104	0.35%	366.0	1200
<b>Turrone</b> s	68,852	43,376	1.04%	450.0	1200
<b>Churros</b>	137,703	86,753	0.41%	360.0	1200
<b>Manchado de Membrillo</b>	61,966	39,039	0.54%	210.0	1200
<b>Mazamorra de Calabaza</b>	34,426	21,688	1.22%	264.0	1200
<b>Mousse de Chocolate</b>	27,541	17,351	1.97%	342.0	1200
<b>Crema Volteada</b>	55,081	34,701	0.95%	330.0	1200
<b>Mazamorra de Cochino</b>	20,655	13,013	3.50%	456.0	1200
<b>Arroz Zambito</b>	82,622	52,052	0.73%	378.0	1800
<b>Acuñas</b>	27,541	17,351	2.85%	495.0	1800
<b>Helado Camu Camu</b>	82,622	52,052	0.97%	504.0	3600
<b>Camotillo</b>	34,426	21,688	1.94%	420.0	2400
<b>Sanguito</b>	34,426	21,688	2.66%	576.0	2400
<b>Voladores</b>	27,541	17,351	3.37%	585.3	1800
<b>Guangueros</b>	27,541	17,351	4.15%	720.0	2400

Fuente: Elaboración Propia

Considerando la información anterior se ha podido determinar la demanda potencial que se tendrá para los postres ofrecidos, pues ya con la información del mercado disponible, y con la estimación venta de Postres de “Mi dulce Limeñita “al año; se puede calcular la demanda potencial.

En la Tabla N° 39 se presenta el cálculo de la demanda potencial, aplicando la fórmula de  $Q = n * q$ ; donde Q es la demanda potencial, n es el mercado disponible y q es la compra del servicio anual.

### 3.7.1 Resultado de sondeo

El objetivo principal del presente plan de negocio, es determinar la viabilidad económica de la venta de los postres tradicionales “Mi Dulce Limeñita” con el fin de brindar una respuesta al público objetivo y satisfacer las necesidades.

A través de este análisis se obtuvo una idea mucho más amplia y clara del nivel de aceptación que tiene el servicio.

Los criterios de inclusión y exclusión son:

- Los personas de visitan el Distrito de Barranco considerando también a los turistas.
- El cuestionario fue realizado a una muestra de 138 personas del NSE B Y C entre las edades (18-45) años.

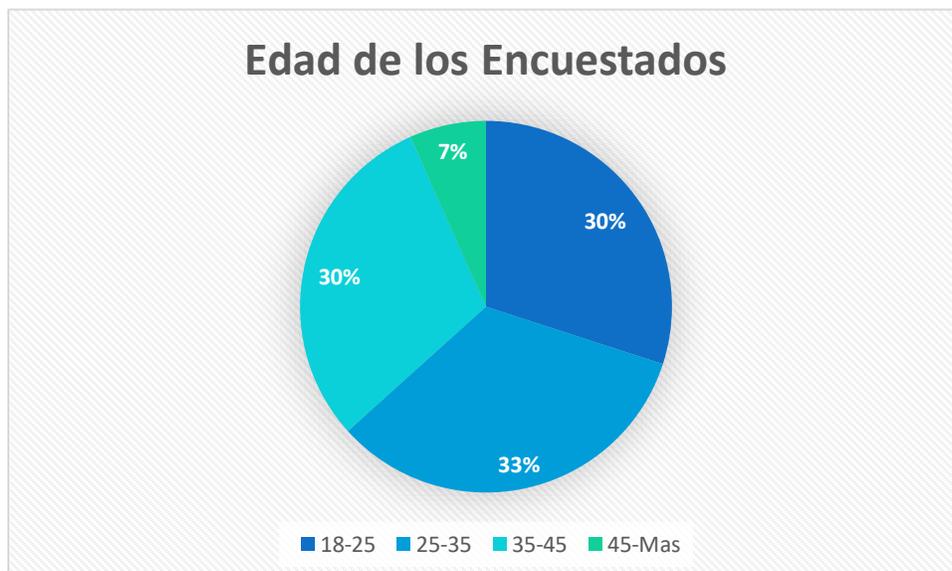
Para el muestreo de la población se utilizó el diseño probabilístico simple, ya que se trata de un problema de investigación de carácter cuantitativo, sencillo, rápido y de fácil comprensión. Se basa en la teoría estadística. Se requiere, siempre, el cálculo del tamaño de la muestra.

De un total de 138 personas, se realizó un sondeo en la plaza de Armas, por el puente suspiros, malecón entre otros lugares de la zona del Distrito de Barranco el domingo 8 de Junio del Año 2019, los resultados fueron los siguientes:

Las siguientes preguntas de las encuestas:

- **¿A qué grupo edad perteneces?**

Figura 7: Edad Encuestada

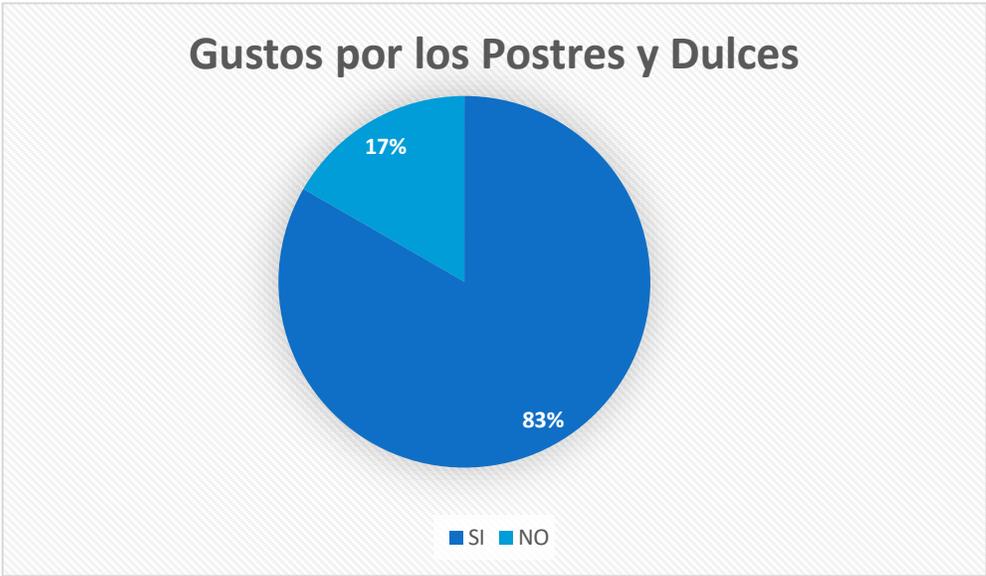


Fuente: Elaboración Propia

Asimismo, se pudo obtener de la primera pregunta que pertenece el Grupo de edad tiene un gran porcentaje 25-35 años

- **¿Le gustan los postres y dulces?**

Figura 8: Gustos por los Postres y Dulces

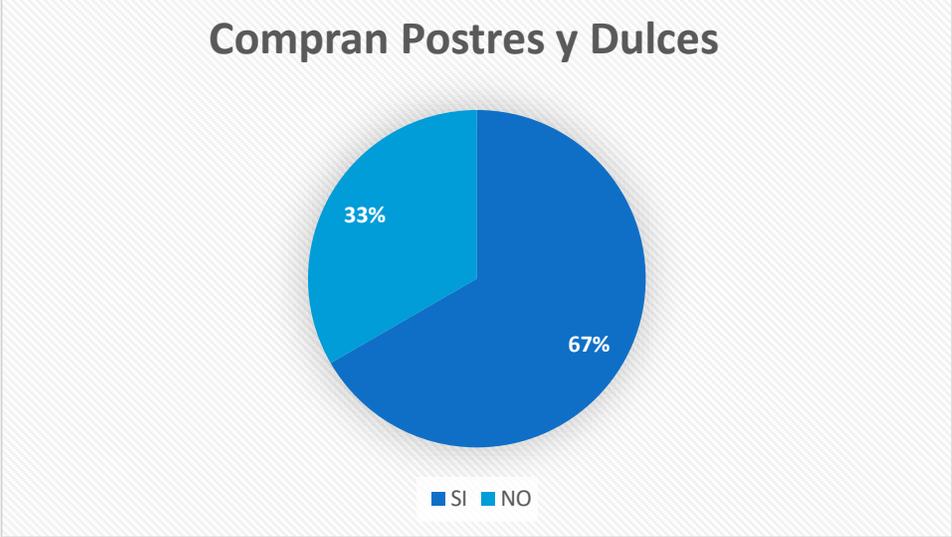


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la segunda pregunta que pertenece que un gran porcentaje Si le gustan los postres Dulces que pertenece un 83% de los encuestados.

- **¿Usted en alguna ocasión especial compra postre y dulce?**

Figura 9: Compran Postres y Dulces

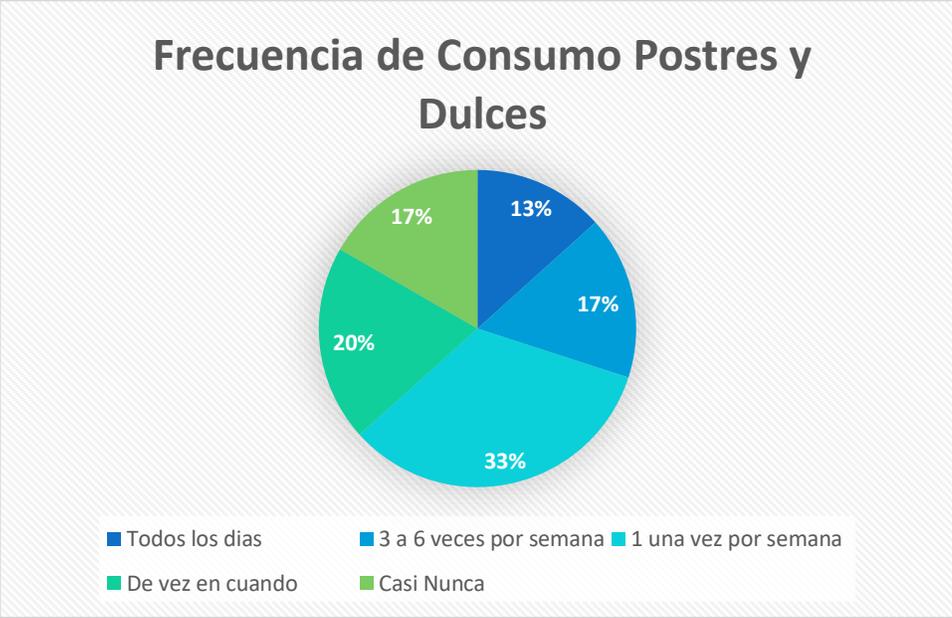


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la Tercera pregunta que pertenece que un gran porcentaje que representa un 67% que si compran los postres y dulces en diferente ocasiones especiales.

- **¿Con que frecuencia consume usted postre y dulce?**

Figura 10: Frecuencia Consumo de Postres y Dulces

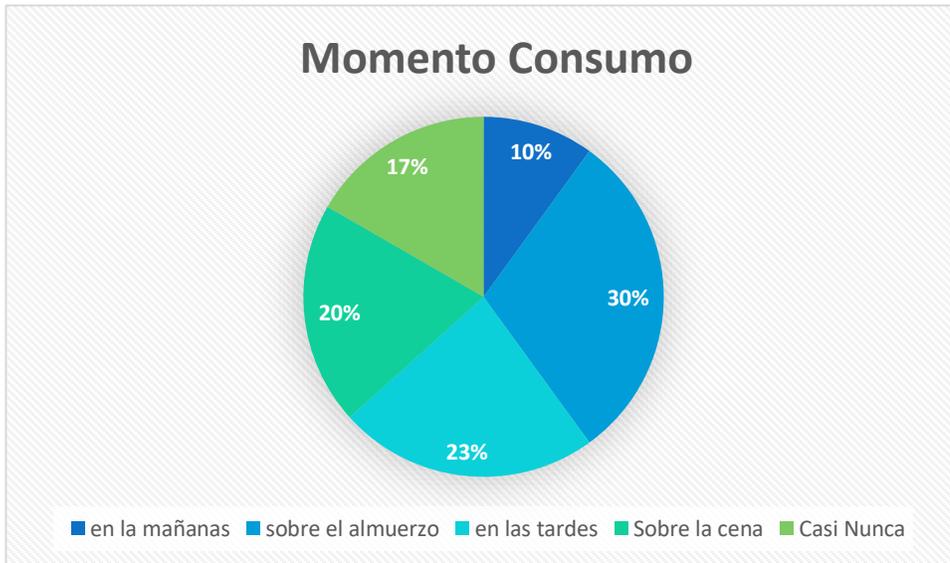


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la cuarta pregunta la frecuencia que consume es una vez por semana de postres y dulces que representa un 33%. De los encuestados.

- **¿En qué momento del día consume los postres y dulces?**

Figura 11: Momento de Consumo

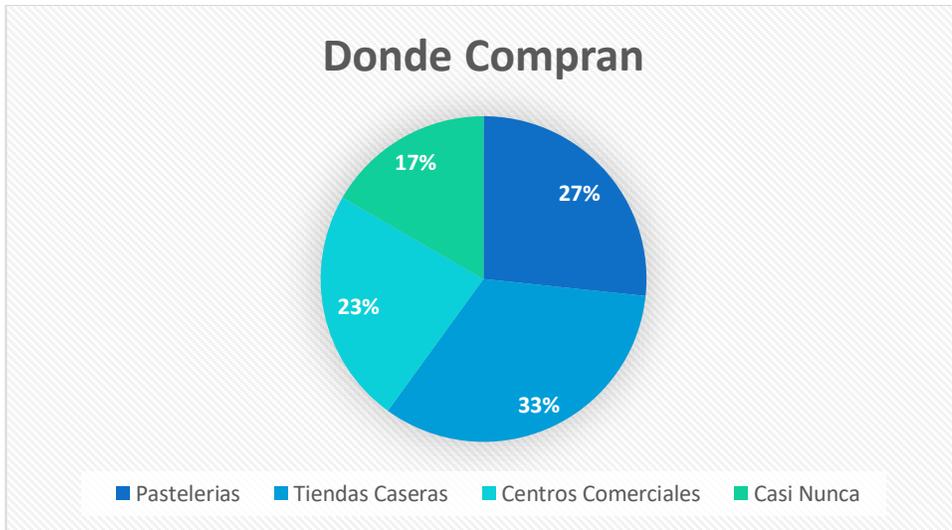


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la quinta pregunta, que los encuestados el día de su consume lo realiza acompañado con el almuerzo que representa un 30 %.

- **¿En dónde suele comprar postres y dulce?**

Figura 12: Donde Compran

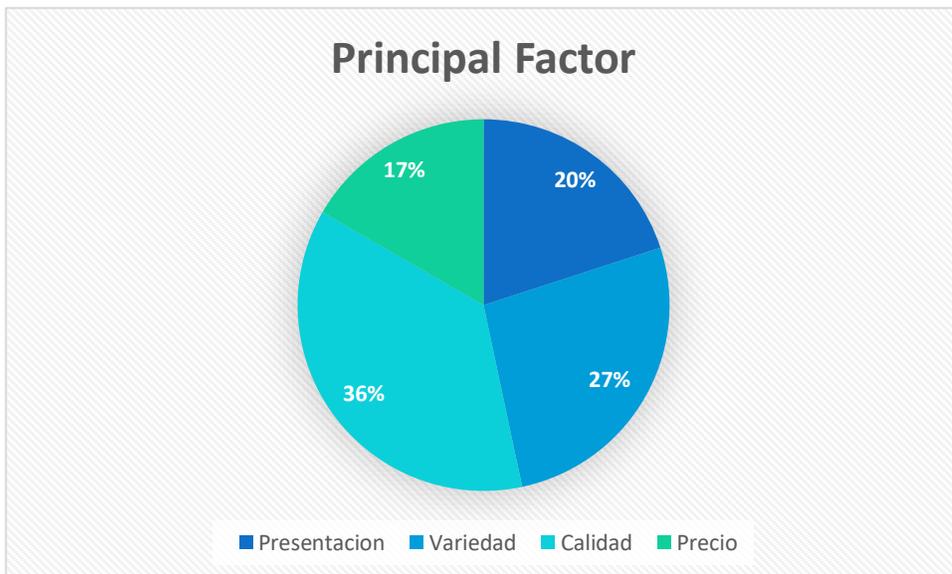


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la sexta pregunta, la mayoría de encuestados que representa un 33% que compran los postres y dulces en tiendas caseras y en segundo lugar busca la opción en comprar en pastelerías que representa el 27% de los encuestados.

- **¿Cuál es principal factor de elegir el postre y dulce?**

Figura 13: Principal Factor del Postre

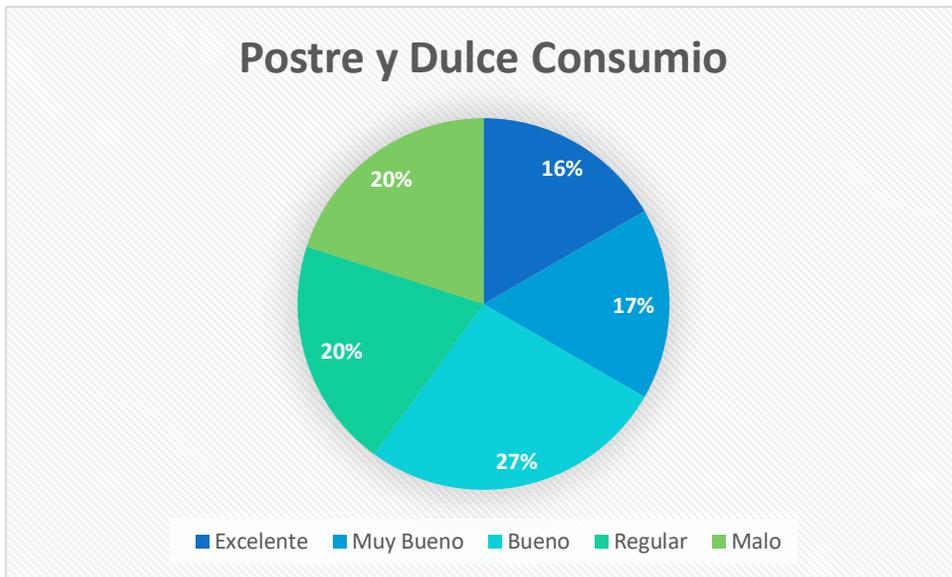


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la séptima pregunta, la mayoría de encuestados que representa 36%, considera el principal factor que consume el postre y dulce, es la calidad de producto, lo que ve principalmente el cliente para su consumo.

- **¿Los postres y dulces que usted consumió anteriormente en otros lugares son?**

Figura 14: Postre y Dulce que consumió anteriormente

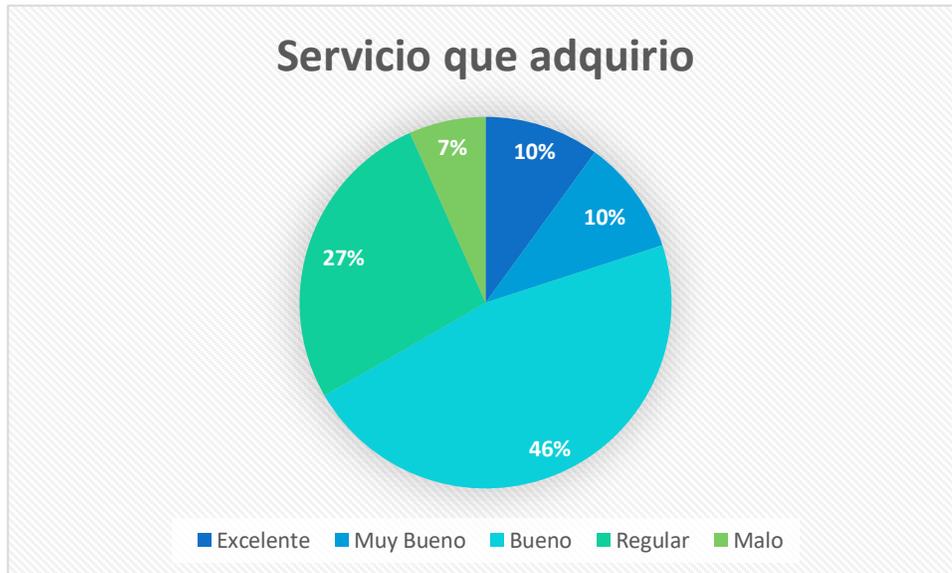


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la octava pregunta, Que representa 27% que los encuestados cuando consumió postre y dulce en otros lugares, ellos responde que fueron Bueno pero no llegaron a lo Excelente. También se ve que hay un porcentaje del 20% que le pareció malo el producto que consumió.

- **¿El servicio que usted ha recibido anteriormente en otros lugares es?**

Figura 15: Servicio Adquirido anteriormente

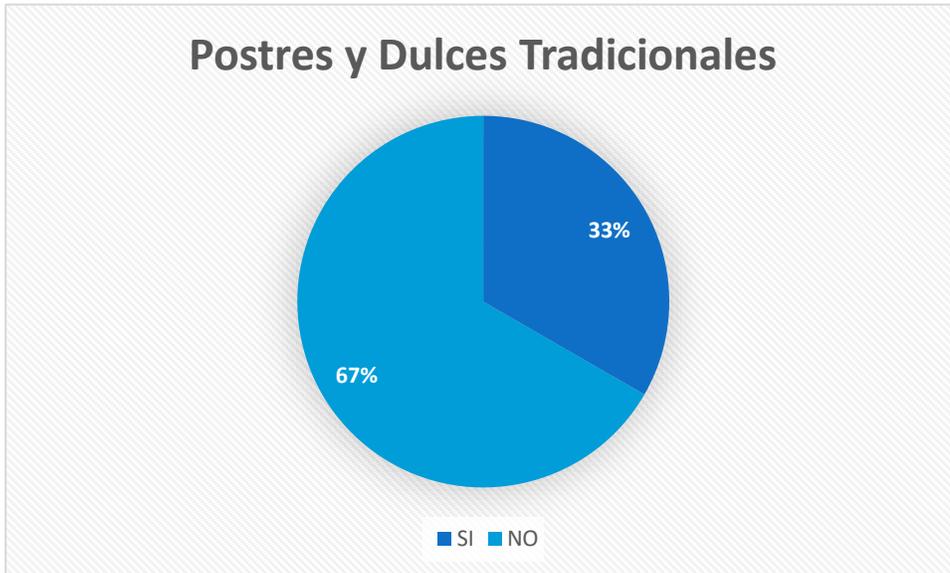


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la novena pregunta, los encuestados se le pregunto sobre el servicio que adquirió anteriormente en otros lugares ellos respondieron que eran Bueno que representa un 46% y se ve que hay un porcentaje pequeño que no le dieron un mejor servicio que representa un 7 % de los encuestados.

- **¿Alguna vez has Degustado postres y dulces tradicionales del Perú?**

Figura 16: Degustado Postres y Dulces Tradicionales anteriormente

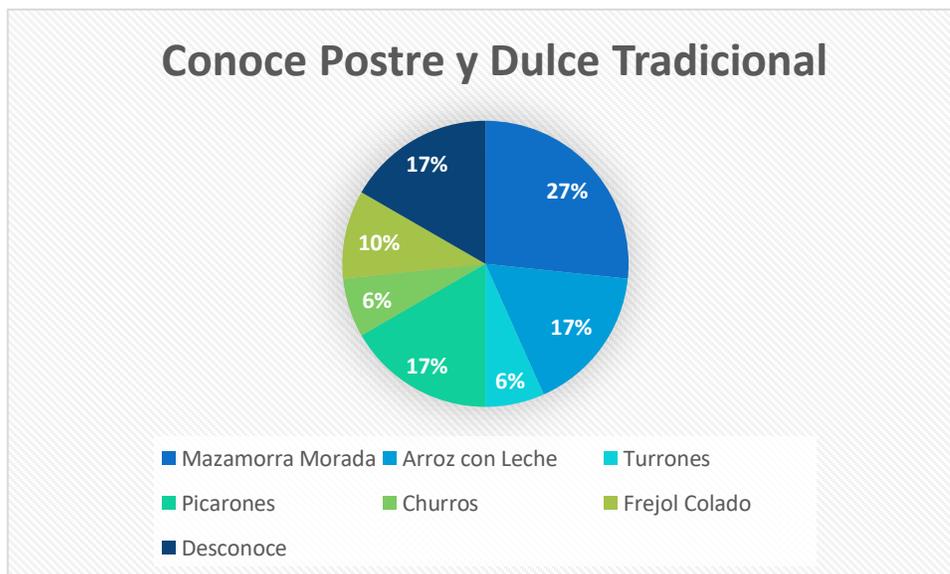


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener de la décima pregunta, los encuestados que si degustaron anteriormente los postres y dulces tradicionales 67%

- **¿Qué postres y dulces tradicionales del Perú conoce?**

Figura 17: Conoce que Postres y Dulces Tradicionales



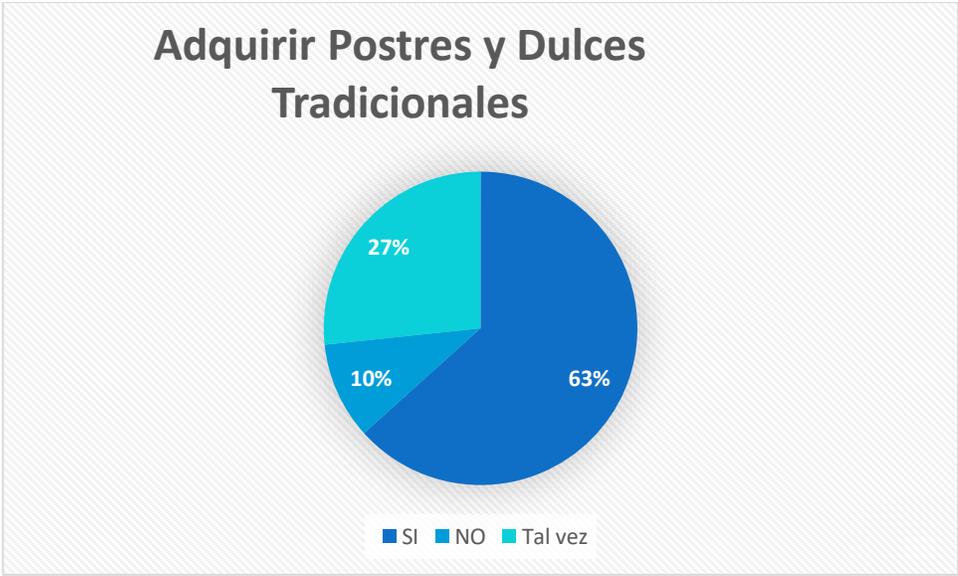
Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener la undécima pregunta, Se realizó una pregunta abierta que postre y dulce conoce. La mayoría de los encuestados respondió Mazamorra Morada que

representa un porcentaje del 27 %. Se nota que hay un pequeño porcentaje 17% que no conoce mucho los postres y dulces tradicionales.

- **¿Le Estaría dispuesto adquirir Postres y Dulces tradicionales?**

Figura 18: Adquirir Postres y Dulces Tradicionales

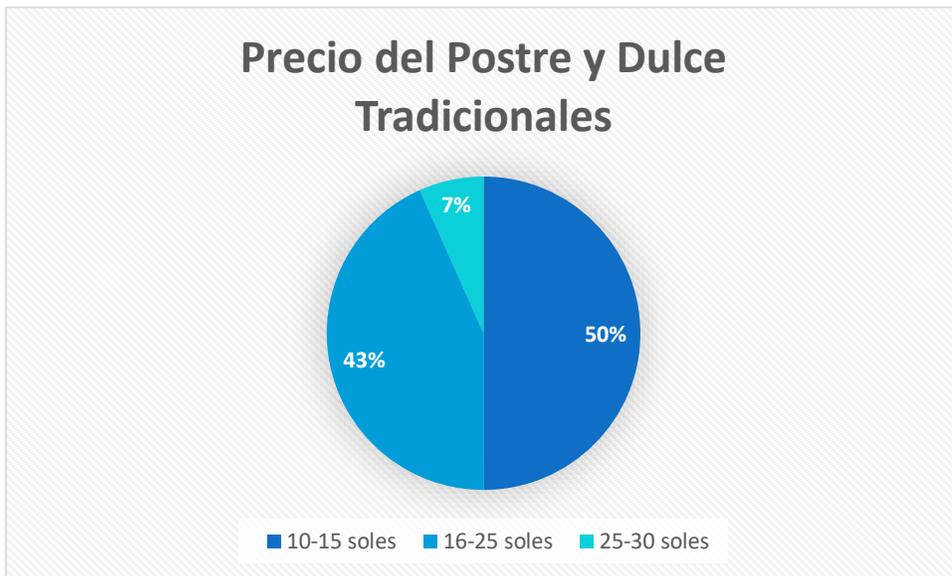


Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener la duodécima pregunta, a los encuestados respondieron que si estaría dispuesto en adquirir postres y dulces Tradicionales, ya que lo quieren conocer que representa un porcentaje de 63 %. De los encuestados.

- **¿Qué precio promedio pagaría Usted por los postres y dulces tradicionales?**

Figura 19: Precio del Postre y Dulce Tradicionales



Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener la decimotercera pregunta, a los encuestados se preguntó sobre el precio producto que pagaría. Ellos respondieron en primer lugar que representa un porcentaje 50% que pagaría por el postre y dulce de 10-15 soles promedio juntamente en segundo lugar que representa un 43 % que pagaría un 16- 25 soles.

- **¿Porque medios te gustaría recibir la información de las promoción de los productos postre y dulce?**



Fuente: Elaboración Propia

Se pudo obtener la decimocuarta pregunta, a los encuestados sobre cómo le gustaría recibir información sobre las promociones de postres y dulces y el mayor porcentaje se llevó las redes sociales.

### 3.8 Proyecciones y provisiones para comercializar

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de Ventas de alimentos envasados en servicios de alimentos por categoría de los últimos cinco años; evaluando si hubo crecimiento o no durante ese periodo de tiempo. En la tabla siguiente se observa la demanda de los años 2014 al 2018.

Tabla 40: Ventas de alimentos envasados en servicios de alimentos por categoría: Volumen 2014-2018

1000 toneladas	2014	2015	2016	2017	2018
Productos horneados	116.05	117.07	117.22	117.29	117.17
Cereales de desayuno	0.53	0.55	0.58	0.61	0.63
Confitería	0.47	0.50	0.51	0.53	0.53
Lechería	129.00	134.38	139.47	143.26	146.84
Aceites comestibles	34.04	35.92	37.83	40.82	44.44
Helados y Postres Helados	4.90	5.26	5.57	5.89	8.89
Frutas y verduras procesadas	12.00	12.69	13.24	13.66	13.19
Carne procesada y mariscos	13.00	13.68	13.88	14.80	15.33
Comidas listas	-	-	-	-	-
Arroz, pasta y fideos	97.55	99.20	100.28	102.21	104.15
Salsas, Aderezos y Condimentos	13.89	14.52	14.98	15.32	15.66
Aperitivos salados	2.69	2.81	2.79	2.83	2.84
Sopa	-	-	-	-	-
Spreads	0.83	0.88	0.92	0.96	0.99
Galletas dulces, barras de bocado y bocadillos de fruta	0.37	0.36	0.39	0.39	0.38
Comida empaquetada	425.31	437.83	447.66	458.57	468.52

Fuente: Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, asociaciones comerciales, prensa especializada, investigación empresarial, controles de tiendas, entrevistas comerciales, fuentes comerciales

Tabla 41: Demanda de helados y postres en toneladas en los años 2014-2018

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Demanda de helados y postres en toneladas	4500	4900	5260	5570	8890

Fuente Euromonitor (2018)

Elaboración: Propia

Según la tabla anterior se observa que el histórico de la demanda de los últimos cinco años es creciente, por lo que la proyección que más se adecua es la de regresión lineal. Además, mediante la aplicación del método de mínimos cuadrados se calcula la variable

independiente a y la variable dependiente b; de modo que a través de la fórmula de proyección lineal  $Y=a+bx$  se pueda proyectar la demanda de los próximos cinco años. En la tabla siguiente se observa la aplicación del método de mínimos cuadrados, y en la tabla Nro. 27 se verifica el cálculo de las variables a y b.

Tabla 42: Aplicación del método de mínimos cuadrados

X	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2014	1	4,500	4500	1
2015	2	4,900	9800	4
2016	3	5,260	15780	9
2017	4	5,570	22280	16
2018	5	8,890	44450	25
Total	15	29120	96810	55

Fuente: Elaboración Propia

Regresión lineal:

Ilustración 8: Formula de regresión Lineal

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: Calculo de las variables a y b

Variables		Calculo
Variable Dependiente	B	861
Variable Independiente	A	3519

**Fuente:** Elaboración Propia

Con la información calculada en la tabla anterior y aplicando la fórmula de proyección lineal se ha calculado la proyección de los próximos cinco años; en la tabla siguiente se observa el análisis realizado, donde se verifica la proyección para cada año.

Tabla 44. Proyección de Demanda de helados y postres en toneladas en los años 2014-2018

2020	2021	2022	2023	2024
9,546	10,407	11,268	12,129	13,851
Tasa de crecimiento	9.02%	8.27%	7.64%	14.20%

**Fuente:** Elaboración Propia

Según la proyección calculada en la tabla anterior, se observa que hay un crecimiento anual promedio de 9.78%, información que ayudará a la empresa para calcular la demanda que tendrá en el mercado de helados y postres para los próximos cinco años. En la tabla 45 de proyección de la empresa se observa la proyección de demanda que tendrá este proyecto para los años 2020 al 2024, se debe considerar que al observarse un crecimiento promedio de 9.78%, La empresa decidirá tomar una posición conservadora y proyectará su demanda a una tasa de crecimiento de entre 4, 5,6% y 7% para los próximos cinco años.

Tabla 45: Proyección de Ventas

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Frejol Colado</b>	S/ 2.400,00	S/ 2.496,00	S/ 2.620,80	S/ 2.778,05	S/ 2.972,51
<b>Costos de Alfajor</b>	S/ 1.800,00	S/ 1.872,00	S/ 1.965,60	S/ 2.083,54	S/ 2.229,38
<b>Costos de Arroz con Leche</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>Costos de Mazamorra Morada</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>Costos de Suspiro</b>	S/ 1.800,00	S/ 1.872,00	S/ 1.965,60	S/ 2.083,54	S/ 2.229,38
<b>Costos de Empanada</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>Costos de Turrone</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>Costos de Churros</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>costos de Manchado de Membrillo</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>costos de</b>	S/	S/	S/	S/	S/

<b>Mazamorra de Calabaza</b>	1.200,00	1.248,00	1.310,40	1.389,02	1.486,26
<b>costos de Mousse de Chocolate</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>costos de Crema Volteada</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>costos de Mazamorra de Cochino</b>	S/ 1.200,00	S/ 1.248,00	S/ 1.310,40	S/ 1.389,02	S/ 1.486,26
<b>costos de Arroz Zambito</b>	S/ 1.800,00	S/ 1.872,00	S/ 1.965,60	S/ 2.083,54	S/ 2.229,38
<b>costos de Acuña</b>	S/ 1.800,00	S/ 1.872,00	S/ 1.965,60	S/ 2.083,54	S/ 2.229,38
<b>costos de Helado Camú</b>	S/ 3.600,00	S/ 3.744,00	S/ 3.931,20	S/ 4.167,07	S/ 4.458,77
<b>costos de Camotillo</b>	S/ 2.400,00	S/ 2.496,00	S/ 2.620,80	S/ 2.778,05	S/ 2.972,51
<b>costos de Sanguito</b>	S/ 2.400,00	S/ 2.496,00	S/ 2.620,80	S/ 2.778,05	S/ 2.972,51
<b>costos de Voladores</b>	S/ 1.800,00	S/ 1.872,00	S/ 1.965,60	S/ 2.083,54	S/ 2.229,38
<b>costos de Guangueros</b>	S/ 2.400,00	S/ 2.496,00	S/ 2.620,80	S/ 2.778,05	S/ 2.972,51
<b>Tasa de crecimiento</b>		4,00%	5,00%	6,00%	7,00%
Sirve como modelo para verificar el ritmo en que la empresa crece en ventas					

Fuente: Elaboración Propia

### 3.9 Descripción de la política comercial

Mi dulce Limeñita establece la siguiente la política comercial como un factor importante para su funcionamiento:

**Producto:** Se ofrece una variedad de postres y dulces tradicionales que satisfagan las necesidades del cliente.

**Precio:** Se establece precios competitivos para los productos que se comercialicen en el Mi Dulce Limeñita basado en la competencia.

**Distribución:** Se utiliza todos los canales del Mi dulce Limeñita para que el producto llegue a satisfacer las necesidades del cliente y el tipo de pago puede ser en efectivo, tarjeta de crédito y tarjeta de débito.

**Comunicación:** La comunicación será fluida con el cliente objetivo, de tal forma de brindarle nuestros servicios, promociones y realizar las actividades de venta.

Mi dulce Limeñita, ha sido creado para satisfacer las necesidades en consumo de postre y dulce Tradicionales de los segmentos de mercados, comprendidos por amas de casa de los NSE B y C, confirmado por personas entre los rangos de 18 a 45 años.

### **3.10 Estrategia de Ventas y Distribución**

#### **3.10.1 Del producto**

En “Mi dulce Limeña” partimos de ello para presentarles una amplia gama de postres peruanos, logrando así la combinación ideal planteada hace 900 años atrás.

En estas circunstancias de planificar constantemente la lista de postres ricos, variados, económicos y balanceados en insumos, se convierte en la tarea primordial de la empresa.

Es por ello que la empresa siempre está al servicio de sus clientes, lleva a sus mesas, postres variados y nutritivos, complementados con presentaciones novedosas y diferentes para que disfrutarlos así se convierte en un momento inolvidable.

La carta de Mi dulce limeña consta de 20 postres finamente elaborados, obtenidos de la cultura tradicional de diversas regiones del país y de la combinación de diversos frutos oriundos. Brindándole la oportunidad de escoger el dulce que sea más de su agrado, lo que garantiza finalmente un resultado impecable.

#### **Desarrollo de la marca.**

**Nombre:** El nombre MI DULCE LIMEÑITA, con los postres y dulces tradicionales.

**Logo:** El logo ha sido diseñado utilizando colores vivos que hacen alusión al concepto del negocio.

Figura 20: Nombre de la Marca



Fuente: Elaboración Propia

### **3.10.2 Estrategia del precio**

La empresa Mi dulce Limeñita, ha determinado el precio de venta en base a lo siguiente.

Averiguar los precios que ofrece la competencia sobre los servicios que ofreceremos y determinar el precio unitario al cual se le adicionará un margen de ganancia que será determinado por la empresa y así ofrecer al público objetivo el precio acorde a la competencia.

Según (Promonegocios, 2007), La estrategia de precio es un paso fundamental en el proceso de la fijación de precios, debido a que se establece las directrices y límites para la fijación del precio inicial del producto y los precios que se irán fijando a lo largo de este producto, en el mercado.

#### **3.13.2.1 Estrategias de precios de mercado:**

- **Estrategia de descremado de precios:** Consiste en fijar un precio elevado durante el lanzamiento del producto, con el fin que sea adquirido por los clientes que desean adquirir y estén dispuestos a pagar el precio. Luego de satisfacer con dicha demanda, el producto avanza por su ciclo de vida, el precio se reduce, con la finalidad de aprovechar otros segmentos en el mercado.

- **Estrategia Low Cost:** La empresa fija un precio bajo al producto, con la finalidad de lograr una participación en el mercado de manera rápida y eficazmente. Para poder aplicar esta estrategia, se debe considerar el tamaño del mercado y el volumen de ventas que se pueda lograr en el servicio.

La empresa Mi Dulce Limeñita, ofrece a su público objetivo, precios convenientes, calidad e innovación en sus servicios. Se utilizará al inicio del negocio la estrategia de low cost con la finalidad de lograr una participación en el mercado, posterior se utilizará la estrategia de descremado de precio a los servicios de calidad que sean novedosos y satisfagan las necesidades del consumidor.

### **3.10.3 Canal de distribución**

El canal de distribución que se empleara Mi Dulce Limeñita, es un canal de venta directa.

Es directo porque los clientes podrán visitar el establecimiento, ver la calidad y variedad de nuestros productos que ofrecemos a buenos precios y decidir en la compra.

La forma de pago que se acepta para los diferentes canales de comercialización es en efectivo, tarjeta de crédito y tarjeta de debito.

### **3.10.4 Promoción**

#### **3.13.4.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas**

En cuanto a las estrategias de promoción de ventas, Mi dulce Limeñita iniciará con la aplicación de cinco principales tipos de promociones, puesto que al ser una empresa nueva en el mercado necesita enfocar sus actividades en la captación de clientes que estén interesados en el producto.

#### **Asistencia a ferias locales**

La asistencia a ferias es una clara estrategia de introducción al mercado objetivo, pues permite encontrar en un solo lugar la oferta y la demanda para un producto. Es en este tipo de eventos donde se pone a prueba las diversas herramientas de comunicación que tiene la empresa para presentar el producto ante un buen número de clientes, aplicando la promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal durante el desarrollo de la feria.

Los principales beneficios de los que gozará Mi Dulce Limeñita por participar en una feria son los siguientes:

- Permite el contacto directo y personal con un número elevado de clientes en un tiempo reducido.
- Se establecen contactos comerciales para poder captar clientes,
- Se obtiene información directa sobre el grado de aceptación que tiene el producto.
- Se cuenta con la predisposición del cliente para escuchar, ser atendido y obtener información por parte del ofertante.
- Se encuentra información del sector con empresas especializadas, lo que favorece en el intercambio de nuevas tendencias y opiniones.
- Permite conocer a la competencia, saber quiénes participan dentro del mismo mercado, conocer quiénes son sus clientes y sobre la política de precios que manejan.
- Permite aplicar varias herramientas de comunicación que incrementan la posibilidad de venta.
- Contribuye a mostrar la imagen de la marca, brindar información de la empresa y de los productos que ofrece.
- Constituye una herramienta de marketing mediante la cual se puede introducir, consolidar o investigar el mercado.

#### **3.13.4.2 Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce**

El Marketing digital se define como la aplicación de tecnologías digitales para contribuir a las actividades de Marketing, dirigidas a lograr captar la atención de los

clientes y aumentar las ventas de un producto o servicio (UNIVERSIDAD DE CHILE, 2010).

La necesidad de aplicar este tipo de marketing surge a partir del actual contexto mundial de influencia que hace el Internet, el avance tecnológico y las nuevas herramientas online en las actividades diarias de las personas en todo el mundo; por tal motivo en la actualidad los negocios tienen que desarrollar estrategias de marketing digital que les permita estar presentes en los medios de comunicación que ofrece Internet. Las ventajas que obtiene Mi Dulce Limeñita por el uso de este tipo de marketing se mencionan en la tabla Nro. 42

Tabla 46: Ventajas del Marketing digital para Mi Dulce Limeñita

<b>MARKETING DIGITAL</b>	<b>Información</b>
Es medible	Se puede medir el impacto y la repercusión de una campaña publicitaria o promociones.
Es más económico	Se realizara campañas o promociones mediante redes sociales son relativamente más bajos y medibles.
Tiene capacidad de segmentación	Se puede definir a qué tipo de cliente Mi Dulce Limeñita dirigirá su mensaje, centrándose en clientes potenciales.
Es rápido y flexible	Las campañas son más flexibles de aplicar e incluso logran tener una respuesta más rápida que la tradicional.
Interacción directa	Mi Dulce Limeñita podrá recoger información de sus posibles clientes para elaborar una oferta atractiva.
Funciona 24/7	El marketing digital está disponible todo el tiempo, facilitando la interacción entre cliente y empresa.

Fuente: (UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA, 2013)  
Elaboración: Propia

Mi dulce Limeñita, aplicará una serie de estrategias digitales que van desde la creación de una página web, hasta la aplicación de herramientas online.

### **Creación página web**

La creación de una página web supone una de las principales estrategias de marketing con la que una empresa en la actualidad debe contar, pues se ha convertido en uno de los medios tecnológicos y de comunicación preferidos por los clientes para encontrar información suficiente sobre la marca, características, beneficios y usos de producto en específico o simplemente para hacer compras online.

Una página web debe ser lo suficientemente accesible y de utilidad para el consumidor pues solo así podrá influir en la decisión de compra del producto.

La página web que diseña Mi dulce Limeñita tendrá una serie de herramientas que buscan atraer la atención de los consumidores, tales como promociones donde el cliente puede encontrar información de la variedad del producto.

Secciones de promociones, concursos, entre otros, donde se tendrá la política de primero concretar una visita comercial para iniciar el contacto e informar sobre las promociones, concurso o pruebas gratis a las que puede acceder el cliente.

Los beneficios que obtendrá Mi dulce Limeñita de contar con una página web interactiva y capaz de brindar la información suficiente del producto están en la figura Nro. 56.

Figura 21: Beneficios de contar con una página web



## BENEFICIOS

- Brinda imagen seria y profesional.
- Posicionarse en el mercado.
- Es un servicio las 24 horas.
- Medio publicitario de escala mundial.
- Nuevo canal de ventas.
- Medio de comunicación e integración.
- Permite el contacto directo con el cliente.
- Reduce el costo de publicidad.
- Se brinda una atención personalizada.
- Facilita el proceso de compra online.

Fuente: (UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA, 2013)

Elaboración: Propia

El costo para el diseño de una página web será de S/. 900.00

### **Redes sociales**

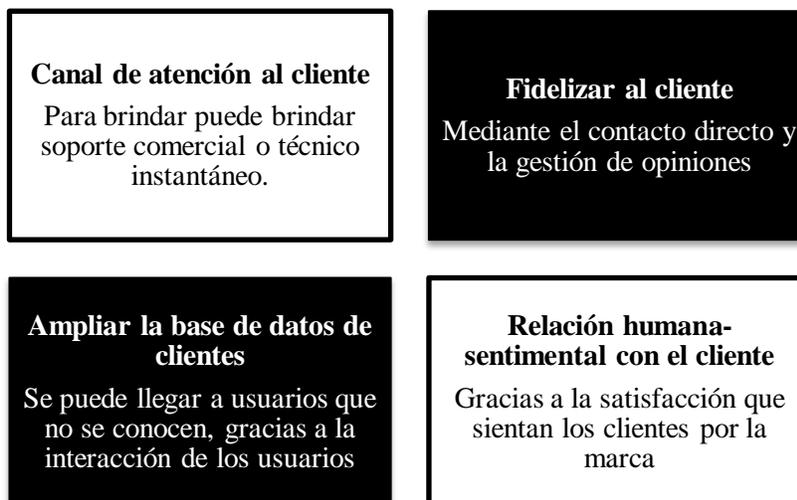
Utilizando esta estrategia para poder incrementar la interacción con el cliente digital es el uso de redes sociales que como se sabe es un fenómeno mundial de relaciones por internet.

Mi dulce Limeñita busca estar presente en las principales redes sociales, de donde se buscan contar con una gran cantidad de contactos / seguidores de manera que se establezca un canal de comunicación y contacto más directo con potenciales clientes. Además ayudará a que la empresa brinde información, publicidad, promociones, beneficios para captar clientes. Entre las redes sociales que existen, Mi dulce Limeñita estará presente en 3 principales:

#### ✓ **Facebook**

Mi Dulce Limeñita, contará con un perfil en Facebook denominado Fan Page, con el cual le permita contactar directamente con el cliente y aprovechar una serie de beneficios que se generan; en la figura Nro. 22 se muestran los 4 puntos principales.

Figura 22: Principales Puntos del Facebook



Fuente: (THE SOCIAL MEDIA AGENCY, 2012)

Elaboración: Propia

### ✓ **Twitter**

Mi Dulce Limeñita, tendrá una página oficial en Twitter, que es considerada una de las herramientas más importantes de comunicación y compartir información rápida, instantánea y simple con una gran cantidad de usuarios en todo el mundo, y que según el grado de importancia de la noticia, se podrá viralizar inmediatamente en esta red (THE SOCIAL MEDIA AGENCY, 2012).

Mi dulce Limeñita, utilizará esta red será como un canal de comunicación entre la empresa y el cliente, y como la forma más efectiva de afirmar la presencia y visibilidad en el mercado. Esta herramienta ayudará:

**Servicio al cliente:** brindar un canal online de soporte técnico y de consultas para los clientes.

**Canal de información:** informa sobre la empresa y las promociones que tiene; conocer en tiempo real la opinión de los clientes; recibir sugerencias; hacer encuestas online

Medio para impulsar las ventas, captar nuevos cliente e interactuar con ellos.

✓ **Instagram**

**Beneficio**

- Está comprobado que más del 40% de las personas responden más efectivamente ante imágenes que ante texto, es por eso que los videos y las fotografías son el tipo de contenido que está sobresaliendo en el mercado y las que consiguen mejor respuesta.
- Para dar visibilidad de la marca Mi dulce Limeñita, Instagram es la plataforma con mayor *engagement* en la mayoría de los sectores por lo que es muy fácil y poder tener comunicación con el cliente.
- Esta aplicación te permitirá atraer la atención de los cliente que pueden captar nuevos clientes, como subiendo fotografías o mini videos les resultan atractivos mostrando el producto y su presentación.

### 3.11 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Tabla 47: Demanda proyectada kilogramos

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Costos Frejol Colado	2400	2496	2621	2778	2973
Costos De Alfajor	1800	1872	1966	2084	2229
Costos De Arroz Con Leche	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Mazamorra Morada	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Suspiro	1800	1872	1966	2084	2229
Costos De Empanada	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Turrone	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Churros	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Manchado De Membrillo	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Mazamorra De Calabaza	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Mousse De Chocolate	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Crema Volteada	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Mazamorra De Cochino	1200	1248	1310	1389	1486
Costos De Arroz Zambito	1800	1872	1966	2084	2229
Costos De Acuñas	1800	1872	1966	2084	2229
Costos De Helado Camu Camu	3600	3744	3931	4167	4459
Costos De Camotillo	2400	2496	2621	2778	2973
Costos De Sanguito	2400	2496	2621	2778	2973

Costos De Voladores	1800	1872	1966	2084	2229
Costos De Guangueros	2400	2496	2621	2778	2973
<b>Tasa de crecimiento</b>		4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

Fuente: Elaboración Propia

#### 4. ESTUDIO TÉCNICO

El desarrollo del presente módulo está basado en las proyecciones de la demanda insatisfecha de los cuales se tomarán un porcentaje determinado para dimensionar cuantitativamente la capacidad productiva o tamaño del negocio, así como también los recursos materiales, económicos y humanos necesarios para la producción planteada.

##### 4.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes

Se estima que se podría contar con un área de entre 50 metros cuadrados de tal manera que el flujo de la materia prima sea eficiente y que además, facilite una futura expansión.

El plano mostrado a continuación se hizo tomando como base un local de 50 metros cuadrados se adaptó a las necesidades de capacidad y circulación del negocio.

Ilustración 9: Tamaño Negocio

*Ejemplo de como analizar un espacio de venta*



Fuente: Elaboración Propia

Exhibición de los productos consiste en la selección, colocación y presentación de los productos en los lugares de venta de modo que estos atraigan la atención de los clientes actuales y potenciales y motiven la compra.



Nos permite desde un enfoque práctico aprovechar el espacio de venta generando una correcta circulación o flujo de los clientes.

Esto son mostradores exclusivos para exhibición de postres. Exhibición en forma vertical, lo cual es lo más utilizado ya que llama más la atención de los clientes

Debemos considerar que el cliente primero identifica los productos al trasladarse por la tienda, visualizándolos en forma horizontal. Luego se detiene a comparar y decidir qué comprar haciéndolo de manera vertical. La duración de los productos en los exhibidores, estarán solamente 3 días, ya que después de los 3 días no vendidos serán desechados, para así brindar un servicio de calidad a los clientes.



#### **4.1.1. Especificaciones Técnicas Del Producto**

##### **I. Insumos Y Materia Prima**

###### **A. Alfajor**

- ✓ Harina
- ✓ Mantequilla
- ✓ Azúcar en polvo
- ✓ Manjar Blanco

###### **B. Frejol Colado**

- ✓ Azúcar

- ✓ Frejol
- ✓ Clavo de Olor
- ✓ Leche Evaporada
- ✓ Agua

### **C. Día Y Noche**

- **Arroz Con Leche**

- ✓ Agua
- ✓ Canela
- ✓ Sal
- ✓ Arroz
- ✓ Leche Evaporada
- ✓ Azúcar
- ✓ Esencia de Vainilla

- **Mazamorra**

- ✓ Piña
- ✓ Membrillos
- ✓ Manzanas
- ✓ Melocotones
- ✓ Guindones
- ✓ Canela
- ✓ Clavo de Olor
- ✓ Azúcar
- ✓ Maíz Morado
- ✓ Azúcar
- ✓ Harina de Camote
- ✓ Limones

### **D. Suspiro A La Limeña**

- ✓ Leche Condensada
- ✓ Leche Evaporada
- ✓ Yemas Esencia de Vainilla
- ✓ Oporto
- ✓ Azúcar
- ✓ Claras

#### **E. Empanadas**

- ✓ Harina
- ✓ Mantequilla
- ✓ Sal
- ✓ Yemas
- ✓ Carne Molida
- ✓ Cebolla
- ✓ Pasta de Tomate
- ✓ Ajos
- ✓ Sal, Pimienta, Comino y Orégano

#### **F. Turrone:**

Para la masa

- ✓ Harina preparada
- ✓ Manteca
- ✓ Huevo
- ✓ Sal
- ✓ Leche
- ✓ Anís en grano

Para la miel

- ✓ Azúcar rubia
- ✓ Chancacas
- ✓ Membrillo

- ✓ Naranja
- ✓ Canela
- ✓ Higo
- ✓ Clavos de olor

### **G. CHURROS**

- ✓ Harina
- ✓ Mantequilla
- ✓ Huevo
- ✓ Vainilla
- ✓ Azúcar
- ✓ Sal

### **H. Machado De Membrillo**

- ✓ Membrillo
- ✓ Azúcar rubia
- ✓ Limón

### **I. Mazamorra De Calabaza**

- ✓ Harina de trigo
- ✓ Calabaza
- ✓ Leche
- ✓ Chancaca
- ✓ Azúcar
- ✓ Canela y clavo de olor.
- ✓ Vainilla

### **J. Mousse De Chocolate**

- ✓ Gelatina

- ✓ Huevo
- ✓ Azúcar
- ✓ Chocolate
- ✓ Crema batida

#### **K. Crema Volteada**

- ✓ Leche
- ✓ Huevo
- ✓ Azúcar
- ✓ Esencia de Vainilla
- ✓ Leche condensada

#### **L. Mazamorra De Cochino**

- ✓ Chancaca
- ✓ Huevo
- ✓ Azúcar
- ✓ Jugo de naranja
- ✓ Canela
- ✓ Harina o maicena

#### **M. Arroz Zambito**

- ✓ Clavo de olor y canela
- ✓ Chancaca
- ✓ Azúcar
- ✓ Arroz
- ✓ Pasas, coco rallado
- ✓ Anís, canela molida
- ✓ Nueces

#### **N. Acuña:**

- ✓ Maní tostado

- ✓ Jugo de Limón
- ✓ Glucosa
- ✓ Vainilla
- ✓ Huevo
- ✓ Azúcar en polvo
- ✓ Margarina
- ✓ Agua

#### **O. Helado De Camu Camu**

- ✓ Camú Camú
- ✓ Agua
- ✓ Leche evaporada
- ✓ Leche condensada
- ✓ Azúcar

#### **P. Camotillo**

- ✓ Camote
- ✓ Azúcar rubia
- ✓ Cascara rallada
- ✓ Jugo y ralladura

#### **Q. Sanguito**

- ✓ Harina de maíz
- ✓ Mantequilla
- ✓ Leche
- ✓ Chancaca
- ✓ Azúcar
- ✓ Cascara de naranja.
- ✓ Pasas , canela
- ✓ Vino dulce

- ✓ Agua

### **R. Voladores**

- ✓ Gelatina
- ✓ Yema de huevo
- ✓ Harina
- ✓ Sal
- ✓ Majar blanco
- ✓ Polvo de hornear
- ✓ Pisco

### **S. Guargueros:**

- ✓ Harina sin preparar
- ✓ Huevos
- ✓ Margarina
- ✓ Pisco
- ✓ Polvo de hornear
- ✓ Manjar blanco
- ✓ Aceite

## **II. Envase De Postres**

### **Alfajores**

- Tipo de envase: pirotines de diversos colores
- Tamaño: pequeños y medianos

### **Frejol Colado**

- Tipo de envase: pirotines de diversos colores
- Tamaño: pequeños y medianos

### **Suspiro A La Limeña**

- Tipo de envase: pirotines de diversos colores
- Tamaño: pequeños y medianos (Copas)

### **Dia Y Noche**

- Tipo de envase: pirotines de diversos colores

### **Empanada**

- Tipo de envase: platos descartables blancos
- Tamaño: pequeños y medianos

### **Turrón**

- Tipo de envase: Cajitas de cartón
- Tamaño: pequeños y medianos ( según el peso)

### **Machacado De Membrillo**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio
- Tamaño: pequeños y medianos

### **Churros**

- Tipo de envase: envoltorios de papel
- Tamaño: pequeños y medianos

### **Mazamorra De Calabaza**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio
- Tamaño: pequeños y medianos ( porción)

### **Mousse De Chocolate**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio

- Tamaño: pequeños y medianos ( porción)

### **Crema Volteada**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio
- Tamaño: pequeños y medianos ( porción)

### **Arroz Zambito**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio
- Tamaño: pequeños y medianos ( porción)

### **Mazamorra De Cochino**

- Tipo de envase: recipiente de vidrio
- Tamaño: pequeños y medianos ( porción)

### **Acuñas**

- Tipo de envase: pirotines de diversos colores
- Tamaño : pequeños y medianos

### **Helado De Camu Camu**

- Tipo de envase: vasos de vidrio
- Tamaño : 250 ml

### **Camotillo**

- Tipo de envase: pirotines de color dorado
- Tamaño : pequeños y medianos

### **Sanguito**

- Tipo de envase: pirotines de color crema
- Tamaño : pequeños

### **Volador**

- Tipo de envase : cajitas de cartón
- Tamaños : medianos y grandes

Todos los pirotines son de material vidrio.

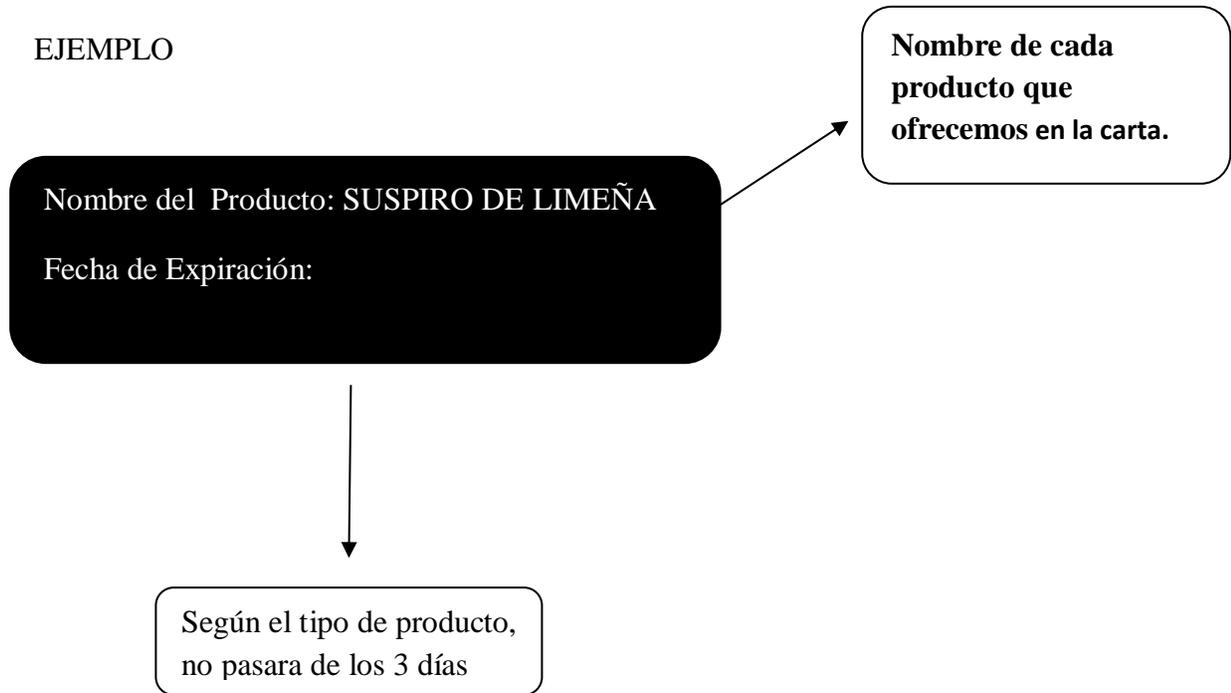
### Guangueros

- Tipo de envase : cajitas de cartón
- Tamaños : medianos y grandes

### III. Rotulado

Figura 23: Rotulado

EJEMPLO



Fuente: Elaboración Propia

#### IV. Almacenamiento De Materia Prima E Insumos

Para el almacenamiento de los insumos para la elaboración de nuestros productos se necesitara los siguientes muebles que nos ayudara a la clasificación y selección de los insumos.

Tabla 48: Almacenamiento de Materia Prima

EXHIBIDOR	REPOSTERO
<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema de giro 360°</li><li>• Capacidad: 03 parillas</li><li>• Acero inoxidable 304</li><li>• Vidrio templado de 6 mm</li></ul> 	<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Madera roble</li><li>• Manija en acero</li><li>• Pintura resistente</li></ul> 

Fuente: Elaboración Propia

## **V. Utensilios Y Moldes**

### **A. Alfajores**

- ✓ Rodillo
- ✓ Cortador de Galletas
- ✓ Papel Film

### **B. Frejol Colado**

- ✓ Olla 40c. de diámetro
- ✓ Licuadora

### **C. Día Y Noche**

Arroz con Leche

- ✓ Olla 40 c. de diámetro

Mazamorra

- ✓ Colador
- ✓ Olla 40 c. de diámetro

### **D. Suspiro**

- ✓ Colador
- ✓ Batidora
- ✓ Olla Mediana de fondo grueso

### **E. Empanada**

- ✓ Rodillo
- ✓ Pincel

## **F. Turrone**

- ✓ Recipiente de vidrio.
- ✓ Cuchara, paletas, platos Batidora.
- ✓ Colador, moldes.

## **G. Churros**

- ✓ Recipiente, cuchillo.
- ✓ Cuchara, platos, batidora.
- ✓ Sartén, manga pastelera.

## **H. Machado De Membrillo**

- ✓ Olla 40 c. de diámetro
- ✓ Cuchara, platos. licuadora.
- ✓ Colador, moldes, cuchillo.

## **I. Mazamorra De Calabaza**

- ✓ Recipiente de vidrio.
- ✓ Copas de vidrio.
- ✓ Manga pastelera.
- ✓ Cuchara, paletas, platos.
- ✓ Batidora.

## **J. Muosse De Chocolate**

- ✓ Recipiente de vidrio.
- ✓ Olla 40 c. de diámetro
- ✓ Espátula
- ✓ Cuchara, paletas, platos.
- ✓ Batidora.

## **K. Crema Volteada**

- ✓ Recipiente de vidrio (molde).
- ✓ Olla 40 c. de diámetro
- ✓ Cuchara, paletas, platos.
- ✓ Batidora.

#### **L. Arroz Zambito**

- ✓ Olla 40 c. de diámetro
- ✓ Cuchara, paletas, platos.
- ✓ Coladera.

#### **M. Mazamorra De Cochino**

- ✓ Ollas de 40cm de diámetro
- ✓ Recipientes de porcelana
- ✓ cuchara de madera
- ✓ cucharas medidoras

#### **N. Acuñas**

- ✓ Ollas de 40cm de diámetro
- ✓ Recipientes de porcelana
- ✓ bol
- ✓ espátula
- ✓ cuchara de madera
- ✓ cucharas medidoras

#### **O. Helado De Camu Camu**

- ✓ colador de plástico
- ✓ bol de vidrio
- ✓ recipientes de porcelana
- ✓ tazas medidoras

#### **P. Camotillo**

- ✓ Recipiente de porcelana
- ✓ Colador de plástico

- ✓ Cuchillo de acero
- ✓ Brocha de cocina
- ✓ Placa de 20x50 cm para hornear
- ✓ Tazas y cucharas medidoras

#### **Q. Sanguito**

- ✓ Ollas
- ✓ Cuchara sopera
- ✓ Batidor de varilla
- ✓ Tazones
- ✓ Cuchara de madera
- ✓ Placa 30x60cm para horno
- ✓ Cucharas medidoras

#### **R. Voladores**

- ✓ Colador
- ✓ Bol de vidrio
- ✓ Recipientes
- ✓ Rodillo de madera
- ✓ Placa de 30 x 60cm para horno
- ✓ Espátula
- ✓ Tazas y cucharas medidoras

#### **S. Guargueros:**

- ✓ Cernidora
- ✓ Rodillo
- ✓ Paños
- ✓ Manga



## VI. Almacenamiento De Utensilios

Tabla 49: Almacenamiento de Utensilios

Porta Utensilios	Guarda Utensilios De Repostería
<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Se adapta a la anchura de un cajón.</li><li>• Capacidad: 06 compartimiento</li><li>• Plástico</li><li>• Vidrio templado de 6 mm</li></ul> 	<p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Estuche de plástico</li><li>• Cita separadora</li><li>• Pintura resistente a la corrosión</li></ul> 

Fuente: Elaboración Propia

## VII. Proveedores De Insumos

Tabla 50: Proveedores

LUGAR – EMPRESA	PRODUCTO	CERTIFICACIONES
Gloria	Leche	Norma Iso 22000:2005
	Mantequilla	ISO 22000 E ISO 9001
	Manjar Blanco	Norma ISO 22000:2005
Nestel	Leche Condensada	Iso 22000 E Iso 9001
Mercado De Frutas	Todo Tipo De Frutas Frescas.	
Cartavio	Azúcar Blanca	Norma ISO 22000:2005
	Azúcar Rubia	Norma ISO 22000:2005
Costeño	Frijol	
	Arroz	
La Negrita - Alicorp	Esencia De Vainilla	Iso 9001:2000 Haccp - Bpm
	Gelatina	ISO 14001:1996
Primor - Alicorp	Aceite	Iso 9001:2000 Haccp - Bpm
Blanca Flor - Alicorp	Harina	Iso 9001:2000
Nieve - Alicorp	Manteca	Iso 9001:2000

Fuente: Elaboración Propia

## VIII. Implementos

### ✓ Muestra De Mesas Para Clientes



- Mesas de Madera, color nogal de 4 sillas.
- Serán mandadas a preparar en el Parque Industrial de Villa el Salvador.

### ✓ Muestra De La Vestimenta Del Jefe Pastelero

- Gorro Blanco
- Mandil Blanco.
- Zapatos Blancos
- Todos los trajes serán confeccionados en la tienda de costura "Michelle", ubicado en Gamarra.



✓ **VESTIMENTA DE LOS MOZOS**



Abercrombie & Fitch

- Los mozos (as), usaran polos de color rojo en verano y blusa o camisa en invierno.
- En la parte inferior llevaran un pantalón o jean negro.
- Mandil largo, negro.
- Zapatos negros.

## **IX. Horario De Trabajo**

Definimos el horario de trabajo como una responsabilidad muy importante el cual requerimos de todos los trabajadores su apoyo y compromiso para cumplir con el trabajo dentro del horario establecido dentro de la empresa; ya que la empresa cuenta rigurosamente con un horario planificado, con una distribución de días de descanso muy ordenado dentro las necesidades de días con mucha demanda de clientes; porque requerimos del apoyo de los trabajadores con responsabilidad, que les guste su trabajo, que se sientan que somos una familia por la que hay que ponerse la camiseta y trabajar con corazón.

El Horario de apertura de “Mi dulce Limeñita” es de 10:00am y el cierre es a las 22:00pm trabajamos de Lunes a Domingo; los trabajadores descansaran los días de

semana entre lunes, martes y miércoles, serán horarios fijos y establecidos para cada trabajador.

Los únicos días que no funcionara la franquicia será los días 25 de diciembre y 1 de enero, que ya que son fechas especiales lo cual comprendemos que todos queremos estar en familia y compartir.

El horario está dividido en 2 turnos diarios, cada uno de 6hrs y 30 minutos para también dar oportunidad a jóvenes que deseen trabajar en horario de medio tiempo y más que ello, para tener trabajadores activos y que respondan a su trabajo al 100% con responsabilidad y optimismo.

## **X. Métodos De Ventas Utilizadas**

### **✓ Técnica De Venta Personal**

Mi Dulce Limeñita utiliza esta técnica como herramienta de promoción, que le permite comunicarse de forma más directa con sus clientes y posibles compradores, por ello la fuerza de ventas debe realizar las siguientes acciones:

- Atender al cliente inmediatamente que éste ingresa a las instalaciones del local.
- Identificar al cliente potencial o calificado, y tratarlo adecuadamente.
- Analizar posibles necesidades del cliente, a través de una rápida observación.
- Llevar a cabo presentaciones donde se indiquen beneficios de los productos en función a las necesidades y expectativas del cliente.
- Asesorar personalmente al cliente que necesite informes más detallados como; duración, calidad del producto, entre otros.
- Obtener el pedido y prepararlo adecuadamente y en el menor tiempo posible.
- Establecer relaciones interpersonales a largo plazo con nuestros clientes.

- Todo ello permite generar mayores situaciones de compra y que el cliente identifique nuestra vocación de servicio hacia él a través del trato personalizado que brinda la empresa.

✓ **Técnica de la satisfacción de las necesidades**

Como bien se menciona en una de las políticas de la empresa, lo que se busca o pretende brindar, es una atención especial a cada cliente.

Más que el hecho de vender los productos, se destaca la actitud de servicio por parte de los vendedores hacia el cliente.

Por ello, el personal de ventas tiene como tarea primordial ejecutar acciones que garanticen la credibilidad de la empresa respecto a sus políticas organizacionales.

✓ **Tareas específicas del vendedor:**

Las necesidades de los clientes potenciales deberán ser percibidas desde el momento de ingreso al local.

Deberá identificarse con mayor precisión las demandas específicas del cliente al momento de la conversación.

Con un diálogo más establecido, ayudaremos al cliente a darse cuenta de la existencia de una necesidad (en relación al producto de la empresa).

Posteriormente convencerlo con sutileza que el producto puede satisfacer sus necesidades mejor que cualquier otra marca competidora.

La lealtad del cliente es uno de los efectos posteriores a la utilización de este instrumento así como el aumento de confianza en él o los vendedores.

✓ **Utilidad**

Las técnicas de ventas adoptadas por la compañía se utilizan en cualquier momento, pero a pesar de ello la compañía enfatiza ejecutarlas con mayor esfuerzo, en los siguientes casos:

- Cuando el producto sea nuevo o presente características complejas, es necesario aclarar dudas e interrogantes por parte del cliente.
- Cuando el número de clientes actuales y calificados son una cantidad suficiente como para ser atendidos de manera más personalizada por un vendedor altamente capacitado.
- Cuando los precios de los productos ofrecidos justifiquen el costo que implica educar a la fuerza de ventas en el tema de mejores técnicas de ventas.

## **4.2 Proceso y Tecnología**

### **I. Proceso De Compra.**

El proceso de compras que utilizaremos para la adquisición de insumos para la elaboración de nuestros postres lo realizaremos de acuerdo a un programa que se desarrollara de la siguiente manera:

- Planificación de las compras: Realizaremos un estudio anticipado de las necesidades de insumos que están escasos en nuestros anaqueles o aprovechar la temporada de productos que se encuentren en oferta debido a su estacionalidad esto respaldado con las ventas promedio del mes.
- Análisis de las necesidades. Se recibirá y redactara la solicitud de materiales y analiza la prioridad de las peticiones para tramitar su gestión.
- Solicitud de ofertas y presupuesto. Solicitaremos la cotización a las empresas de acuerdo a los insumos que son requeridos, también de empresas mayoristas o minoristas de acuerdo al volumen de pedido.
- Evaluación de las ofertas recibidas. Una vez recibidas las ofertas hay que estudiarlas, analizarlas, compararlas y examinarlas.

- Selección del proveedor. Los factores que se comparan durante la fase de selección son el precio, la calidad, las condiciones y las garantías personales de la empresa que suministrará el producto.
- Negociación de las condiciones. Durante esta fase se comentan y especifican algunos puntos de la oferta que pueden ser negociables, descuentos, promociones, envío de mercadería en el local, etc.
- Solicitud del pedido. Pactaremos con el vendedor para llegar a un acuerdo deben formalizar un documento que comprometa a ambas partes (contrato de compraventa o pedido en firme), boleta, factura o un documento de firma de aval.
- Seguimiento del pedido y los acuerdos. Se hace para verificar que hemos recibido todo el material solicitado, que se corresponde a las características detalladas en el pedido y que se han suministrado a tiempo.
- El proceso puede variar de una empresa a otra debido a la actividad principal. La empresa industrial centra sus compras en los materiales que utiliza para elaborar el producto. La empresa comercial, por su parte, busca conseguir el producto a un precio competitivo. Y por último, para la empresa de servicios la variable principal es satisfacer las necesidades del cliente.
- Algunas veces el proceso de compras es largo y complejo debido a que para tomar una decisión final se necesita información o respuesta de otras empresas.

#### **a) Información De La Compra.**

Antes de realizar las compras se analizaran, la seriedad, solvencia y experiencia del proveedor y del mismo modo el producto que se ofrece tenga certificados de calidad. Detallando también las condiciones de pago si es pago a crédito o al contado, así como las fechas de vigencia y procedencia del producto.

#### **Condiciones económicas.**

- Precio por unidad y por lote.
- Descuento comercial.
- Rappels y su aplicación.

- Gastos de envases y embalajes.
- Gastos de transporte y seguro.
- Forma de pago.
- Recargo por aplazamiento del pago.

### **Condiciones técnicas.**

- Características técnicas.
- Calidad.
- Embalajes especiales.
- Instalación y montaje.
- Tiempo de garantía.
- Formación de los usuarios.
- Repuestos y mantenimiento postventa.

### **Servicios postventa.**

- Plazo de entrega.
- Devolución de excedentes.
- Revisión de precios.
- Otros servicios.

## b) Verificación De Las Compras

Las verificaciones de las compras se realizaran antes y después de la entrega de los productos, que se realizan de la siguiente manera:

Tabla 51: Verificación De Compra

<b>VERIFICACIONES (ANTES)</b>	<b>VERIFICACION (DURANTE)</b>	<b>VERIFICACIONES (DESPUES)</b>
Una vez realizado el pedido de los insumos a utilizar en la elaboración de los postres, se dialogará con el proveedor y para que nos brinde el lote de productos que se enviara para revisar el estado de los insumos, textura, calidad, peso exacto y otros aspectos.	El comportamiento de los insumos a la hora de la elaboración de los postres.	La vigencia del producto si está de acuerdo a la fecha de vencimiento de los productos que se nos envió.

Fuente: Elaboración Propia

## II. Proceso De Fabrica Control De Produccion

Se inicia con la especificación de lo que debe hacerse, en función de la planeación de la producción.

Entrada de Materiales: De acuerdo a la hora y fecha de entrega de los insumos en los almacenes de nuestro establecimiento, se firmara un acta de recepción y conformidad de ambas partes.

Capacidad del personal: la cantidad de personas capacitadas para la elaboración del producto, si es necesario aumentar para cumplir con las órdenes de nuestros clientes.

Capacidad de producción de la maquinaria: Para tener una utilización adecuada de ellas, deben observarse las condiciones ambientales, especificaciones, calidad y cantidad de los materiales, la experiencia y capacidad de las operaciones en aquellas.

### **III. Fabricación U Operación**

#### **a) Acompañamiento**

##### **A. Alfajor**

- ✓ Azucar en Polvo
- ✓ Chicha Morada
- ✓ Gaseosas
- ✓ Chocolate Caliente
- ✓ Café
- ✓ Infusiones

##### **B. Frejol Colado**

- ✓ Ajonjoli
- ✓ Chicha Morada
- ✓ Gaseosas

##### **C. Dia Y Noche**

- ✓ Canela Molida
- ✓ Chicha Morada
- ✓ Gaseosas

##### **D. Suspiro**

- ✓ Canela Molida
- ✓ Gaseosas
- ✓ Chicha Morada

### **E. Empanada**

- ✓ Azucar en Polvo
- ✓ Café
- ✓ Infusiones
- ✓ Chicha Morada
- ✓ Gaseosas

### **F. Turrone:**

- ✓ Café
- ✓ Infusiones
- ✓ Chicha Morada
- ✓ Gaseosas

### **G. Churros**

- ✓ Azucar en Polvo
- ✓ Café
- ✓ Infusiones
- ✓ Chocolate caliente

### **H. Machado De Membrillo**

- ✓ Chicha Morada
- ✓ Canela en polvo

### **I. Mazamorra De Calabaza**

- ✓ Chicha Morada
- ✓ Canela en polvo

### **J. Mousse De Chocolate**

- ✓ Galletas

- ✓ Canela en polvo
- ✓ Nueces

**K. Mazamorra De Cochino**

- ✓ Chicha Morada
- ✓ Canela en polvo

**L. Arroz Zambito**

- ✓ Chicha Morada
- ✓ Canela en polvo

**M. Acuñaas :**

- ✓ Chicha Morada
- ✓ Hilos de azúcar

**N. Helado De Camu Camu**

- ✓ Galletas, caramelos
- ✓ Crema chantilly sobre el postre

**O. Camotillo**

- ✓ Espolvoreado con canela molida.
- ✓ Chicha morada, gaseosa.

**P. Sanguito**

- ✓ Pirotines de sanguito con grageas de distintos colores.
- ✓ Chicha morada, gaseosa.

## **Q. Voladores**

- ✓ Espolvoreado con azúcar en polvo.
- ✓ Chicha morada, gaseosa.

## **R. Guangueros:**

- ✓ Azúcar polvo
- ✓ Grageas

## **b) Tiempo De Preparación**

### **A. Alfajor**

- Tiempo de Preparación: 35 Minutos
- Dificultad: Medio

### **B. Frejol Colado**

- Tiempo de Preparación: 50 Minutos
- Dificultad: Medio

### **C. Dia Y Noche**

- Tiempo de Preparación: 60 Minutos
- Dificultad: Fácil

### **D. Suspiro A La Limeña**

- Tiempo de Preparación: 30 Minutos
- Dificultad: Medio

### **E. Empanada**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: Medio

#### **F. Turrónes:**

- Tiempo de Preparación: 60 Minutos
- Dificultad: Medio

#### **G. Churros**

- Tiempo de Preparación: 50 Minutos + 5 de freído
- Dificultad: Medio

#### **H. Machado De Membrillo**

- Tiempo de Preparación: 30 Minutos
- Dificultad: Medio

#### **I. Mazamorra De Calabaza**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: Medio

#### **J. Mousse De Chocolate**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: Medio

#### **K. Mazamorra De Cochino**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: Fácil

#### **L. Crema Volteada**

- Tiempo de Preparación: 35 Minutos
- Dificultad: Fácil

#### **M. Mazamorra De Cochino**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: Fácil

#### **N. Arroz Zambito**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: fácil

#### **O. Acuñas**

- Tiempo : 35 minuto
- Dificultad : regular

#### **P. Helado De Camu Camu**

- Tiempo : 45 minutos
- Dificultad : medio

#### **Q. Camotillo**

- Tiempo: 45 minutos + 5 minutos de horno
- Dificultad : fácil

#### **R. Sanguitos**

- Tiempo : 35 minutos
- Dificultad : regular

#### **S. VOLADORES**

- Tiempo: 35 minutos + 15 minutos de horno
- Dificultad: fácil

#### **T. Guargueros:**

- Tiempo de Preparación: 40 Minutos
- Dificultad: fácil

#### IV. Maquinarias Y Herramientas

##### ✓ A. Refrigeradora Industrial Rs-H1klrm

Características:

- Twin cooling system
- Silver Nano health system™
- CoolSelect zone™
- Dispensador sofisticado
- Capacidad : 506 P3
- Medidas : 91.2 cm
- Icemaker : Sí
- Tecnología Silver Nano: No
- Control de Humedad: No
- Número de bandejas de Vidrio templado: 2 c/u
- Peso Neto 121 Kg
- Profundidad Neta con la Puerta abierta a 90°: Sí
- Rating de Estrellas del freezer : 4 estrellas
- Refrigerante R134a Cyclopentane Insulation : Ciclopentano
- Tecnología Silver Nano: No



##### ✓ B. Cocina Industrial MODELO 904 AI - L

Características:

- Marca Harman's.
- Fabricado con planchas de Acero Inoxidable calidad AISI 304 2B
- Equipada con cuatro quemadores de fierro fundido de 7" de diámetro
- Cuatro parrillas de fierro fundido
- Válvulas de dos posiciones max/min



- Perillas de aluminio
- Bandeja deslizable de Acero Inoxidable bajo los quemadores, para limpieza de desperdicios
- Pedestal de Acero Inoxidable

### ✓ **C. Batidora de mano**

Características:

- Marca Oster
- Práctico botón de un solo toque que expulsa fácilmente los batidores
- Mango ergonómico para un mejor equilibrio y control de su batidora
- Su diseño moderno y elegante le brinda un toque especial a la cocina
- Excelente rendimiento y potencia gracias a su motor de 250 watts
- Función de mezclado que aumenta automáticamente la velocidad para una mejor consistencia de la mezcla



✓ **D. Licuadora Osterizer®**

Características:

- Marca Oster
- Potente motor de 600 vatios
- Cubierta de motor de metal con recubrimiento cromado brillante
- Perilla rotativa de dos velocidades
- Sistema de impulsión totalmente metálico All-Metal Drive™
- Tapa de material vinyl
- Tapón medidor de plástico transparente, con capacidad de 60 ml (2 onzas)
- Vaso de acero inoxidable con capacidad para 1,250 litros (5 tazas).
- Revolucionaria cuchilla de acero inoxidable con exclusivo diseño para licuar hasta los ingredientes más duros



### ✓ E. Horno Industrial a gas natural o a gas propano

Características:

- Estructura total reforzada en inoxidable calidad AISI 304 - 2b, con aislamiento térmico de Lana mineral Vitrea.
- Consta de tres correderas y dos parrillas de trabajo.
- Base calefactora de ladrillos calcáreos.
- Control de temperatura mediante termostato.
- Medidas exteriores: 1.70 x 1.09 x 0.73m.



### ✓ F. Mesa de trabajo

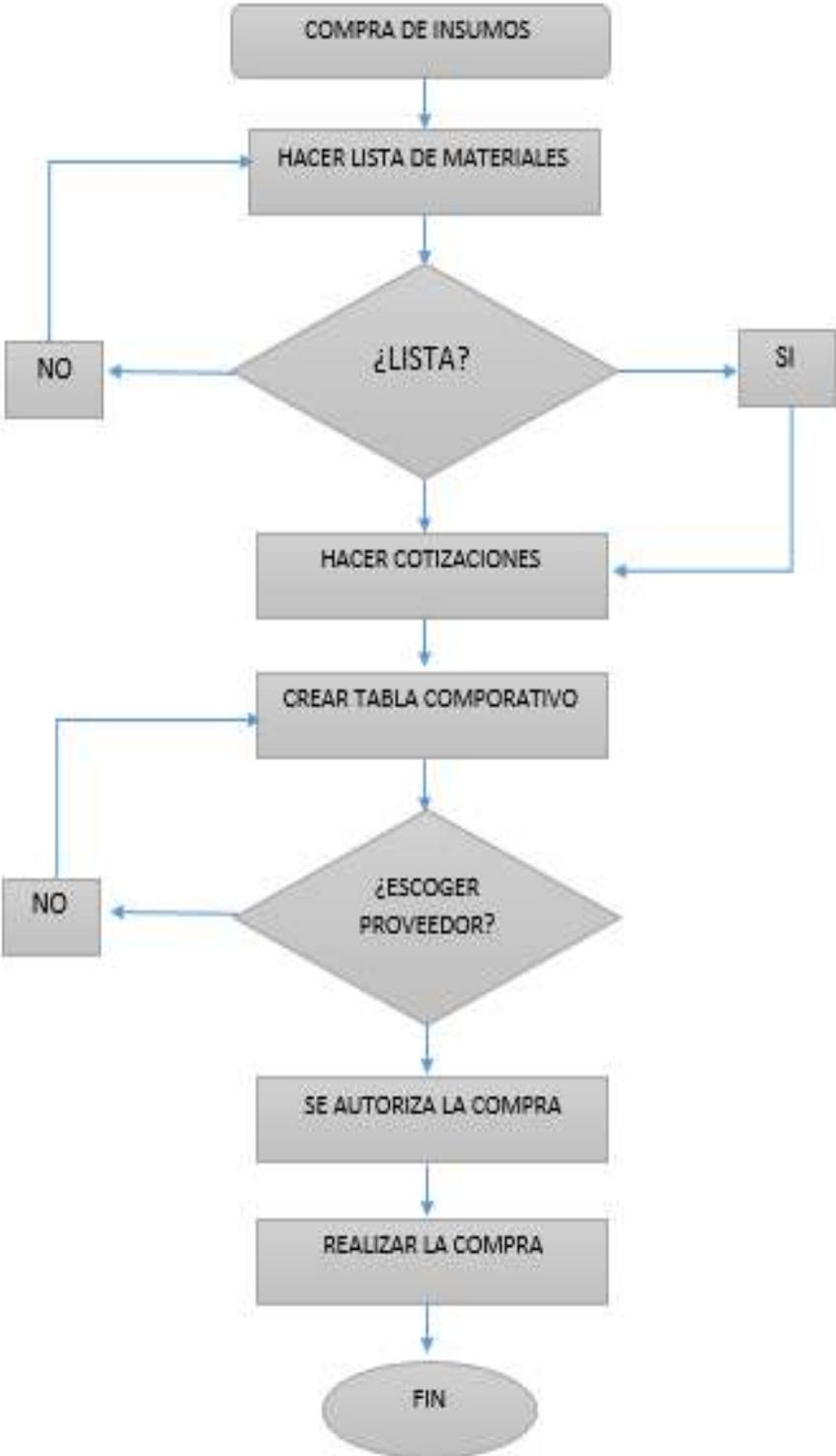
Características:

- Marca Harman's.
- Fabricado con planchas de Acero Inoxidable calidad AISI 304 2B, uso gastronómico
- Patas de tubo redondo de Acero inoxidable de 1½"
- Las mesas pueden ser fabricadas de acuerdo al diseño, medidas, etc.; del cliente.



**4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos**

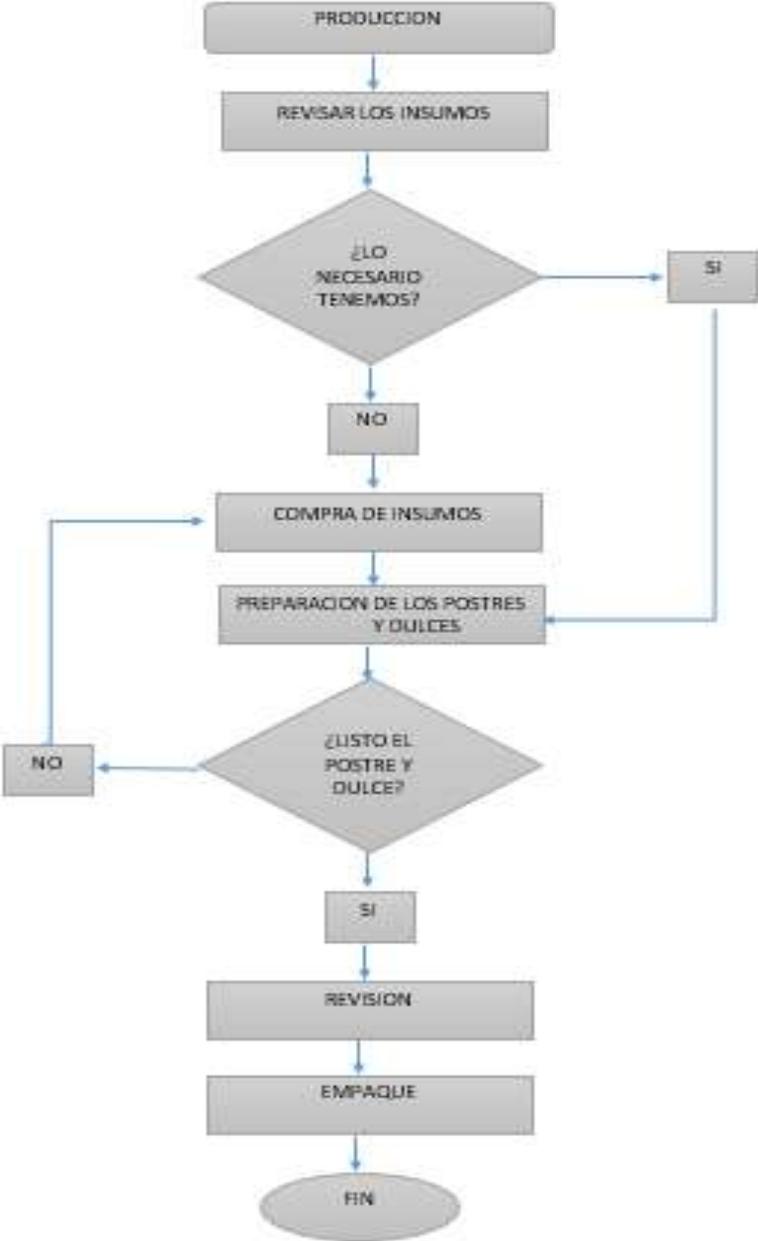
Figura 24: Diagrama de Compra Materia Prima



Fuente: Elaboración Propia

Es fundamental conocer la secuencia de los procesos que se llevarán a cabo para producir los postres que ofreceremos al público eficaz y eficientemente.

Figura 25: Diagrama de Proceso de Producción



Fuente: Elaboración Propia

Figura 26: Diagrama de Venta de Producto



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52: Diagrama de Gantt del proceso de compra del producto

Actividades	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
Solicitar cotización a proveedores	■						
Revisión de cotizaciones	■						
Negociación con proveedores.		■					
Se solicita la autorización al Gerente General		■	■				
Realiza contrato de compra.			■	■			
Genera la orden de compra				■			
Entrega de contrato y orden de compra al proveedor.					■		
Firma de contrato por proveedor					■		
Recepción de productos.						■	
Verificación de conformidad o no conformidad						■	
Gerente General la orden de pago.							■
Se realiza el pago.							■
Informar al proveedor que se realizó el pago.							■
Conformidad del proveedor.							■

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53: Diagrama de Gantt del proceso de producción

Actividades	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4
Revisar los insumos	■			
Verificación Ingredientes completos	■			
Compra de los insumos		■		
Preparación del Postre y Dulce		■		
Revisión del Postre y dulce		■		
Empaquetar		■		



#### 4.2.2 Capacidad instalada y operativa

La capacidad que requiere el negocio en “Mi Dulce Limeñita” está dada por lo equipos que se adquieran, por la áreas de trabajo y por el espacio de atención al cliente. En el área de atención dependiendo del número de metros cuadrados se hará la distribución del espacio. Para la atención debe haber un espacio de 2.5 metros cuadrados por comensal, es decir, que si queremos tener un local para atender a 30 personas, debemos buscar un local de 50 metros cuadrados.

En el área de cocina, el espacio disminuye, ya que no entran a ser consideradas mesas ni sillas para atención. En esta zona debe haber un espacio de 1,5 metros para las personas que trabajan y sumar el tamaño que tengan los equipos que hacen parte de la cocina como también los mesones y el área de lavada necesaria. Para atender a 30 personas, debe haber aproximadamente 4 personas en cocina, lo que nos da 6 metros cuadrados necesarios de área de trabajo. A esto le sumamos el área de los equipos y de circulación, lo que nos da una búsqueda de 30 metros cuadrados de área de trabajo.

La empresa Mi dulce Limeñita para que tome una decisión sobre que proveedor abastecerá el establecimiento, debe tener seguridad que cuente con la capacidad de mantener productos en todo momento, de tal forma de poder generar el pedido.

Tabla 55: Capacidad Operativa de la empresa

Descripción	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Frejol Colado	200	2400
Alfajor	150	1800
Arroz con Leche	100	1200
Mazamorra Morada	100	1200
Suspiro	150	1800
Empanada	100	1200
Turrone	100	1200
Churros	100	1200
Manchado de Membrillo	100	1200
Mazamorra de Calabaza	100	1200
Mousse de Cholate	100	1200
Crema Volteada	100	1200
Mazamorra de Cochino	100	1200
Arroz Zambito	150	1800

Acuñas	150	1800
Helado Camu Camu	300	3600
Camotillo	200	2400
Sanguito	200	2400
Voladores	150	1800
Guangueros	200	2400
<b>Total</b>	<b>2,850.00</b>	<b>34,200.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

##### A. Equipo Y Maquinas

Tabla 56: Equipos y Maquinas

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Refrigerador	1	S/ 2.150,00	S/ 2.150,00
Horno Max 750	1	S/ 2.800,00	S/ 2.800,00
Licuada Oster	2	S/ 530,00	S/ 1.060,00
Batidora	2	S/ 1.180,00	S/ 2.360,00
Cocina Con 4 Quemadoras + Plancha Y Horno	1	S/ 2.200,00	S/ 2.200,00
Vitrina Exhibidora	2	S/ 1.800,00	S/ 3.600,00
Laptop Hp 14" Intel Core I5 4gb 1tb	2	S/ 1.299,00	S/ 2.598,00
Bandejas De Acero Inoxidable	50	S/ 15,00	S/ 750,00
Mesa Doble Nivel Patelera	2	S/ 249,00	S/ 498,00
Cucharas Para Batir	10	S/ 3,00	S/ 30,00
Bowls De Acero Inoxidable (6pack)	4	S/ 35,00	S/ 140,00
Raspador De Mesas	4	S/ 3,50	S/ 14,00
Jarras Medidoras ( 4 Pack)	4	S/ 25,00	S/ 100,00
Cucharas Medidoras (4 Pack)	5	S/ 10,00	S/ 50,00

Pack De 6 Rodillos	4	S/ 155,00	S/ 620,00
Colador De Acero Inoxidable	4	S/ 15,00	S/ 60,00
Platos	500	S/ 4,00	S/ 2.000,00
Cubiertos	500	S/ 2,00	S/ 1.000,00
<b>Total</b>			<b>S/ 22.030,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## **B. Personal**

### **Interno:**

Tabla 57: Sueldos de Personal I

Descripción	N° de empleados	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	SIS	Total anual
<b>Gerente General</b>	1	2,000	23,000	1,000	24,000	180	24,180
<b>Asistente de logística</b>	1	1,000	11,500	500	12,000	180	12,180
<b>Asistente Comercial</b>	1	1,000	11,500	500	12,000	180	12,180
<b>TOTAL</b>	3	4,000					48,540

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58: Sueldos Personal II

Descripción	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	SIS	Total anual
<b>Repostero</b>	1	1,200	1,200	13,800	600	14,400	180	14,580
<b>Mozo</b>	2	930	930	10,695	465	11,160	180	11,340
<b>Cajera</b>	1	1,000	1,000	11,500	500	12,000	180	12,180
<b>TOTAL</b>	4		3,130					38,100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59: Personal Externo

Descripción	Costo mensual	Costo anual
<b>Contador</b>	200.00	2,400.00
<b>Total</b>	<b>281.50</b>	<b>2,546.50</b>

Fuente: Elaboración Propia

**PARA 60 PORCIONES MENSUALES POR CADA POSTRE**  
**FREJOL COLADO**

Ingredientes	Medidas	Costo
FREJOL	4,30 Kg	S/:12,9
Azucar	2,50 Kg	S/.25
Ajonjoli	100 gr	S/.10
Clavo de olor	2 Un	S/.2
Leche	2 caja	S/.64
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.113,9</b>

**DIA Y NOCHE**

Ingredientes	Medidas	Costo
Arroz	3,5 kg	S/.17
Azucar	1/2 costal	S/.25
Esencia de Vainilla	2 pomos	S/.6
Canela	1 bolsita	S/:5
Limonos	2,5 kg	S/.10
Maiz Morado	2,5 kg	S/.20
Piña	cajon	S/.7
Frutos secos	2kg	S/.24
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.114</b>

**ALFAJOR**

HARINA	3 kg	S/.24
MANTEQUILLA	100gr	S/.45
AZUCAR EN POLVO	100 gr	S/:5
MANJAR	8KG	S/.48
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.122</b>

**EMPANADA**

POLLO	8 KG/H	S/.48
ACEITE	1 GALON	S/.24
MAGGI	2 CAJAS	S/.8
AJO	1 KG	S/.10
CEBOLLA	12 KG	S/.6,8
PIMIENTO	3 P aquetes	S/:6
OREGANO	4 POMOS	S/.12
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/:114,8</b>

**SUSPIRO**

CONDENSADA	(12 CAJAS)	S/.192
HUEVOS	2,8 KG	S/:28
LECHE	2 CAJAS	S/.64
CANELA MOLIDA	1 POMO	S/:5
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.289</b>

### **CHURROS**

### **Para 60 unidades mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Harina	3 kg	S/.24
Aceite	1 galon	S/.24
Huevo	3 kg	S/.15
Esencia de Vainilla	2 pomos	S/.6
Sal	1 bolsa	S/.1
Azucar	1/2 Bolsa	S/.25
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.95</b>

### **PARA 1200 PORCIONES MENSUALES ACUÑAS**

Ingredientes	Medidas	Costo
Azucar	13Kg	S/.29,9
Mani Tostado	13 Kg	S/.91
Jugo de Limon	7 limones	S/.1,4
Glucosa	600 gr	S/.6
Esencia de Vainilla	2 potes	S/.1,6
Yemas de huevo	200	S/.20
Agua	4 litros	S/.2,75
Margarina	1 kg	S/:8
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.160,65</b>

### **HELADO DE CAMU CAMU**

### **Para 900 Mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Camu Camu	30kg	S/.165

Agua	30 litros	S/.20,6
Leche condensada	60 tarros	S/:240
Leche Evaporada	60 tarros	S/.138
Azucar	12 Kg	S/.27,6
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 591,2</b>

### **CAMOTILLO**

**Para 1200 mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Camote	15 kg	S/.18
Azucar	15 kg	S/.34,5
Leche	1 litro	S/.2,7
Naranjas	15 Un	S/.3,9
Limon	15 Un	S/.1,2
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 60,3</b>

### **SANGUITO**

**Para 1200 Un. Mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Chancaca	90 tapas	S/. 81
Harina de Maiz	4 kg	S/. 10,4
Pasas	1 kg	S/.7,6
Canela	150 gr	S/. 1,2
Anis	150 gr	S/. 1,2
Cascara de Naranja	3 Un.	S/. 0,7
Vino Dulce	4 litros	S/:52
Agua	6 litros	S/. 4,1
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 158,2</b>

### **CHURROS**

**Para 60 unidades mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Harina	3 kg	S/.24
Aceite	1 galon	S/.24
Huevo	3 kg	S/.15
Esencia de Vainilla	2 pomos	S/.6
Sal	1 bolsa	S/.1
Azucar	1/2 Bolsa	S/.25
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/.95</b>

### **MACHACADO DE MEMBRILLO**

**Para 60 unidades mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Membrillo	1 caja	S/.25

Azucar	1/ 2 costal	S/.25
Naranja	5 naranjas	S/.1,2
Canela	1 pomo	S/.5
Agua	4 litros	S/.2,75
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 58,95</b>

**MAZAMORRA DE CALABAZA** **Para 60 unidades mensuales**

Ingredientes	Medidas	Costo
Calabaza	1 caja	S/.25
Azucar	1/ 2 costal	S/.25
Chancaca	5 naranjas	S/.1,2
Canela	1 pomo	S/.5
Maisena	1 kg	S/.3
Agua	4 litros	S/.2,75
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 61,95</b>

**ARROZ ZAMBITO** **Para 60 unidades mensuales**

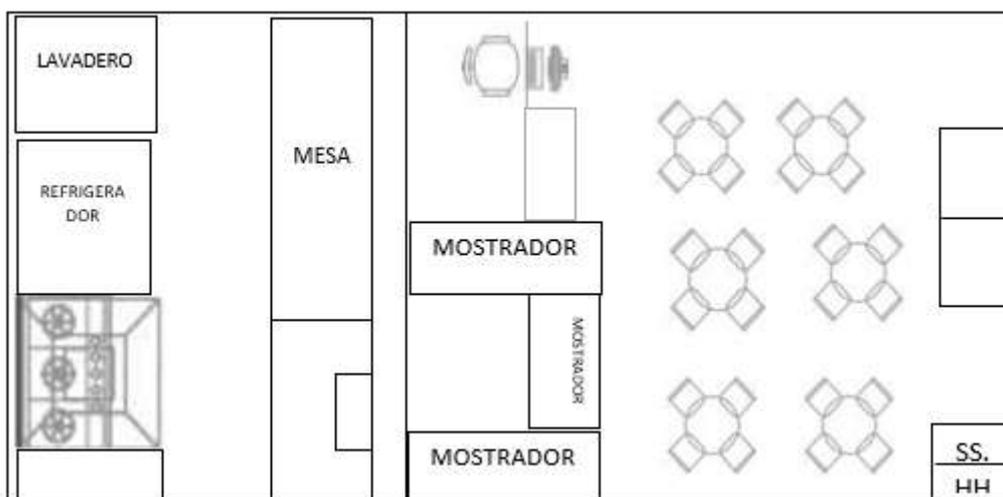
Ingredientes	Medidas	Costo
Arroz	3,5kg	S/.17
Azucar	1/2 costal	S/.25
Canela	1 pomo	S/.5
Leche	3 litros	S/.7,1
Nueces y pasas	1 kg	S/.2,3
Anis	150 gr	S/.2
Chancaca	2 bolas	S/: 1,6
<b><u>COSTO TOTAL</u></b>		<b>S/. 60</b>

#### 4.2.4 Infraestructura y características físicas

##### ✓ Layout

La planta de producción y ventas contará con un área de 50 m<sup>2</sup>, esta área será dividida entre el establecimiento para las ventas así como el punto de producción, los mismos ya se encuentran construidos en su totalidad, para ser dividido entre las áreas necesarias como: el salón, el área de producción, el mostradora, el almacén y los servicios higiénicos. Según el Layout se contará con cada uno de los puntos antes mencionados.

Ilustración 10: Layout de Mi Dulce Limeñita



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.3 Localización del negocio, Factores determinantes

En el presente plan de negocios es importante determinar la ubicación geográfica, para lo cual se ha analizado 3 distritos y se ha establecido una ponderación de acuerdo a los factores de localización como cercanía a los proveedores y clientes.

Opciones	Distrito
A	Barranco
B	Miraflores

<b>C</b>	<b>Surco</b>
----------	--------------

Tabla 60: Distritos para localización del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla N° 52 la identificación de 3 locales, cada uno de ellos en un distrito diferente, los cuales son Barranco, Miraflores y Surco. Luego de ello, se procedió a identificar los factores de evaluación, los cuales son cercanía al proveedor, cliente, costo de alquiler, tamaño del local y acceso a las avenidas principales para poder dar un servicio al cliente.

Tabla 61: Método de factores ponderados para la localización del proyecto

Factores	Peso Relativo	Calificación			Calificación Ponderada		
		A	B	C	A	B	C
<b>Cercanía a los proveedores</b>	10%	3	2	2	0,3	0,2	0,2
<b>Cercanía a los clientes</b>	30%	4	4	3	1,2	1,2	0,9
<b>Costo de alquiler</b>	20%	3	3	3	0,6	0,6	0,6
<b>Tamaño del local</b>	20%	4	3	3	0,8	0,6	0,6
<b>Acceso a las avenidas principales</b>	20%	4	2	2	0,8	0,4	0,4
<b>Total</b>	<b>100%</b>				<b>3,7</b>	<b>3</b>	<b>2,7</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62: Puntuación

Nivel	Puntaje
<b>Muy Positivo</b>	4
<b>Positivo</b>	3
<b>Negativo</b>	2
<b>Muy Negativo</b>	1

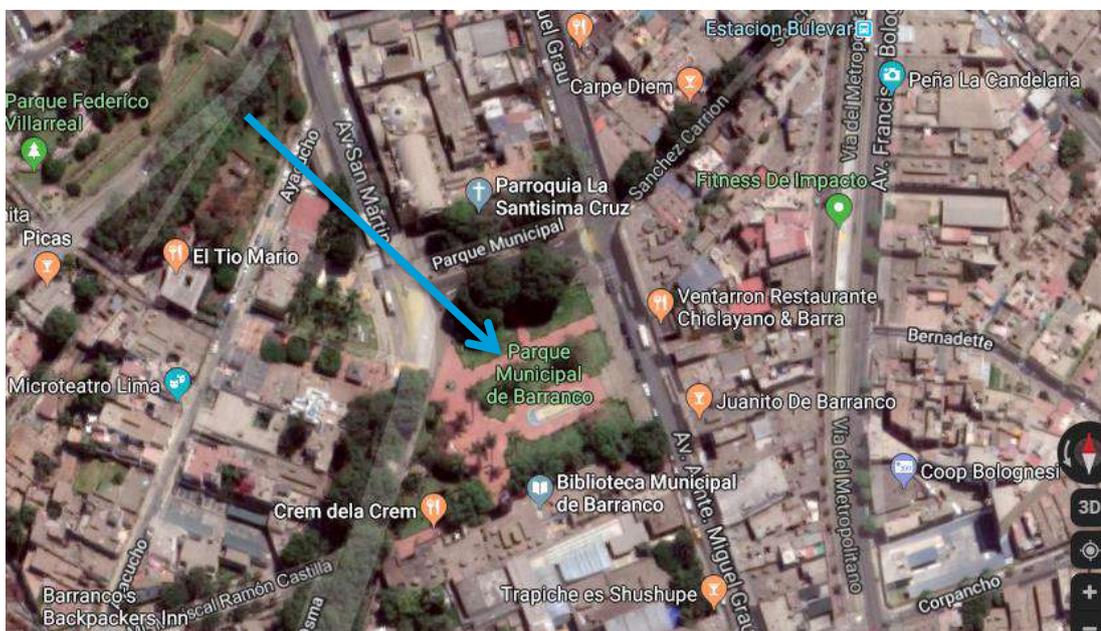
Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 5, muestra que la opción A (Distrito de Barranco) ha obtenido la calificación más alta. Por lo tanto la empresa Mi Dulce Limeña, se encontrará ubicada en el distrito de barranco. El área del local es de 50 m2.

La empresa se ubicara en el Distrito de Barranco, se caracteriza por su atractivo Turístico y por sus lugares tradicionales que se concentra en La plaza de Barranco. Tanto peruanos como extranjeros recorren sus calles y parques.

Es por eso que los negocios que satisfacen las demandas de los turistas ofreciéndole diferentes servicios.

Ilustración 11: Ubicación Distrito de Barranco



Este es un distrito muy interesante el cual hay mucha demanda de la comida peruana en general, ya que aquí hay mucha afluencia de turistas, lo cual siempre están interesados en comer nuestra riquísima gastronomía y que mejor en la tarde saborear unos ricos dulces limeños de antaño.

La empresa “Mi Dulce Limeña” transcurso los años se expandirá en los siguientes Distritos como Miraflores y Surco.

## 5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva de bienes o servicios del proyecto se deberá determinar cuáles son los bienes de capital que se requieren para cumplir con la producción que se ofertara al mercado de consumo así como el dinero en efectivo inicial para empezar la producción.

### 5.1. Inversión Fija

#### 5.1.1. Inversión Tangible

Tabla 63. Inversión Tangible

<b>Inversión Tangible</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo</b>
Refrigerador	1	S/ 2.150,00	S/ 2.150,00
Horno Max 750	1	S/ 2.800,00	S/ 2.800,00
Licadora Oster	2	S/ 530,00	S/ 1.060,00
Batidor	2	S/ 1.180,00	S/ 2.360,00
Cocina con 4 Quemadoras + Plancha y Horno	1	S/ 2.200,00	S/ 2.200,00
Vitrina Exhibidora	2	S/ 1.800,00	S/ 3.600,00
Bandeja De Acero Inoxidable	50	S/ 15,00	S/ 750,00
Mesa Doble Nivel Pastelera	2	S/ 249,00	S/ 498,00
Cucharas Para Batir	10	S/ 3,00	S/ 30,00
Bowls De Acero Inoxidable (6 Pack)	4	S/ 35,00	S/ 140,00
Raspador De Mesas	4	S/ 3,50	S/ 14,00
Jarras Medidoras ( 4 Pack)	4	S/ 25,00	S/ 100,00
Cucharas Medidoras (4 Pack)	5	S/ 10,00	S/ 50,00
Pack De 6 Rodillos	4	S/ 155,00	S/ 620,00
Colador De Acero Inoxidable	4	S/ 15,00	S/ 60,00

Platos	500	S/ 4,00	S/ 2.000,00
Cubiertos	500	S/ 2,00	S/ 1.000,00
<b>Total Inversión Tangible</b>		<b>S/ 11.176,50</b>	<b>S/ 19.432,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64 : Inversión muebles y enseres

<b>Inversión Muebles y Enseres</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo</b>
Escritorios	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Sillas giratorias	1	S/ 95.00	S/ 95.00
Mesas Redondas	5	S/ 250.00	S/ 1,250.00
Repostero	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Sillas Normales	25	S/ 90.00	S/ 2,250.00
Estante de madera	1	S/ 280.00	S/ 280.00
<b>Total Inversión Muebles y Enseres</b>		<b>S/ 1,165.00</b>	<b>S/ 4,325.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65: Inversión de Equipos

<b>Inversión de Equipos</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo</b>
Laptop Hp 14" Intel Core I54gb 1tb	2	S/ 1,299.00	S/ 2,598.00
Televisor	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Ventiladores	2	S/ 80.00	S/ 160.00
Impresora	1	S/ 1,050.00	S/ 1,050.00
<b>Total Inversión Equipos</b>		<b>S/ 3,929.00</b>	<b>S/ 5,308.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Total Inversión Tangible S/ 29.065,00**

Como se puede apreciar en la tabla N° 56, se muestra toda la inversión tangible que la empresa necesitara para llevar a cabo sus funciones. Esta inversión tangible está formada por la inversión en muebles y enseres dentro de los cuales encontramos cocina, refrigerador, licuadora, entre otros; asimismo contamos con la inversión en equipos que está en tabla N° 57, lo cual está formado por las laptop, ventilador, impresora multifuncional y televisor.

### 5.1.2. Inversión Intangible

Tabla 66. Inversion Intangible

<b>Inversión Intangible</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo</b>
Licencia de Funcionamiento	1	S/ 278,10	S/ 278,10
Marca	1	S/ 583,80	S/ 583,80
Diseño de Pagina Web	1	S/ 600,00	S/ 900,00
Búsqueda y Reserva del nombre	1	S/ 23,00	S/ 23,00
Minuta Constitución	1	S/ 350,00	S/ 450,00
Libros Contables	1	S/ 71,00	S/ 71,00
legalización de libros	1	S/ 170,00	S/ 170,00
Valor del Plan	1	S/ 5.000,00	S/ 5.000,00
Windows Office 2017	1	S/ 150,00	S/ 150,00
<b>Total Inversión Intangible</b>		<b>S/ 7.625,90</b>	<b>S/ 7.625,90</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 58, podemos observar que la inversión intangible es todo aquello inmaterial, por lo que dentro de esta inversión contamos con el Diseño de página web, Marca, Constitución de empresa, Licencia de funcionamiento, Valor del plan y Garantía del local.

## 5.2. Capital de Trabajo

Tabla 67: Capital de trabajo

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
<b>Total Capital De Trabajo</b>		30,491	72,987
<b>Capital De Trabajo</b>		12,491	54,987
<b>Caja</b>		18,000	18,000
<b>Costo De Frejol Colado</b>		<b>154.00</b>	<b>462.00</b>
<b>Frejol</b>	0.45	90	270
Azúcar	0.06	12	36
Clavo De Olor	0.03	6	18
Leche Evaporada	0.23	46	138
<b>Costo De Alfajor</b>		<b>133.50</b>	<b>400.50</b>
Harina	0.24	36	108
Mantequilla	0.18	27	81
Azúcar En Polvo	0.12	18	54
Manjar Blanco	0.35	53	158
<b>Costo De Arroz Con Leche</b>		<b>175.00</b>	<b>525.00</b>
Canela	1.20	120	360
Arroz	0.17	17	51
Azúcar	0.06	6	18
Leche Evaporada	0.14	14	42
Escencia De Vainilla	0.18	18	54
<b>Costo De Suspiro Limeña</b>		<b>292.50</b>	<b>877.50</b>
Leche Evaporada	0.23	35	104
Leche Condesada	0.48	72	216
Escencia De Vainilla	0.18	27	81
Vino Blanco	0.64	96	288
Azúcar	0.06	9	27
Huevos	0.36	54	162
<b>Costo De Mazamorra Morada</b>		<b>313.00</b>	<b>939.00</b>
Piña	0.08	8.00	24.00
Membrillos	0.15	15.00	45.00
Manzanas	0.04	4.00	12.00
Melocotones	0.05	5.00	15.00
Guindones	1.20	120.00	360.00
Canela	1.20	120.00	360.00
Clavo De Olor	0.03	3.00	9.00
Azúcar	0.06	6.00	18.00
Harina	0.24	24.00	72.00

Maíz Morado	0.08	8.00	24.00
<b>Costo De Empanada</b>		<b>264.00</b>	<b>792.00</b>
Harina	0.30	30.00	90.00
Mantequilla	0.18	18.00	54.00
Sal	0.06	6.00	18.00
Huevos	0.72	72.00	216.00
Carne Molida	0.52	52.00	156.00
Cebolla	0.06	6.00	18.00
Pasta De Tomate	0.18	18.00	54.00
Ajos	0.12	12.00	36.00
Especies	0.50	50.00	150.00
<b>Costo De Turrone</b>		<b>404.50</b>	<b>1,213.50</b>
Harina Preparada	0.28	28.00	84.00
Manteca	0.18	18.00	54.00
Huevos	0.52	52.00	156.00
Leche	0.30	30.00	90.00
Anís En Grano	0.09	9.00	27.00
Azúcar	0.10	10.00	30.00
Chancacas	0.40	40.00	120.00
Membrillo	0.15	15.00	45.00
Higo	1.20	120.00	360.00
Clavo De Olor	0.03	2.50	7.50
Canela	0.80	80.00	240.00
<b>Costo De Churros</b>		<b>163.00</b>	<b>489.00</b>
Harina	0.48	48.00	144.00
Mantequilla	0.11	11.00	33.00
Huevo	0.72	72.00	216.00
Vainilla	0.18	18.00	54.00
Azucar	0.10	10.00	30.00
Sal	0.04	4.00	12.00
<b>Costo De Manchado De Membrillo</b>		<b>183.00</b>	<b>549.00</b>
Membrillo	0.42	42.00	126.00
Azúcar	0.10	10.00	30.00
Limón	0.08	8.00	24.00
Clavo De Olor	0.03	3.00	9.00
Canela	1.20	120.00	360.00
<b>Costo De Mazamorra De Calabaza</b>		<b>277.00</b>	<b>831.00</b>
Harina De Trigo	0.32	32.00	96.00
Calabaza	0.20	20.00	60.00
Leche	0.35	35.00	105.00
Chancaca	0.50	50.00	150.00

Azúcar	0.02	2.00	6.00
Canela	1.20	120.00	360.00
Vainilla	0.15	15.00	45.00
Clavo De Olor	0.03	3.00	9.00
<b>Costo De Mousse Chocolate</b>		<b>139.00</b>	<b>417.00</b>
Gelatina	0.18	18	54
Huevos	0.72	72	216
Azúcar	0.08	8	24
Cacao	0.24	24	72
Mantequilla	0.17	17	51
<b>Costo De Crema Volteada</b>		<b>215.00</b>	<b>645.00</b>
Leche	0.72	72.00	216
Huevo	0.72	72.00	216
Azúcar	0.08	8.00	24
Esencia De Vainilla	0.15	15.00	45
Leche Condesada	0.48	48.00	144
<b>Costo De Mazamorra De Cochino</b>		<b>178.00</b>	<b>534.00</b>
Chancaca	0.25	25.00	75
Huevo	0.36	36.00	108
Azúcar	0.04	4.00	12
Jugo De Naranja	0.08	8.00	24
Canela	0.60	60.00	180
Maicena	0.45	45.00	135
<b>Costo De Arroz Zambito</b>		<b>535.50</b>	<b>1,606.50</b>
Clavo De Olor	0.03	4.50	13.5
Canela	1.20	180.00	540
Chancaca	0.50	75.00	225
Azúcar	0.06	9.00	27
Arroz	0.17	25.50	76.5
Pasas	0.36	54.00	162
Coco Rallado	0.20	30.00	90
Anís	0.15	22.50	67.5
Nueces	0.90	135.00	405
<b>Costo De Acuñaas</b>		<b>240.00</b>	<b>720.00</b>
Mani Tostado	0.20	30.00	90
Jugo De Limon	0.08	12.00	36
Glucosa	0.12	18.00	54
Vainilla	0.15	22.50	67.5
Huevo	0.72	108.00	324
Azucar En Polvo	0.12	18.00	54
Margarina	0.21	31.50	94.5
<b>Costo De Helado Camu Camu</b>		<b>345.00</b>	<b>1,035.00</b>
Camu Camu	0.36	108.00	324

Lecha Evaporada	0.23	69.00	207
Leche Condesada	0.48	144.00	432
Azúcar	0.08	24.00	72
<b>Costo De Camotillo</b>		<b>306.00</b>	<b>918.00</b>
Camote	S/. 0.08	S/. 16.00	48
Azúcar	S/. 0.08	S/. 16.00	48
Jugo De Naranja	S/. 0.10	S/. 20.00	60
Canela	S/. 1.20	S/. 240.00	720
Clavo De Olor	S/. 0.03	S/. 6.00	18
Grageas De Colores	S/. 0.04	S/. 8.00	24
<b>Costo De Sanguito</b>		<b>648.00</b>	<b>1,944.00</b>
Harina De Maiz	S/. 0.30	S/. 60.00	180
Mantequilla	S/. 0.17	S/. 34.00	102
Leche	S/. 0.23	S/. 46.00	138
Chancaca	S/. 0.50	S/. 100.00	300
Azúcar	S/. 0.02	S/. 4.00	12
Cascara de naranja	S/. 0.01	S/. 2.00	6
Pasas	S/. 0.36	S/. 72.00	216
Canela	S/. 1.20	S/. 240.00	720
Vino dulce	S/. 0.45	S/. 90.00	270
<b>Costo de guangueros</b>		<b>522.00</b>	<b>1,566.00</b>
Harina sin preparar	S/. 0.24	S/. 48.00	144
Huevo	S/. 0.72	S/. 144.00	432
Margarina	S/. 0.21	S/. 42.00	126
Pisco	S/. 0.72	S/. 144.00	432
Polvo de Hornear	S/. 0.15	S/. 30.00	90
Manjar blanco	S/. 0.36	S/. 72.00	216
Aceite	S/. 0.21	S/. 42.00	126
<b>Gasto de personal</b>		<b>4,000.00</b>	<b>12,000.00</b>
Gerente general	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	6,000
Asistente de logística	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	3,000
Asistente comercial	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	3,000
<b>Mano de obra directa</b>		<b>3,130.00</b>	<b>9,390.00</b>
Repostero	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	3,600
Mozo	S/. 930.00	S/. 930.00	2,790
Cajera	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	3,000
<b>Materiales indirectos</b>		<b>410.95</b>	<b>524.85</b>
Recogedor	5.00	5.00	5.00
Escoba	10.00	10.00	10.00
Jabón liquido	13.98	13.98	41.94
Paños ( paquetes de 25xu)	9.00	9.00	9.00
Lejía aro (galón x4kg)	8.48	16.97	50.91
Elite jumbo papel Toalla Natural Básica x 200 mts.	13.00	26.00	78.00

Manteles	10.00	50.00	50.00
Polos	15.00	60.00	60.00
Pantalones	30.00	120.00	120.00
Togas	5.00	20.00	20.00
Mandiles	20.00	80.00	80.00
<b>Gastos indirectos</b>		<b>2,050.00</b>	<b>6,150.00</b>
Pago de alquiler de local	1,600	1600.00	4,800
Servicios (luz, agua, telef e internet)	450	450.00	1,350
<b>Gastos administrativos</b>		<b>281.50</b>	<b>681.50</b>
Hojas bond millar	10.00	10.00	10
Archivadores	5.50	27.50	28
Lapiceros cajas	10.00	10.00	10
Lápices cajas	9.00	9.00	9
Perforador	5.50	11.00	11
Engrampador	7.00	14.00	14
Contador	200.00	200.00	600
<b>Gastos de ventas</b>		<b>6,190.00</b>	<b>6,190</b>
Página web	600	600	
Espacio en la feria (Stand)	1500	1500	
Decoración del Stand	500	500	
Movilidad	50	50	
Alimentación	40	40	
Merchandansing (folletos, tarjetas, regalitos)	500	500	
Facebook	1500	1500	
Instagram	1500	1500	
<b>Exigible</b>		<b>1,600.00</b>	<b>4,800</b>
Garantía de local	1,600.00	1,600.00	4800

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 59, se puede apreciar que nuestro costo mensual de trabajo es de S/12,491 esto debido a que hemos realizado el cálculo correspondiente para hallar dicho costo, el cual es la suma de hallar el costo de compra, mano de obra indirecta, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y nuestros gastos ventas; añadiéndole la caja chica que mensualmente la empresa tendrá, el cual asciende a S/ 18,000. Asimismo, se ha calculado en forma trimestral nuestro costo de capital de trabajo el cual asciende a S/ 72,987, ya que es la inversión de capital

necesaria para ser frente a nuestros gastos operativos hasta que nuestros ingresos puedan cubrir nuestros egresos de los 3 primeros meses. Cabe señalar que nuestros gastos de ventas son de S/ 6,190.00, esto debido a que la empresa está iniciando sus actividades y para poder alcanzar nuestros objetivos la empresa ha decidido invertir fuertemente en marketing.

### 5.3. Inversión Total

Tabla 68. Inversion Total

<b>Datos de inversión</b>	<b>Inversión</b>
Licencia de Funcionamiento	278.10
Marca	583.80
Diseño de Pagina Web	900.00
Búsqueda y Reserva del nombre	23.00
Minuta Constitución	450.00
Libros Contables	71.00
legalizacion de libros	170.00
Valor del Plan	5000.00
Window Office 2017	150.00
<b>Inversión intangible</b>	<b>7625.90</b>
Equipos y maquinaria	24840.00
Muebles y enseres	4325.00
<b>Inversión Tangible</b>	<b>29165.00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>72986.85</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

Tabla 69. Estructura de la inversión y financiamiento

<b>Información de Financiamiento</b>	
<b>% Aporte propio</b>	59%
<b>% Financiado</b>	41%
<b>Préstamo a mediano plazo</b>	45,177

<b>Aporte propio</b>	65,011
<b>Total</b>	<b>110,189</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 61 se puede apreciar la estructura de financiamiento, en donde se detalla cuál será el aporte propio y cuánto será financiado por alguna entidad financiera. Cabe señalar que esta estructura está constituida por el aporte del capital propio de un 59% que es necesario para poder vender el producto y un 41% financiado por Caja Huancayo. Asimismo, es importante indicar que el capital propio es de 65,011 soles, mientras que el aporte financiado es de 45,177 soles.

### 5.5. Fuentes Financieras

La inversión total para el presente proyecto es de S/ 110,189.00, para lo cual la empresa ha decidido financiar el 41% de la inversión total con Caja Huancayo, esto con el propósito de obtener una mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, además de hacer uso del escudo fiscal y de obtener un apalancamiento financiero, ya que al adquirir el préstamo en Caja Huancayo se tendría que pagar intereses como un costo por el financiamiento, lo cual reduciría el impuesto a la renta. Cabe indicar que para una microempresa que recién inicia sus actividades ningún banco estaría dispuesto a financiarte en la totalidad del préstamo requerido, a menos que se cuente con un AVAL financiero que respalde nuestro préstamo. Por ende, la empresa creyó necesario aportar el 59% de su capital para poder vender los diferentes servicios. Asimismo, la empresa ha adquirido el préstamo de Caja Huancayo, ya que nos ofrece dicho financiamiento con AVAL y con una tasa preferencial, a continuación, se detalla las tasas efectivas anuales que te cobran las diferentes cajas municipales, entre las cuales se encuentra Caja Huancayo.

Tabla 70. Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro empresas

<b>Tasa Anual (%)</b>	<b>CMAC Arequipa</b>	<b>CMAC Cusco</b>	<b>CMAC del Santa</b>	<b>CMAC Huancayo</b>	<b>CMA C Ica</b>
<b>Préstamos a cuota fija a más de 360 días</b>	33.67	31.29	46.42	26.73	29.49

Fuente: Super intendencia de banca y seguro  
Elaboración propia

La tabla N° 62 se puede indicar que las tasas de intereses que ofrecen las distintas cajas elegidas para tomar la decisión de financiamiento muestran que en Caja Arequipa ofrece el 33.67% de tasa efectiva anual, sin embargo no accedimos porque era una tasa alta y como empresa que recién inicia sus actividades no conviene acceder, evaluamos a Caja Cusco quien tiene una tasa efectiva anual de 31.29% y la tercera evaluación es Caja Huancayo la que nos ofrece un 26.73% de tasa efectiva anual, la cual es relativamente baja en comparación con las otras dos cajas municipales evaluadas anteriormente, por lo que la empresa decidió financiarse a través de Caja Huancayo.

## I. Condiciones de Crédito

Tabla 71. Condiciones de crédito

<b>Préstamo</b>	<b>45,177</b>
Tiempo (mensual)	36
Tasa interés mensual	1.99%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	1,771

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 63 se puede apreciar cuales son las características del préstamo, dentro de los cuales encontramos que se realizará un préstamo a la Caja Huancayo de 45,177 soles, el cual será pagado en un plazo de 3 años, con un costo de interés mensual de 1.99%. Cabe indicar que no hay un periodo de gracia con pago de intereses y el valor de la cuota asciende a 1,771 soles.

Tabla 72. Cronograma de Pagos

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	<b>45,177</b>				<b>Escudo Fiscal</b>	
1	44,307	900.70	869.95	1,771	90.07	1,680.57
2	43,420	883.35	887.29	1,771	88.34	1,682.31
3	42,515	865.66	904.98	1,771	86.57	1,684.07
4	41,592	847.62	923.02	1,771	84.76	1,685.88
5	40,651	829.22	941.42	1,771	82.92	1,687.72

<b>6</b>	39,691	810.45	960.19	1,771	81.04	1,689.60
<b>7</b>	38,711	791.30	979.34	1,771	79.13	1,691.51
<b>8</b>	37,712	771.78	998.86	1,771	77.18	1,693.46
<b>9</b>	36,694	751.87	1,018.78	1,771	75.19	1,695.45
<b>10</b>	35,654	731.55	1,039.09	1,771	73.16	1,697.49
<b>11</b>	34,595	710.84	1,059.80	1,771	71.08	1,699.56
<b>12</b>	33,514	689.71	1,080.93	1,771	68.97	1,701.67
<b>13</b>	32,411	668.16	1,102.48	1,771	66.82	1,703.83
<b>14</b>	31,287	646.18	1,124.46	1,771	64.62	1,706.02
<b>15</b>	30,140	623.76	1,146.88	1,771	62.38	1,708.26
<b>16</b>	28,970	600.90	1,169.75	1,771	60.09	1,710.55
<b>17</b>	27,777	577.57	1,193.07	1,771	57.76	1,712.88
<b>18</b>	26,560	553.79	1,216.85	1,771	55.38	1,715.26
<b>19</b>	25,319	529.53	1,241.11	1,771	52.95	1,717.69
<b>20</b>	24,053	504.78	1,265.86	1,771	50.48	1,720.16
<b>21</b>	22,762	479.55	1,291.09	1,771	47.95	1,722.69
<b>22</b>	21,445	453.81	1,316.83	1,771	45.38	1,725.26
<b>23</b>	20,102	427.55	1,343.09	1,771	42.76	1,727.89
<b>24</b>	18,732	400.78	1,369.86	1,771	40.08	1,730.56
<b>25</b>	17,335	373.47	1,397.18	1,771	37.35	1,733.29
<b>26</b>	15,910	345.61	1,425.03	1,771	34.56	1,736.08
<b>27</b>	14,457	317.20	1,453.44	1,771	31.72	1,738.92
<b>28</b>	12,974	288.22	1,482.42	1,771	28.82	1,741.82
<b>29</b>	11,462	258.67	1,511.97	1,771	25.87	1,744.77
<b>30</b>	9,920	228.52	1,542.12	1,771	22.85	1,747.79
<b>31</b>	8,347	197.78	1,572.86	1,771	19.78	1,750.86
<b>32</b>	6,743	166.42	1,604.22	1,771	16.64	1,754.00
<b>33</b>	5,107	134.44	1,636.20	1,771	13.44	1,757.20
<b>34</b>	3,438	101.82	1,668.82	1,771	10.18	1,760.46
<b>35</b>	1,736	68.55	1,702.10	1,771	6.85	1,763.79
<b>36</b>	0	34.61	1,736.03	1,771	3.46	1,767.18

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 64 se detalla el flujo del prestamos que realizó la empresa, lo cual como se muestra el saldo deudor ira disminuyendo en medida que se vaya amortizando la deuda. La renta está realizada en cuotas iguales y es constante en el plazo en el que se tenga planeado pagar la deuda, cabe señalar que la renta está constituida por la suma del interés y la amortización. Asimismo, la empresa aprovechará el escudo fiscal que produce el préstamo a través de la disminución en el impuesto a la renta que la empresa tendrá que pagar.

## 6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

Se determinara los montos de dinero que se requieren para la elaboración de la producción que se determina en el estudio técnico, así como los ingresos por la venta de esos productos que serán ofertados al mercado de consumo preparándose los aspectos que se consideran en los estados financieros.

### 6.1 Presupuesto de los costos

#### Costos Directos:

Tabla 73. Costos De Frejol Colado

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Frejol colado por mes	Costo anual
Frejol	0.45	200.00	90	1,080.00
Azúcar	0.06	200.00	12	144.00
Clavo De Olor	0.03	200.00	6	72.00
Leche Evaporada	0.23	200.00	46	552.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>154.00</b>	<b>1,848.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74. Costos De Alfajor

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Alfajor por Mes	Costo anual
Harina	0.24	150.00	36	432.00
Mantequilla	0.18	150.00	27	324.00
Azucara en Polvo	0.12	150.00	18	216.00
Manjar Blanco	0.35	150.00	52.5	630.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>133.50</b>	<b>1,602.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 75. Costos De Arroz Con Leche

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Arroz Con Leche por Mes	Costo anual
Canela	1.20	100.00	120	1,440.00
Arroz	0.17	100.00	17	204.00
Azúcar	0.06	100.00	6	72.00
Leche Evaporada	0.14	100.00	14	168.00
Esencia De Vainilla	0.18	100.00	18	216.00
<b>Total insumos en productos</b>			<b>175.00</b>	<b>2,100.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 76. Costos De Suspiro Limeña

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Suspiro Limeña por Mes	Costo anual
Leche evaporada	0.23	150.00	34.5	414.00
Leche condensada	0.48	150.00	72	864.00
Esencia de Vainilla	0.18	150.00	27	324.00
Vino Blanco	0.64	150.00	96	1,152.00
Azúcar	0.06	150.00	9	108.00
Huevos	0.36	150.00	54	648.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>292.50</b>	<b>3,510.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 77. Costos De Mazamorra Morada

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Mazamorra Morada por Mes	Costo anual
Piña	0.08	100.00	8	96.00
Membrillos	0.15	100.00	15	180.00
Manzanas	0.04	100.00	4	48.00
Melocotones	0.05	100.00	5	60.00
Guindones	1.20	100.00	120	1,440.00
Canela	1.20	100.00	120	1,440.00
Clavo de olor	0.03	100.00	3	36.00
Azúcar	0.06	100.00	6	72.00
Harina	0.24	100.00	24	288.00
Maíz Morado	0.08	100.00	8	96.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>313.00</b>	<b>3,756.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 78. Costos De Empanada

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Empanada por Mes	Costo anual
Harina	0.30	100.00	30	360.00
Mantequilla	0.18	100.00	18	216.00
Sal	0.06	100.00	6	72.00
Huevos	0.72	100.00	72	864.00
Carne Molida	0.52	100.00	52	624.00
Cebolla	0.06	100.00	6	72.00
Pasta de Tomate	0.18	100.00	18	216.00
Ajos	0.12	100.00	12	144.00
Especias	0.50	100.00	50	600.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>264.00</b>	<b>3,168.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 79. Costos De Turrone

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Turrone por Mes	Costo anual
Harina Preparada	0.28	100.00	28	336.00
Manteca	0.18	100.00	18	216.00
Huevos	0.52	100.00	52	624.00
Leche	0.30	100.00	30	360.00
Anís En Grano	0.09	100.00	9	108.00
Azúcar	0.10	100.00	10	120.00
Chancacas	0.40	100.00	40	480.00
Membrillo	0.15	100.00	15	180.00
Higo	1.20	100.00	120	1,440.00
Clavo De Olor	0.03	100.00	2.5	30.00
Canela	0.80	100.00	80	960.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>404.50</b>	<b>4,854.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 80. Costos De Churros

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Churro por Mes	Costo anual
Harina	0.48	100.00	48	576.00
Mantequilla	0.11	100.00	11	132.00
Huevo	0.72	100.00	72	864.00
Vainilla	0.18	100.00	18	216.00
Azúcar	0.10	100.00	10	120.00
Sal	0.04	100.00	4	48.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>163.00</b>	<b>1,956.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81. Costos De Manchado De Membrillo

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Mazamorra Membrillo por Mes	Costo anual
Membrillo	0.42	100.00	42	504.00
Azúcar	0.10	100.00	10	120.00
Limón	0.08	100.00	8	96.00
Clavo de olor	0.03	100.00	3	36.00
Canela	1.20	100.00	120	1,440.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>183.00</b>	<b>2,196.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 82. Costos De Mazamorra De Calabaza

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Mazamorra De Calabaza por Mes	Costo anual
Harina de Trigo	0.32	100.00	32	384.00
Calabaza	0.20	100.00	20	240.00
Leche	0.35	100.00	35	420.00
Chancaca	0.50	100.00	50	600.00
Azúcar	0.02	100.00	2	24.00
Canela	1.20	100.00	120	1,440.00
Vainilla	0.15	100.00	15	180.00
Clavo de olor	0.03	100.00	3	36.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>277.00</b>	<b>3,324.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 83.Costos De Mousse Chocolate

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo De Mousse Chocolate por Mes	Costo anual
Gelatina	0.18	100.00	18	216.00
Huevos	0.72	100.00	72	864.00
Azúcar	0.08	100.00	8	96.00
Cacao	0.24	100.00	24	288.00
Mantequilla	0.17	100.00	17	204.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>139.00</b>	<b>1,668.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 84.Costos De Crema Volteada

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Crema Volteada por Mes	Costo anual
Leche	0.72	100.00	72	864.00
Huevo	0.72	100.00	72	864.00
Azúcar	0.08	100.00	8	96.00
Esencia de vainilla	0.15	100.00	15	180.00
Leche condensada	0.48	100.00	48	576.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>215.00</b>	<b>2,580.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 85.Costos De Mazamorra De Cochino

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Mazamorra De Cochino por Mes	Costo anual
Chancaca	0.25	100.00	25	300.00
Huevo	0.36	100.00	36	432.00
Azúcar	0.04	100.00	4	48.00
Jugo De Naranja	0.08	100.00	8	96.00
Canela	0.60	100.00	60	720.00
Maicena	0.45	100.00	45	540.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>178.00</b>	<b>2,136.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 86. Costos De Arroz Zambito

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Arroz Zambito por Mes	Costo anual
Clavo de olor	0.03	150.00	4.5	54.00
Canela	1.20	150.00	180	2,160.00
Chancaca	0.50	150.00	75	900.00
Azúcar	0.06	150.00	9	108.00
Arroz	0.17	150.00	25.5	306.00
Pasas	0.36	150.00	54	648.00
Coco rallado	0.20	150.00	30	360.00
Anís	0.15	150.00	22.5	270.00
Nueces	0.90	150.00	135	1,620.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>535.50</b>	<b>6,426.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 87. Costos De Acuñas

Producto	Costo Unitario	Cantidad	Costo Acuñas Por Mes	Costo Anual
Maní Tostado	0.20	150.00	30	360.00
Jugo De Limón	0.08	150.00	12	144.00
Glucosa	0.12	150.00	18	216.00
Vainilla	0.15	150.00	22.5	270.00
Huevo	0.72	150.00	108	1,296.00
Azúcar En Polvo	0.12	150.00	18	216.00
Margarina	0.21	150.00	31.5	378.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>240.00</b>	<b>2,880.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 88. Costos De Helado Camú Camú

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Camu Camu por Mes	Costo anual
Camú Camú	0.36	300.00	108	1,296.00
Lecha Evaporada	0.23	300.00	69	828.00
Leche Condesada	0.48	300.00	144	1,728.00
Azúcar	0.08	300.00	24	288.00

<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>345.00</b>	<b>4,140.00</b>
-----------------------------------	--	--	---------------	-----------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 89.Costos de Camotillo

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Camotillo por Mes	Costo anual
Camote	0.08	200.00	16	192.00
Azúcar	0.08	200.00	16	192.00
Jugo de naranja	0.10	200.00	20	240.00
Canela	1.20	200.00	240	2,880.00
Clavo de olor	0.03	200.00	6	72.00
Grageas de colores	0.04	200.00	8	96.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>306.00</b>	<b>3,672.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 90.Costos De Sanguito

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Sanguito por Mes	Costo anual
Harina De Maíz	0.30	200.00	60	720.00
Mantequilla	0.17	200.00	34	408.00
Leche	0.23	200.00	46	552.00
Chancaca	0.50	200.00	100	1,200.00
Azúcar	0.02	200.00	4	48.00
Cascara De Naranja	0.01	200.00	2	24.00
Pasas	0.36	200.00	72	864.00
Canela	1.20	200.00	240	2,880.00
Vino Dulce	0.45	200.00	90	1,080.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>648.00</b>	<b>7,776.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 91.Costos De Voladores

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Voladores por Mes	Costo anual
Gelatina	0.18	150.00	27	324.00
Huevo	0.72	150.00	108	1,296.00
Harina	0.48	150.00	72	864.00

Sal	0.04	150.00	6	72.00
Manjar blanco	0.36	150.00	54	648.00
Polvo de Hornear	0.15	150.00	22.5	270.00
Pisco	0.72	150.00	108	1,296.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>397.50</b>	<b>4,770.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 92. Costos De Guangueros

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo Guangueros por Mes	Costo anual
Harina sin preparar	0.24	200.00	48	576.00
Huevo	0.72	200.00	144	1,728.00
Margarina	0.21	200.00	42	504.00
Pisco	0.72	200.00	144	1,728.00
Polvo de Hornear	0.15	200.00	30	360.00
Manjar Blanco	0.36	200.00	72	864.00
Aceite	0.21	200.00	42	504.00
<b>Total Insumos En Productos</b>			<b>522.00</b>	<b>6,264.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 93. Presupuesto De Materiales Indirectos

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor	1	5.00	5.00	10.00
Escoba	1	10.00	10.00	20.00
Jabón liquido	2	13.98	13.98	167.76
Paños ( paquetes de 25 x u)	1	9.00	9.00	54.00
Lejía Aro (galón x4kg)	2	8.48	16.97	101.81
Elite jumbo papel toalla natural básica x 200 más.	2.00	13.00	26.00	156.00
Manteles	5.00	10.00	50.00	100.00
Polos	4.00	15.00	60.00	180.00
Pantalones	4.00	30.00	120.00	360.00
Togas	4.00	5.00	20.00	60.00
Mandiles	4.00	20.00	80.00	80.00
<b>Total Materiales Indirectos</b>			<b>410.95</b>	<b>1289.57</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 94. Presupuesto de gasto de personal

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	CT S 1 Sueldo	Gratificación 2 sueldos	Vacaciones	Sub total	SIS	Total anual
<b>Gerente General</b>	1	2,000	2,000	23,000	0	0	1,000	24,000	180	24,180
<b>Asistente de logística</b>	1	1,000	1,000	11,500	0	0	500	12,000	180	12,180
<b>Asistente Comercial</b>	1	1,000	1,000	11,500	0	0	500	12,000	180	12,180
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>		<b>4,000</b>			<b>0</b>				<b>48,540</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 86 se muestra los gastos de planilla en los cuales incurrirá la empresa y como somos un micro empresa que no sobrepasara en ventas las 150 UIT al año, permitirá que la empresa se acoja a un régimen especial, lo cual permitirá a la empresa reducir costos.

Tabla 95. Presupuesto de mano de obra directa

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	SI S	Total anual
<b>Repostero</b>	1	1,200	1,200	13,800	600	14,400	180	14,580
<b>Mozo</b>	2	930	930	10,695	465	11,160	180	11,340
<b>Cajera</b>	1	1,000	1,000	11,500	500	12,000	180	12,180
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>		<b>3,130</b>					<b>38,100</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 96. Gastos Fijos

Descripción	Mensual	Anual
<b>Pago de alquiler de local 50 M 2</b>	1,600.00	19,200.00
<b>Servicios (luz, agua, teléfono e internet)</b>	450.00	5,400.00
<b>Total Gastos fijos</b>	<b>2,050</b>	<b>24,600</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 97. Presupuesto de gastos administrativos

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
<b>Hojas bond millar</b>	10.00	1	10.00	20.00
<b>archivadores</b>	5.50	5	27.50	82.50
<b>Lapiceros cajas</b>	10.00	1	10.00	10.00
<b>Lápices cajas</b>	9.00	1	9.00	9.00
<b>Perforador</b>	5.50	2	11.00	11.00
<b>Engramadora</b>	7.00	2	14.00	14.00
<b>Contador</b>	200.00	1	200.00	2,400.00
<b>Total gastos administrativos</b>			<b>281.50</b>	<b>2,546.50</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 98. Presupuesto de gasto de ventas

Descripción	Total
Página web	600.00
Espacio en la feria (Stand)	1500.00
Decoración del Stand	500.00
Movilidad	50.00
Alimentación	40.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos)	500.00
Facebook	1500.00
Instagram	1500.00
<b>Gasto De Venta Total</b>	<b>6190.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 90 se puede apreciar que los gastos de ventas a los que incurre la empresa son altos, ya que por ser una empresa nueva que recién da inicio a sus actividades, es importante que promocioe para poder introducir nuestro producto al mercado ya que es necesario y esencial poder aumentar nuestras ventas e ir captando nuevos clientes.

## 6.2 Punto de equilibrio

Tabla 99. Costos Fijos

<b>Gastos De Personal</b>	<b>48,540</b>
Materiales Indirectos	1,290
Gastos Fijos	24,600
Gastos Administrativos	2,547
Gasto De Ventas	6,190
<b>Costo Fijo Total</b>	<b>83,166.07</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 91 se puede apreciar a todos los costos fijos de la empresa. estos costos fijos son costos que la empresa debe pagar así opere o no opere, es decir así la empresa venda o no venda estos costos deben ser pagados por la empresa. Asimismo, los costos fijos de la empresa están conformados por los materiales indirectos, mano de obra directa (Personal de la empresa), gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas, lo que generan un total de 83,166.07 soles al primer año de operación.

Tabla 100. Costos Variables

<b>Frejol Colado</b>	<b>1,848.00</b>	<b>2%</b>
<b>Alfajor</b>	1,602.00	1%
<b>Arroz con Leche</b>	2,100.00	2%
<b>Mazamorra Morada</b>	3,756.00	3%
<b>Suspiro</b>	3,510.00	3%
<b>Empanada</b>	3,168.00	3%
<b>Turrone</b>	4,854.00	4%
<b>Churros</b>	1,956.00	2%
<b>Manchado de Membrillo</b>	2,196.00	2%
<b>Mazamorra de Calabaza</b>	3,324.00	3%
<b>Mousse de Chocolate</b>	1,668.00	2%
<b>Crema Volteada</b>	2,580.00	2%
<b>Mazamorra de Cochino</b>	2,136.00	2%
<b>Arroz Zambito</b>	6,426.00	6%
<b>Acuñas</b>	2,880.00	3%
<b>Helado Camu Camu</b>	4,140.00	4%
<b>Camotillo</b>	3,672.00	3%
<b>Sanguito</b>	7,776.00	7%
<b>Voladores</b>	4,770.00	4%
<b>Guangueros</b>	6,264.00	6%

<b>Mano de obra Directa</b>	38,100.00	35%
<b>Costo variable total</b>	<b>S/. 108,726.00</b>	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 92 se aprecia los costos variables de la empresa, los cuales están formados por el costo total del producto que comercializamos, el cual genera un total de 108,726.00 soles para el primer año.

Tabla 101. Estructura de los precios

Producto	Peso	Costo Total	Costo unitario	Margen	Valor de venta en soles	IGV	Precio de venta
<b>Costos Frejol Colado</b>	2.62%	5,021	2.09	24%	2.8	<b>0.50</b>	3.25
<b>Costos De Alfajor</b>	2.27%	4,353	2.42	24%	3.2	<b>0.57</b>	3.75
<b>Costos De Arroz Con Leche</b>	2.97%	5,706	4.75	24%	6.3	<b>1.13</b>	7.38
<b>Costos De Mazamorra Morada</b>	5.32%	10,205	8.50	24%	11.2	<b>2.01</b>	13.20
<b>Costos De Suspiro</b>	4.97%	9,537	5.30	24%	7.0	<b>1.25</b>	8.23
<b>Costos De Empanada</b>	4.49%	8,608	7.17	24%	9.4	<b>1.70</b>	11.14
<b>Costos De Turrone</b>	6.87%	13,188	10.99	15%	12.9	<b>2.33</b>	15.26
<b>Costos De Churros</b>	2.77%	5,314	4.43	24%	5.8	<b>1.05</b>	6.88
<b>Costos De Manchado De Membrillo</b>	3.11%	5,967	4.97	24%	6.5	<b>1.18</b>	7.72
<b>Costos De Mazamorra De Calabaza</b>	4.71%	9,031	7.53	24%	9.9	<b>1.78</b>	11.69
<b>Costos De Mousse De Chocolate</b>	2.36%	4,532	3.78	24%	5.0	<b>0.89</b>	5.86
<b>Costos De Crema Volteada</b>	3.65%	7,010	5.84	24%	7.7	<b>1.38</b>	9.07
<b>Costos De Mazamorra De Cochino</b>	3.02%	5,804	4.84	24%	6.4	<b>1.15</b>	7.51
<b>Costos De Arroz Zambito</b>	9.10%	17,460	9.70	24%	12.8	<b>2.30</b>	15.06
<b>Costos De Acuña</b>	4.08%	7,825	4.35	24%	5.7	<b>1.03</b>	6.75
<b>Costos De Helado</b>	5.86%	11,248	3.12	24%	4.1	<b>0.74</b>	4.85

<b>Camu Camu</b>							
<b>Costos De Camotillo</b>	5.20%	9,977	4.16	24%	5.5	<b>0.98</b>	6.45
<b>costos de Sanguito</b>	11.01%	21,128	8.80	24%	11.6	<b>2.08</b>	13.67
<b>costos de Voladores</b>	6.75%	12,960	7.20	24%	9.5	<b>1.71</b>	11.18
<b>costos de Guangueros</b>	8.87%	17,019	7.09	24%	9.3	<b>1.68</b>	11.01
<b>Total</b>	100.00%	191,892.07					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 102 Punto de equilibrio por multiproductos

<b>Producto</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Partic</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Costo variable unitario</b>	<b>Marg Contr (S/.)</b>	<b>MC* p</b>	<b>Punto de Equilibrio- Cantidad Anual</b>	<b>Punto de Equilibrio en Soles</b>
<b>Costos Frejol Colado</b>	2,400.00	7.02 %	3.25	1.88	1.4	0.10	1,067	3,466.3
<b>Costos De Alfajor</b>	1,800.00	5.26 %	3.75	2.00	1.8	0.09	800	3,004.9
<b>Costos De Arroz Con Leche</b>	1,200.00	3.51 %	7.38	2.86	4.5	0.16	534	3,939.0
<b>Costos De Mazamorra Morada</b>	1,200.00	3.51 %	13.20	4.24	9.0	0.31	534	7,045.1
<b>Costos De Suspiro</b>	1,800.00	5.26 %	8.23	3.06	5.2	0.27	800	6,583.7
<b>Costos De Empanada</b>	1,200.00	3.51 %	11.14	3.75	7.4	0.26	534	5,942.2
<b>Costos De Turrone</b>	1,200.00	3.51 %	15.26	5.16	10.1	0.35	534	8,140.6
<b>Costos De Churros</b>	1,200.00	3.51 %	6.88	2.74	4.1	0.14	534	3,668.9
<b>Costos De Manchado De Membrillo</b>	1,200.00	3.51 %	7.72	2.94	4.8	0.17	534	4,119.0
<b>Costos De Mazamorra De Calabaza</b>	1,200.00	3.51 %	11.69	3.88	7.8	0.27	534	6,234.8
<b>Costos De Mousse De Chocolate</b>	1,200.00	3.51 %	5.86	2.50	3.4	0.12	534	3,128.7
<b>Costos De</b>	1,200.00	3.51 %	9.07	3.26	5.8	0.20	534	4,839.

<b>Crema Volteada</b>		%						3
<b>Costos De Mazamorra De Cochino</b>	1,200.00	3.51 %	7.51	2.89	4.6	0.16	534	4,006.5
<b>Costos De Arroz Zambito</b>	1,800.00	5.26 %	15.06	4.68	10.4	0.55	800	12,053.3
<b>Costos De Acuñas</b>	1,800.00	5.26 %	6.75	2.71	4.0	0.21	800	5,402.0
<b>Costos De Helado Camu Camu</b>	3,600.00	10.53 %	4.85	2.26	2.6	0.27	1,601	7,765.4
<b>Costos De Camotillo</b>	2,400.00	7.02 %	6.45	2.64	3.8	0.27	1,067	6,887.6
<b>Costos De Sanguito</b>	2,400.00	7.02 %	13.67	4.35	9.3	0.65	1,067	14,585.5
<b>Costos De Voladores</b>	1,800.00	5.26 %	11.18	3.76	7.4	0.39	800	8,947.1
<b>Costos De Guangueros</b>	2,400.00	7.02 %	11.01	3.72	7.3	0.51	1,067	11,749.4
	34,200.00	100%				5.47	15,207	131,509.4

Fuente: Elaboración propia

### 6.3 Estado de ganancias y perdidas

Tabla 103. Estado de Ganancias y pérdidas

<b>Estado de Ganancias y perdidas</b>						
<b>Periodo</b>	<b>0</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Ingresos</b>		295,770	307,600	322,980	342,359	366,324
<b>Costo De Venta</b>		108,726	113,075	118,729	125,853	126,002
<b>Utilidad Bruta</b>		187,044	194,525	204,252	216,507	240,322
<b>Gastos De Ventas</b>		6,190	6,414	6,704	7,071	7,523
<b>Gastos Fijos</b>		24,600	25,152	25,717	26,296	26,888
<b>Gastos De Personal</b>		48,540	49,511	50,501	51,511	52,541
<b>Materiales Indirectos</b>		1,290	1,330	1,371	1,414	1,458
<b>Gastos Administrativos</b>		2,547	2,647	2,777	2,939	3,138
<b>Depreciación</b>		4,789	4,789	4,789	4,789	3,877
<b>Amortización</b>		1,525	1,525	1,525	1,525	1,525
<b>Utilidad Operativa</b>		97,564	103,158	110,867	120,963	143,372
<b>Gastos Financieros</b>		9,548	6,442	2,506		
<b>Utilidad Ante De Impuestos</b>		88,016	96,716	108,361	120,963	143,372
<b>Impuesto A La Renta</b>		8,802	9,672	10,836	12,096	14,337
<b>Utilidad Neta</b>		<b>79,214</b>	<b>87,044</b>	<b>97,525</b>	<b>108,867</b>	<b>129,035</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 95 se puede apreciar el estado de ganancias y pérdidas de la empresa, el cual inicia con los ingresos, los cuales son el monto en soles de las ventas para los siguientes 5 años. Para el 2020 la utilidad bruta es de 187,044.00 soles, la cual es la cantidad que nos ayudara a cubrir nuestros costos operativos, financieros y fiscales. Seguido de ello contamos con nuestros gastos operativos los cuales constituyen a los gastos de ventas, gastos fijos, gastos de personal, materiales indirectos, gastos administrativos y depreciación y amortización los cuales son reducidos de nuestra utilidad bruta. Así por lo consiguiente la utilidad operativa resultante es de 97,564.00.00 soles, monto que representa la utilidad adquirida por vender nuestro producto. Cabe señalar que este monto no incluye los gastos financieros ni fiscales. La utilidad antes de impuestos de la empresa es de 88,016.00 soles, así calculando los impuestos a la renta, la utilidad neta después de impuesto de la empresa es de 79,214.00 soles en el primer año.

#### 6.4 Presupuesto de ingresos

Tabla 104. Presupuesto de Ingresos

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Costos Frejol Colado	7,795.84	8,107.67	8,513.05	9,023.84	9,655.51
Costos De Alfajor	6,758.08	7,028.40	7,379.82	7,822.61	8,370.20
Costos De Arroz Con Leche	8,858.91	9,213.26	9,673.93	10,254.36	10,972.17
Costos De Mazamorra Morada	15,844.79	16,478.58	17,302.51	18,340.66	19,624.50
Costos De Suspiro	14,807.03	15,399.31	16,169.28	17,139.43	18,339.19
Costos De Empanada	13,364.29	13,898.87	14,593.81	15,469.44	16,552.30
Costos De Turrone	18,308.61	19,040.95	19,993.00	21,192.58	22,676.06
Costos De Churros	8,251.44	8,581.50	9,010.57	9,551.21	10,219.79
Costos De Manchado De Membrillo	9,263.89	9,634.44	10,116.16	10,723.13	11,473.75
Costos De Mazamorra De Calabaza	14,022.38	14,583.28	15,312.44	16,231.19	17,367.37
Costos De Mousse De Chocolate	7,036.50	7,317.96	7,683.86	8,144.89	8,715.04
Costos De Crema Volteada	10,883.80	11,319.15	11,885.11	12,598.22	13,480.09
Costos De Mazamorra De Cochino	9,010.77	9,371.20	9,839.76	10,430.15	11,160.26
Costos De Arroz Zambito	27,108.25	28,192.58	29,602.21	31,378.35	33,574.83

Costos De Acuñaas	12,149.3 6	12,635.3 3	13,267.1 0	14,063.1 2	15,047.5 4
Costos De Helado Camu Camu	17,464.7 0	18,163.2 9	19,071.4 5	20,215.7 4	21,630.8 4
Costos De Camotillo	15,490.4 3	16,110.0 5	16,915.5 5	17,930.4 8	19,185.6 2
Costos De Sanguito	32,803.2 7	34,115.4 0	35,821.1 7	37,970.4 4	40,628.3 7
Costos De Voladores	20,122.3 7	20,927.2 7	21,973.6 3	23,292.0 5	24,922.4 9
<b>costos de Guangueros</b>	26,424.8 5	27,481.8 5	28,855.9 4	30,587.3 0	32,728.4 1
<b>Total de ingresos</b>	295,769. 56	307,600. 35	322,980. 36	342,359. 19	366,324. 33
<b>Tasa de crecimiento</b>	0	4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 96 se muestra las ventas de los primeros 5 años proyectados como parte de la evaluación del negocio. Para el 2020 el valor representado por los ingresos por ventas es de S/ 366,324.33.

Tabla 105. Calculo de IGV

<b>Años</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Costo de compra de producto	70,626	73,451	77,124	81,751	81,901
Gastos administrativos	147	151	156	161	166
Gasto de ventas	3,140	3,242	3,374	3,540	3,746
Materiales indirectos	1,290	1,330	1,371	1,414	1,458
<b>Total</b>	75,202	78,173	82,024	86,866	87,270
IGV de ventas 18%	53,239	55,368	58,136	61,625	65,938
IGV Compras 18%	13,536	14,071	14,764	15,636	15,709
Diferencias de IGV	39,702	41,297	43,372	45,989	50,230
<b>Pago del IGV</b>	39,702	41,297	43,372	45,989	50,230

Fuente: Elaboración propia

## 6.5 Presupuesto De Egresos

Tabla 106. Tasa de inflación de los últimos 5 años

<b>Año</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Tasa de inflación	3.20%	3.50%	3.60%	2.80%	2.48%

Fuente: BCR

Elaboración Propia

Tabla 107. Promedio de Inflación

<b>Inflación</b>	<b>3.12%</b>
------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 108. Presupuesto Del Costo De Venta

<b>Años</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Costos Frejol Colado</b>	1,848.00	1,921.92	2,018.02	2,139.10	2,288.83
<b>Costos De Alfajor</b>	1,602.00	1,666.08	1,749.38	1,854.35	1,854.35
<b>Costos De Arroz Con Leche</b>	2,100.00	2,184.00	2,293.20	2,430.79	2,430.79
<b>Costos De Mazamorra Morada</b>	3,756.00	3,906.24	4,101.55	4,347.65	4,347.65
<b>Costos De Suspiro</b>	3,510.00	3,650.40	3,832.92	4,062.90	4,062.90
<b>Costos De Empanada</b>	3,168.00	3,294.72	3,459.46	3,667.02	3,667.02
<b>Costos De Turrone</b>	4,854.00	5,048.16	5,300.57	5,618.60	5,618.60
<b>Costos De Churros</b>	1,956.00	2,034.24	2,135.95	2,264.11	2,264.11
<b>Costos De Manchado De Membrillo</b>	2,196.00	2,283.84	2,398.03	2,541.91	2,541.91
<b>Costos De Mazamorra De Calabaza</b>	3,324.00	3,456.96	3,629.81	3,847.60	3,847.60
<b>Costos De Mousse De Chocolate</b>	1,668.00	1,734.72	1,821.46	1,930.74	1,930.74
<b>Costos De Crema Volteada</b>	2,580.00	2,683.20	2,817.36	2,986.40	2,986.40
<b>Costos De Mazamorra De Cochino</b>	2,136.00	2,221.44	2,332.51	2,472.46	2,472.46
<b>Costos De Arroz Zambito</b>	6,426.00	6,683.04	7,017.19	7,438.22	7,438.22
<b>Costos De Acuña</b>	2,880.00	2,995.20	3,144.96	3,333.66	3,333.66
<b>Costos De Helado Camu Camu</b>	4,140.00	4,305.60	4,520.88	4,792.13	4,792.13
<b>Costos De Camotillo</b>	3,672.00	3,818.88	4,009.82	4,250.41	4,250.41
<b>Costos De Sanguito</b>	7,776.00	8,087.04	8,491.39	9,000.88	9,000.88
<b>Costos De Voladores</b>	4,770.00	4,960.80	5,208.84	5,521.37	5,521.37
<b>Costos De Guangueros</b>	6,264.00	6,514.56	6,840.29	7,250.71	7,250.71
<b>Mano De Obra Directa</b>	38,100.00	39,624.00	41,605.20	44,101.51	44,101.51
<b>Costo De Venta</b>	108,726.00	113,075.04	118,728.79	125,852.52	126,002.26

Fuente: Elaboración propia

Tabla 109. Presupuesto de materiales indirectos

<b>Materiales de limpieza</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Útiles de limpieza</b>	1289.57	1329.8	1371.2	1413.9	1458.0
<b>Total De Materiales Indirectos</b>	<b>1,289.57</b>	<b>1,329.75</b>	<b>1,371.19</b>	<b>1,413.91</b>	<b>1,457.97</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 110. Presupuesto de gasto de personal

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	24,180.00	24,663.60	25,156.87	25,660.01	26,173.21
Asistente de logística	12,180.00	12,423.60	12,672.07	12,925.51	13,184.02
Asistente Comercial	12,180.00	12,423.60	12,672.07	12,925.51	13,184.02
<b>Gasto de personal total</b>	<b>48,540.00</b>	<b>49,510.80</b>	<b>50,501.02</b>	<b>51,511.04</b>	<b>52,541.26</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 57 figuran los gastos de planilla en los cuales incurrirá la empresa y como somos un micro empresa que no sobrepasara en ventas las 150 UIT al año, permitirá que la empresa se acoja a un régimen especial, lo cual permitirá a la empresa reducir costos.

Tabla 111. Gastos Fijos

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Pago De Alquiler De Local	19,200.00	19,584.00	19,975.68	20,375.19	20,782.70
Servicios (Luz, Agua, Teléfono E Internet)	5,400.00	5,568.26	5,741.77	5,920.68	6,105.17
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>24,600.00</b>	<b>25,152.26</b>	<b>25,717.45</b>	<b>26,295.88</b>	<b>26,887.87</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 112. Presupuesto De Gastos Administrativos

Materiales De Oficina	2020	2021	2022	2023	2024
Útiles De Oficina	146.50	151.06	155.77	160.63	165.63
Asesor Contable	2,400.00	2,496.00	2,620.80	2,778.05	2,972.51
<b>Total De Gastos Administrativos</b>	<b>2,546.50</b>	<b>2,647.06</b>	<b>2,776.57</b>	<b>2,938.67</b>	<b>3,138.14</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 113. Presupuesto De Gasto De Ventas

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Página Web	600	600	600	600	600
Espacio En La Feria (Stand)	1,500	1,560	1,638	1,736	1,858
Decoración Del Stand	500	520	546	579	619
Movilidad	50	52	55	58	62
Alimentación	40	42	44	46	50
Merchandising (Folletos, Tarjetas, Regalitos)	500	520	546	579	619
Facebook	1,500	1,560	1,638	1,736	1,858
Instagram	1,500	1,560	1,638	1,736	1,858
<b>Total Gasto De Ventas</b>	<b>6,190</b>	<b>6,414</b>	<b>6,704</b>	<b>7,071</b>	<b>7,523</b>

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 105 se observa que los gastos de ventas a los que incurre la empresa son altos, ya que por ser una empresa nueva que recién da inicio a sus actividades, es importante que promocióne para poder introducir nuestro producto al mercado ya que es necesario y esencial poder aumentar nuestras ventas e ir captando nuevos clientes.

## 6.6 Flujo de Caja proyectado

A continuación, se detalla el cálculo del costo de oportunidad:

El costo de oportunidad (COK) o también nombrado como tasa de descuento, es lo mínimo que el inversionista espera ganar en un negocio. El COK es aquel indicador de donde las empresas esperan obtener algún valor que sea beneficioso para el titular, ya que los retornos del proyecto de inversión se esperan que sean iguales o mayores. En un grupo de posibilidades de inversión, el inversionista debe establecer una comparación entre todas las posibilidades que tiene, ya que es necesario que mida el riesgo de retorno de cada decisión que tome.

Tabla 114. Cálculo del Beta

<b>d</b>	<b>41%</b>
<b>e</b>	59%
<b>d/e</b>	69%
<b>Tx</b>	10.00%
<b>beta</b>	1.2
<b>beta apalancado</b>	1.83

Fuente: Sunat, Damodaran

### Calculo del cok por el método CAPM

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

Tabla 115. Cálculo del COK

<b>KPROY</b>	<b>Costo de capital propio</b>	<b>15.46%</b>
<b>Rf</b>	Tasa libre de riesgo	1.91%
<b>B</b>	Beta del sector	1.83
<b>Rm - Rf</b>	Prima por riesgo del mercado	7.40%
<b>Rp</b>	Prima por riesgo país	0%

Fuente: BCR, Damodaran

A continuación, se detalla el cálculo de la tasa promedio ponderado de capital:

CPPC: (Deudas de terceros/total de financiamiento)\*(costos de la deuda)\*(1-tasa de impuesto) + (capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio)

$$CPPK = \frac{D}{D + E} k_d (1 - Tx) + \frac{E}{D + E} k_{proy}$$

Tabla 116. Costo promedio ponderado de Capital

<b>Capital</b>	<b>59.00%</b>
<b>Deuda</b>	<b>41.00%</b>
<b>Cok</b>	<b>15.46%</b>
<b>Costo de la deuda</b>	<b>26.73%</b>
<b>Tax Perú</b>	<b>10.00%</b>
<b>WACC</b>	<b>18.98%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 117. Flujo de Caja Económico

<b>Período (años)</b>	<b>0</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Ingresos Operativos		295,770	307,600	322,980	342,359	366,324
Costo De Venta		108,726	113,075	118,729	125,853	126,002
Gastos De Ventas		6,190	6,414	6,704	7,071	7,523
Gastos Fijos		24,600	25,152	25,717	26,296	26,888
Gastos De Personal		48,540	49,511	50,501	51,511	52,541
Materiales Indirectos		1,290	1,330	1,371	1,414	1,458
Gastos Administrativos		2,547	2,647	2,777	2,939	3,138
Impuesto A La Renta		8,802	9,672	10,836	12,096	14,337
Pago Del IGV		39,702	41,297	43,372	45,989	50,230

<b>Egresos Operativos</b>		<b>240,39</b>	<b>249,09</b>	<b>260,00</b>	<b>273,16</b>	<b>282,11</b>
		<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Flujo De Caja Operativo</b>		<b>55,374</b>	<b>58,503</b>	<b>62,973</b>	<b>69,191</b>	<b>84,206</b>
Inversiones En Activo Fijo Tangible	29,165					
Inversiones En Activos Fijo Intangible	7,626					
Inversiones En Capital De Trabajo	72,987					72,987
Valor Residual						3,713
<b>Total Flujo De Inversiones</b>	<b>109,778</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>76,699</b>
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-</b>	<b>55,374</b>	<b>58,503</b>	<b>62,973</b>	<b>69,191</b>	<b>160,90</b>
	<b>109,778</b>					<b>6</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 118. Flujo de Caja Financiero

Período (años)	<b>0</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-109,778</b>	55,374	58,503	62,973	69,191	160,906
<b>Flujo de deuda</b>						
- Ingresos por préstamos	45,009					
Intereses		9,548	6,442	2,506		
Amortización		11,620	14,726	18,663		
Escudo fiscal		955	644	251		
- Egresos por servicio de deuda		20,214	20,524	20,918		
Total flujo de deuda	45,009	20,214	20,524	20,918	-	-
<b>Total Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-</b>	<b>35,160</b>	<b>37,979</b>	<b>42,054.97</b>	<b>69,191</b>	<b>160,906</b>
	<b>64,769</b>					

Fuente: Elaboración propia

## 6.7 Balance general

Tabla 119. Balance General

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Caja y bancos</b>	59651.85	Préstamos Bancarios	45008.88
<b>Inventarios</b>	13335.00	<b>Total Pasivo</b>	<b>45008.88</b>
<b>Muebles y enseres</b>	4325.00	<b>Patrimonio</b>	
<b>Maquinaria y equipo</b>	24840.00	Capital	64768.87
<b>Activos intangibles</b>	7625.90	<b>Total Patrimonio</b>	<b>64768.87</b>
<b>Total activo</b>	<b>109777.75</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>109777.75</b>

Fuente: Elaboración propia

## 7. EVALUACIÓN

Se tendrá que fundamentar la ejecución del proyecto mediante la determinación de los parámetros de medición que justifica la inversión y el beneficio que pudiese determinarse desde el punto de vista económico, financiero y social.

### 7.1. Evaluación Económica, Parámetros De Medición

Tabla 120. Periodo De Recuperación Económica

Periodo De Recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-109,778	46,540	41,325	37,386	34,524	67,478
FCE Acumulado		46,540	87,865	125,251	159,775	227,253

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 67 se observa el periodo de recuperación económico, Actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta la tasa promedio ponderado, la inversión se recuperará en 29 meses.

Tabla 121. Resultados Económicos

Periodo De Recuperación De La Inversión	29 meses
VANE	S/. 117,474.84
TIRE	53.44%
B/C (FCE)	2.07

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 113 se puede apreciar la evaluación económica de la empresa, en la cual se muestra que el presente plan de negocios es rentable, ya que el efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser considerado y aceptado. El VANE nos arrojó la cantidad de S/. 117,474.84, la TIRE es igual a 53.44% y un beneficio / costo de 2.07, lo que indica que cumple con las reglas de  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$ ,  $B/C > 1$ .

### 7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla 122. Periodo De Recuperación Financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-64,769	30,453	28,491	27,326	38,939	78,432
FCE Acumulado		30,453	58,945	86,270	125,210	203,642

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 114 se observa el periodo de recuperación financiero, teniendo en cuenta el costo de oportunidad 11.80%. Asimismo, Actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta la tasa de descuento, la inversión se recuperará en 23 meses.

Tabla 123.Resultados Financieros

Periodo De Recuperación De La Inversión	23 meses
VANF	S/. 138,873.15
TIRF	67.21%
B/C (FCE)	3.14

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°115 se puede apreciar la evaluación financiera de la empresa, en la cual se muestra que el presente plan de negocios es rentable, ya que el efectivo financiero cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser considerado y aceptado. El VANF nos arrojó la cantidad de S/ 138,873.15 soles, la TIRF es igual a 67.21% y un beneficio / costo de 3.14, lo que indica que cumple con las reglas de  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$ ,  $B/C > 1$ .

### 7.3. Evaluación Social

La empresa Mi dulce Limeñita, genera beneficio directo a la sociedad como generando empleos y también dando mayores ingresos a los que proveen los productos, sin dejar de contar que la empresa contribuirá al beneficio del gobierno ya que promoverá al dinamismo de la economía.

### 7.4. Impacto Ambiental

Los procesos realizados dentro de nuestra empresa no presentan ningún impacto negativo en el ambiente, por lo tanto, En cuanto a los desperdicios de los insumos de ya no utilizables o desechos de la oficina administrativa, como papel, plásticos entre otros, se reciclarán en tachos clasificados por tipo de desechos. Consideramos que nuestro plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.



## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 8.1. Conclusiones

- La empresa Mi Dulce Limeñita, se ha acogido a la forma jurídica de la Sociedad Anónima Cerrada, sigla “S.A.C”, debido a que se acomoda más a las microempresas que recién inician sus actividades, protege la privacidad de transferencia de acciones.
- La ubicación del local determinara en gran decisión la clientela, la duración y los factores acerca de la competitividad de la empresa.
- El mercado objetivo elegido para la venta Postres y Dulces Peruanos ya que en los últimos 5 años se ha podido analizar un incremento de la demanda de la quinua peruana teniendo así buenas perspectivas en ventas.
- Las proyecciones de la demanda lo tomamos como referencia para que la empresa pueda proyectar sus ventas en los próximos años a tasas de 4%, 5%, 6% y 7%. Colocándonos en un escenario conservador.
- Es importante que se identifique los procesos, porque de esta forma podemos observar si la cadena que se sigue es el correcto o si es que se puede minimizar ciertos procesos que demandan demasiado tiempo para la empresa, la cual nos ayudaría a ser más eficientes y eficaces teniendo el control de los procesos y cumplir con los objetivos planteados.
- La empresa ha decidido financiarse con un aporte propio de 59% y a través de la Caja Huancayo 41%, para lo cual se necesitó un aval financiero, para que no haga más factible el préstamo con una tasa menor en comparación a otras Cajas Municipales, permitiendo rentabilizar el negocio.
- Somos un micro empresa que no sobrepasara en ventas los 150 UIT al año, permitirá que la empresa se acoja a un régimen especial, lo cual permitirá a la empresa reducir costos. Uno de los factores determinantes para la reducción de los costos es la tercerización del área contable.
- Se ha podido determinar en el estado de ganancias y pérdidas que las utilidades antes de impuestos de la empresa es S/ 79,214.00
- Los resultados de la evaluación económica – financiera indica que el proyecto es viable, ya que el TIR Económico es de 53.44% y cuenta con un TIR Financiero de 67.21% por encima del costo financiero y del costo del

accionista. A su vez, genera un VAN Económico de S/. 117,474.84 y un VAN Financiero de S/ 138,873.15 soles un indicador optimista, para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.

- En la evaluación social la empresa estará contribuyendo a la generación de empleos dignos, otorgando un salario justo y de esta forma mejorar el nivel de vida de las personas.
- En la evaluación ambiental la empresa ira buscando criterios de desarrollo sostenible, los residuos serán desechados de manera adecuada para no causar ningún daño y poder reciclarlo.

## 8.2. Recomendaciones

- Se recomienda cumplir con todas las políticas, valores y cultura organizacional que se establecieron, de esta forma garantizar un óptimo clima laboral y óptimo funcionamiento de la empresa.
- Se recomienda seguir con las estrategias de marketing a fin que nos garantice alcanzar el objetivo de ventas de la empresa.
- Se recomienda invertir fuertemente en los gastos de venta, esto incluye la página web, redes sociales y Asimismo se recomienda invertir en el presupuesto de marketing para poder aumentar las ventas y lograr que la empresa sea rentable.
- Para poder determinar si el proyecto es rentable o no, es necesario realizar mediciones económicas y financieras como TIRE, VANE y B/C
- Aquellas personas que por primera vez van a iniciar un negocio, se recomienda que deben elegir cuidadosamente la forma jurídica, el régimen tributario y régimen laboral, ya que deben conocer los diferentes beneficios que ofrece el marco legal, porque le permitirá ahorrar en costos.
- Se debe de realizar un análisis de las debilidades y las amenazas empresa y poder establecer estrategias de intervención ante posibles problemas.

## Referencias Bibliográficas

- Casanovas, A. (2013). Legal Compliance - Principios de cumplimiento generalmente aceptados. Madrid: Difusión jurídica y temas de actualidad.
- INDECOPI. (2019). Registro de Marca y Otros Signos. Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- Sunat. (2010). clasificacion intercional Uniforme. Obtenido de [www.sunat.com.pe](http://www.sunat.com.pe)
- SUNAT. (2017). Beneficios para las MIPYMES. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- SUNAT. (2017). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- SUNAT. (2017). Régimen MYPE tributario. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- SUNAT. (2019). Clasificación internacional industrial uniforme. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- SUNAT. (2019). concepto planilla electronica. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
- Vara, A. (2013). 7 PASOS PARA UN TESIS EXITOSA. Obtenido de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vesga R., J. (2013). Cultura Organizacional. Marzo.

## **ANEXOS**

## ANEXO N° 01: Formato de solicitud de reserva de nombre



### ANEXO 1: FORMULARIO

#### SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

**SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:**

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI°  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante  domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

Constitución                       Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

S.A       ASOCIACIÓN       S.R.L       COMITÉ       S. CIVIL  
 S.A.C       E.I.R.L       COOPERATIVA       OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):**


Lima, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



## **ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta**

### **SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN:....., DE NACIONALIDAD ....., PROFESION ..... CON D.N.I. N° ....., ESTADO CIVIL SOLTERA ; CLAUDIA PATRICIA LEYTON RAMÍREZ, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ..... CON D.N.I. N° ....., ESTADO CIVIL ....., ....., DE NACIONALIDAD ....., PROFESION ..... CON D.N.I. N°....., ESTADO CIVIL SOLTERA; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV..... PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE LIMA. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE “NATURALES ENCURTIDOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, PUEDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE “NATEN S.A.C.”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE.... (SOLES) REPRESENTADO POR....ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE..... CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. .... SUSCRIBE..... ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA..... MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. .... SUSCRIBE..... ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA..... MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. .... SUSCRIBE..... ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA ..... MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGIRÁ 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.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: NATURALES ENCURTIDOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “.....”.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES EN..... EN LA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL:** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS

RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE..... (..... CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR..... ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE..... CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

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

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

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

**ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

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

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

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

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

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION 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 SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.

- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- 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 PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

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

**ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA “LEY”, ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

**ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

**ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

**CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:** ..... CON D.N.I. N°....., CON DOMICILIO EN: ..... DISTRITO DEL....., PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

**LIMA,**.....

## ANEXO N° 03: Solicitud de registro de marca

		<b>PERÚ</b>	Presidencia del Consejo de Ministros	<b>INDECOPI</b>
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b>				
<b>SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE</b>				
<b>1. DATOS DEL SOLICITANTE</b>		<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el <b>anexo A</b> por cada solicitante adicional)		
<input type="checkbox"/> <b>PERSONA NATURAL</b>		<input type="checkbox"/> <b>PERSONA JURÍDICA</b>		
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____				
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)				
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>		
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):				
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú				
Dirección:				
Distrito:		Provincia:		Departamento:
Referencias de domicilio:				
Correo electrónico		Número de teléfono fijo		
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)		Número de teléfono celular		
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>				
<b>2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR</b>				
<b>2.1. Tipo de Signo:</b>  <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____		<b>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</b>		<b>2.3. Reproducción del Signo</b>  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b> </div> <small>Se sugiere enviar <b>copia fiel del mismo logotipo</b> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> (formato sugiendo: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)          Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small>
<b>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de <b>NO MARCAR</b> alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)				
<small>(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.</small>				

#### **ANEXO N° 04: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento 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 ..... S.A.C., con R.U.C. N° .....y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por la señorita ..... con D.N.I. N° ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte .....; 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 requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

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 asistente administrativo, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el 01 de diciembre del 2017 fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el 31 de mayo del 2018, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 01 de diciembre del 2017 y concluye el 28 de febrero de 2018.

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

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.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de ..... 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.....

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

## **ANEXO N° 05: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte NatEn S.A.C., con R.U.C. N° 20201008901 y domicilio fiscal en Av. Oscar R. Benavides N° 4216 Bellavista - Callao, debidamente representada por la señorita Giovanna Isabel Leyton Ramírez, con D.N.I. N° 45118608, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Juan Carlos Champa Chipoco, con D.N.I. N° 42265438, domiciliado en Av. Arica N° 331 - Breña, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Contador, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de 01 mes, el mismo que regirá a partir del 01 de enero del 2018 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el 31 de enero del 2018, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: El último día lunes del mes de 08: 00 horas a 17: 00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir 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° 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/. 250.00 como remuneración mensual..

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 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 TUO del D. Leg. N° 789 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.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los 30 días del mes de diciembre del año 2017

.....  
EL EMPLEADOR

.....  
EL TRABAJADOR