



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**SERVICIO DE COMIDA SALUDABLE  
“DIS-FRUTA”**



**PRESENTADO POR  
JERRY JOEL SALAZAR MIO**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**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**

**SERVICIO DE COMIDA SALUDABLE “DIS-FRUTA”**

Presentado por:

**Bachiller: JERRY JOEL SALAZAR MIO**

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

**Lima - Perú**

**2020**

**Dedicatoria:**

*A mi familia, amigos y amistades que me apoyaron desde un inicio sumándole al esfuerzo propio en estos años universitarios.*

**Agradecimiento:**

*A mis seres queridos y a toda la plana docente que me brindaron su apoyo y conocimientos para hacer posible una mayor consciencia académica y plasmarla día a día en el plano profesional*

## INDICE

### Contenido

Dedicatoria: .....	ii
Agradecimiento: .....	iii
INDICE .....	iv
INDICE DE TABLAS .....	vii
INDICE DE FIGURAS .....	viii
RESUMEN EJECUTIVO .....	ix
1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	9
1.1. Nombre o razón social .....	9
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	10
1.2.1. SECCIÓN C. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS .....	11
1.2.2. SECCIÓN: I - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS .....	16
El establecimiento, estará ubicado en el departamento de Lambayeque, provincia Chiclayo en el Distrito de Santa Victoria, Chiclayo; exactamente en la Calle Florida 338.....	19
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	19
1.4.1 Objetivo Del Negocio.....	19
1.4.2 Misión.....	19
1.4.3 Visión .....	20
1.4.4 Valores .....	20
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, Características Laborales. ....	20
1.6. Estructura Orgánica de la empresa. ....	22
1.7. Cuadro de asignación de personal. ....	23
1.8. Forma Jurídica Empresarial.....	26
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	29
1.10. Requisitos y Trámites Municipales .....	37
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	51
1.11.1. Inscripción al RUC – Empresas.....	51

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	55
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	57
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	59
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	66
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	68
2.1. Descripción Del Entorno Del Mercado .....	68
2.1.1. <i>Análisis Del Entorno Externo Del Negocio</i> .....	69
2.1.3 <i>Análisis Interno Del Negocio</i> .....	77
2.2. Ámbito De Acción Del Negocio.....	78
2.2.1 Segmento De Mercado .....	78
2.2.2 <i>Modelo CANVAS</i> .....	81
2.2.3 <i>Publico Objetivo</i> .....	82
2.2.4 <i>Análisis De La Empresa (FODA)</i> .....	83
2.3. Descripción Del Bien O Del Servicio.....	84
2.3.1 <i>Características principales del producto</i> .....	84
2.4. Estudio De La Demanda.....	85
2.4.1. Población .....	85
2.4.2. Cálculo de la Demanda del Mercado Total .....	86
2.4.3. Cálculo de la Demanda del Mercado Potencial.....	88
Cálculo de la Demanda del Mercado Meta .....	89
2.5. Estudio De La Oferta .....	90
2.5.1 <i>Oferta El Mercado Total</i> .....	92
2.5.1. <i>Competencia:</i> .....	95
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha .....	96
2.7. Proyecciones Y Provisiones Para Comercializar .....	96
2.7.1. Oferta .....	96
2.7.2. Pancartas: .....	96
2.7.3. Volantes diseño de volante: .....	96
2.7.4. Publicidad vía Internet:.....	96
2.8. Descripción De La Política Comercial.....	97
2.8.1 Decisiones Sobre Precio: .....	97

2.8.2 Política de Precios:.....	97
2.8.3 Decisiones Sobre Plaza. ....	97



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Base Legal y normativa para la elaboración del CAP. ....	24
Tabla 2 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL .....	25
Tabla 3 Cuadro de asignación de personal.....	25
Tabla 4 Forma Jurídica Empresarial .....	28
Tabla 5 CERTIFICADO DE SALUBRIDAD .....	41
Tabla 6 Matriz de Riesgo (Decreto Supremo 002-2018-PCM).....	43
Tabla 7 REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS .....	52
Tabla 8 REQUISITOS ADICIONALES .....	52
Tabla 9 RUC.....	53
Tabla 10 Modelo CANVAS.....	81
Tabla 11 Análisis FODA .....	83
Tabla 12 Cuadro de Mercado Total.....	88
Tabla 13 Cuadro de Mercado Total.....	89
Tabla 14 Cuadro de Mercado Meta u Objetivo.....	90
Tabla 15 <i>Oferta en el Mercado Total</i> .....	92
Tabla 16 <i>Oferta en el Mercado Potencial</i> .....	93
Tabla 17 <i>Oferta en el Mercado META</i> .....	93
Tabla 18 <i>Demanda Insatisfecha</i> .....	96
Tabla 19 Demanda efectiva como factor determinante del tamaño .....	100
Tabla 20 <i>CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL</i> .....	101
Tabla 21 <i>CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL</i> .....	102
Tabla 22 Proceso de Producción de platos.....	103
Tabla 23 Proceso de Compras y Almacén .....	105
Tabla 24 Proceso de Limpieza y Mantenimiento.....	105
Tabla 25 Materia prima .....	9
Tabla 26 Maquinaria y equipo .....	10
Tabla 27 Mano de obra .....	11
Tabla 28 CUADRO DE ENFRENTAMIENTOS .....	12
Tabla 29 MACROLOCALIZACIÓN.....	13
Tabla 30 Cuadro de Enfrentamientos.....	15
Tabla 31 Cuadro de escala de valores.....	15
Tabla 32 MICROLOCALIZACIÓN .....	16

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica .....	10
Figura 2 Ubicación Geográfica Santa Victoria, Chiclayo .....	19
Figura 3 Ubicación Geográfica Chiclayo .....	22
Figura 4 Organigrama .....	23
Figura 5 Forma Jurídica Empresarial .....	26
Figura 6 Pasos para iniciar un negocio – Persona Jurídica (Empresa) .....	27
Figura 7 Pasos para iniciar trámite de registro de una marca .....	37
Figura 8 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento.....	38
Figura 9 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento.....	39
Figura 10 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento.....	40
Figura 11 CERTIFICADO DE SALUBRIDAD .....	42
Figura 12 CERTIFICADO DE FUMIGACION .....	43
Figura 13 CERTIFICADO DE INSPECCION TECNICA DE SEGURIDAD DE EDIFICACIONES .....	51
Figura 14 TIPOS DE MODALIDADES .....	55
Figura 15 PLAME .....	57
Figura 16 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	57
Figura 17 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	58
Figura 18 Oferta y Demanda Global Trimestral .....	71
Figura 19 Producto Bruto Interno (PBI) .....	72
Figura 20 Producto Bruto Interno (PBI) .....	73
Figura 21 Producto Bruto Interno (PBI) .....	74
Figura 22 Incidencia de la Obesidad .....	75
Figura 23 Ubicación Chiclayo.....	79
Figura 24 Marca “DIS-FRUTA” .....	85
Figura 25 Población Chiclayo.....	86
Figura 26 Curva de la oferta.....	91
Figura 27 Desplazamiento de la curva de la oferta .....	91
Figura 28 Factores Determinantes .....	99
Figura 29 FLUJOGRAMA GENERAL.....	106
Figura 30 DIAGRAMA ESPECÍFICO.....	107
Figura 31 Ubicación Geográfica Chiclayo .....	12

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios presenta una alternativa de inversión que busca satisfacer la necesidad de alimentación saludable en la ciudad de Chiclayo. Debido a que en los últimos tiempos el deterioro de la salud humana ha sido muy evidente, y uno de los factores fundamentales para que se de ello es por la mala alimentación, ha hecho que la tendencia global de un estilo de vida saludable sea primordial y de gran relevancia. Por ello, se propone implementar un negocio que brinde el servicio de comida saludable, que oferte alimentos con bajos índices de calorías y un ambiente agradable para que influya en el bienestar de los clientes.

El análisis del macroentorno muestra condiciones favorables, que representan una oportunidad de negocio. Por otro lado, el análisis del microentorno, basado en las cinco fuerzas establecidas por Porter (1985), nos indica que la industria es atractiva para la inversión. Se desarrolló el estudio de mercado para conocer la oferta y demanda actuales. El consumidor actual está cambiando su autopercepción respecto a la calidad de alimentación por la gran cantidad de comida no saludable existente en el mercado (fast food) y sobre todo por el cuidado de la salud a nivel mundial debido a la incertidumbre que ha generado el COVID 19. Por tanto, esta toma de conciencia y preocupación por la alimentación saludable abre una oportunidad de mercado. La ventaja competitiva se fundamenta en la capacidad de lograr un alto nivel de calidad de los productos, con una oferta variada de alimentos saludables y con la debida atención, focalizada en el cliente, como factor diferenciador de la propuesta. Como un elemento integrador, la ventaja competitiva sostenible se basa en la cultura de la organización con enfoque en la innovación y orientación hacia el cliente.

Este plan de negocio tiene como objetivo promover el aumento de consumo de comida saludable en la ciudad de Chiclayo de manera directa e indirecta ya sea optando por establecer una cultura saludable y también que el mercado se expanda y otras variantes saludable ingrese al mercado con al intención de beneficiar la salud del consumidor Chiclayano.

## **1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1. Nombre o razón social**

La razón social es el nombre o denominación oficial de una empresa, es decir, es la forma de nombrar a la persona jurídica y que permite identificarla de manera inequívoca. Este nombre se emplea para usos formales, jurídicos y administrativos y no tiene por qué coincidir con el nombre comercial de la misma o con las marcas que comercializa. La razón social figura en todos los documentos fundacionales, en sus escrituras, y en cualquiera de sus documentos formales o legales. Es obligatorio para una empresa tener una razón o denominación social para registrarse como persona jurídica, y esta denominación identificará tanto a la persona jurídica como a los integrantes de la empresa. Otorga un cierto grado de seguridad respecto a la legalidad de la empresa y su existencia conforme a derecho, ya que para el registro de una empresa se establecen una serie de trámites rigurosos para su concesión.

En ese sentido, la razón social con la cual se ha registrado la empresa en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) es “Servicios De Comida Saludable DIS-FRUTA E.I.R.L.”

Como último punto la empresa quedó registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

**sunarp** 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.

<b>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO</b>	<b>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL</b>
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.

**PERU** INICIATIVA  
PRAXIS 2011

Figura 1 Formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica

Fuente: SUNARP

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

La CIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las

**actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).**

El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades. Como lo que se pretende con muchas estadísticas es estudiar el comportamiento de las entidades económicas, es preciso que los datos necesarios para dichas estadísticas se recopilen respecto de los distintos agentes de la economía.

Los principales criterios empleados para definir las divisiones y grupos de la CIIU se refieren a las características de las actividades de las unidades de producción que tienen un carácter estratégico para determinar el grado de analogía de la estructura de las unidades y ciertas relaciones dentro de una economía. Los principales aspectos de las actividades consideradas fueron:

- a) las características de los bienes producidos y de los servicios prestados;
- b) los usos a que se destinan esos bienes y servicios; y
- c) los insumos, el proceso y la tecnología de producción.

### **1.2.1. SECCIÓN C. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS**

#### **1.2.1.1. División: 10 - *Elaboración de productos alimenticios***

Esta división comprende la elaboración de los productos de la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca para convertirlos en alimentos y bebidas para consumo humano o animal, e incluye la producción de varios productos intermedios

que no son directamente productos alimenticios. La actividad genera en muchos casos productos asociados de mayor o menor valor (por ejemplo, cueros procedentes de los mataderos, o tortas procedentes de la elaboración de aceite). La división se organiza por actividades que se realizan con los distintos tipos de productos: carne, pescado, fruta, legumbres y hortalizas, grasas y aceites, productos lácteos, productos de molinería, alimentos preparados para animales y otros productos alimenticios y bebidas. La producción puede realizarse por cuenta propia o para terceras partes, como la matanza por encargo.

Algunas actividades se consideran actividades de la industria manufacturera (por ejemplo, las que realizan las panaderías, pastelerías y tiendas de carnes preparadas que venden artículos de producción propia) aunque se vendan al por menor los productos en el propio establecimiento del productor. Sin embargo, cuando la elaboración es mínima y no da lugar a una transformación real, la unidad se clasifica en la sección G (Comercio al por mayor y al por menor). La producción de alimentos preparados para animales a partir de desperdicios o subproductos de los mataderos se clasifica en la clase 1080; la elaboración de desperdicios de alimentos y bebidas para convertirlos en materias primas secundarias se clasifican en la clase 3830; y la eliminación de desperdicios de alimentos y bebidas, en la clase 3821.

*Clase: 1030 - Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas*

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres u hortalizas, excepto platos congelados o enlatados listos para consumir.



- Conservación de frutas, nueces, legumbres y hortalizas: congelación, desecación, inmersión en aceite o en vinagre, enlatado, etcétera.
- Fabricación de productos alimenticios a partir de frutas, legumbres u hortalizas.
- Fabricación de jugos de frutas u hortalizas.
- Fabricación de compotas, mermeladas y jaleas.
- Elaboración y conservación de patatas: fabricación de patatas congeladas preparadas, fabricación de puré de patatas deshidratado, fabricación de aperitivos a base de patata, fabricación de patatas fritas, y fabricación de harina y sémola de patata.
- Tostado de nueces.
- Fabricación de alimentos y pastas de nueces.

Se incluyen también las siguientes actividades: pelado industrial de patatas; producción de concentrados a partir de frutas y hortalizas frescas; y elaboración de productos perecederos de frutas, legumbres y hortalizas, como: ensaladas, hortalizas peladas o cortadas y tofu (cuajada de soja).

No se incluyen las siguientes actividades: elaboración de harina y sémola leguminosas desecadas, véase la clase 1061; conservación de frutas y nueces en azúcar, véase la clase 1073; elaboración de platos preparados de legumbres y hortalizas, véase la clase 1075; y la elaboración de concentrados artificiales, véase la clase 1079.

*Grupo: 107 - Elaboración de otros productos alimenticios*

Este grupo comprende la elaboración de diversos productos alimenticios no incluidos

en anteriores grupos de esta división. Se incluye la elaboración de productos de panadería, azúcar y productos de confitería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, comidas y platos preparados, café, té y especias, así como de productos alimenticios perecederos y especialidades gastronómicas.

*Clase: 1075 - Elaboración de comidas y platos preparados*

Esta clase comprende la elaboración de comidas y platos listos para consumir (es decir, preparados, condimentados y cocidos). Esos platos se someten a algún proceso de conservación, como congelación o enlatado, y por lo general se envasan y etiquetan para la reventa, por lo que no se clasifica en esta clase la preparación de comidas para su consumo inmediato, como en los restaurantes. Para que un plato pueda considerarse tal, debe contener por lo menos dos ingredientes principales claramente diferenciados (sin contar los condimentos, etcétera).

- Se incluyen las siguientes actividades:
- Elaboración de platos de carne o de pollo.
- Elaboración de platos de pescado, incluido pescado con patatas fritas.
- Elaboración de platos preparados de legumbres y hortalizas.
- Elaboración de estofados enlatados y comidas preparadas al vacío.
- Elaboración de otras comidas preparadas (como “cenas de televisión”, etc.).
- Elaboración de pizza congelada o conservada de otra manera.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Elaboración de alimentos frescos o de alimentos con un solo ingrediente principal; véase la división 10.

- Preparación de comidas y platos para su consumo inmediato; véase la división 56.
- Actividades de contratistas de servicio de comidas; véase la clase 5629.

*Clase: 1079 - Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.*

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Descafeinado y tostado de café.
- Producción de productos de café: café molido; café soluble; y extractos y concentrados de café.
- Elaboración de sucedáneos de café.
- Mezcla de té y mate.
- Elaboración de extractos y preparados a base de té o mate.
- Elaboración de sopas y caldos.
- Elaboración de alimentos para usos especiales: leche maternizada; leche y otros alimentos de transición; alimentos infantiles; y alimentos que contienen ingredientes homogeneizados.
- Elaboración de especias, salsas y condimentos: mayonesa; harina y sémola de mostaza; y mostaza preparada, etc.
- Elaboración de vinagre.
- Elaboración de miel artificial y caramelo.
- Elaboración de alimentos preparados perecederos, como: sándwiches y bocadillos; pizza fresca (sin hornear).

Se incluyen también las siguientes actividades: elaboración de infusiones de hierbas (menta, verbena, manzanilla, etc.); elaboración de levadura; elaboración de extractos

y jugos de carne, pescado, crustáceos o moluscos; elaboración de sucedáneos no lácteos de leche y de queso; elaboración de productos de huevo, ovoalbúmina; elaboración de sal de mesa, por ejemplo, sal yodada; y elaboración de concentrados artificiales.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Cultivo de especias; véase la clase 0128; elaboración de inulina; véase la clase 1062.
- Elaboración de alimentos preparados perecederos de frutas, legumbres y hortalizas (ensaladas, hortalizas peladas, cuajada de soja, etc.); véase la clase 1030.
- Elaboración de pizza congelada; véase la clase 1075.
- Elaboración de aguardientes, cerveza, vino y bebidas no alcohólicas; véase la división 11.
- Preparación de productos botánicos para usos farmacéuticos; véase la clase 2100.

### **1.2.2. SECCIÓN: I - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS**

Esta sección abarca las actividades de unidades que ofrecen a sus clientes servicios de alojamiento para estancias cortas y de preparación de comidas completas y bebidas para su consumo inmediato. El monto y el tipo de servicios suplementarios proporcionados en el marco de esta sección pueden variar considerablemente. No se

incluye el suministro de alojamiento a largo plazo como residencia primaria, que se clasifica en la sección L (Actividades inmobiliarias). Tampoco se incluye la preparación de comidas y bebidas que no están preparadas para el consumo inmediato o que se venden a través de canales de distribución independientes, es decir, mediante actividades de venta al por mayor o al por menor. La preparación de esas comidas se clasifica en la sección C (Industrias manufactureras).

#### **1.2.2.1. División: 56 - Actividades de servicio de comidas y bebidas**

Esta división comprende las actividades de servicio de comidas y bebidas que proporcionan comidas completas y bebidas preparadas para su consumo inmediato, ya sea en restaurantes tradicionales, en restaurantes de autoservicio o de comida preparada para llevar, o en puestos de comida permanentes o temporales, con o sin mesas y asientos. El elemento definatorio es el hecho de que se sirvan comidas preparadas para su consumo inmediato, no el tipo de instalaciones en las que se sirven.

No se incluye la producción de comidas no preparadas para su consumo inmediato, de comidas que no está previsto consumir de inmediato ni de alimentos preparados que no se considere que constituyen una comida (véanse las divisiones 10: Elaboración de productos alimenticios, y 11: Elaboración de bebidas). Tampoco se incluye la venta de alimentos que no sean de producción propia y que no se considere que constituyen una comida y de comidas que no estén preparadas para su consumo inmediato (véase la sección G: Comercio al por mayor y al por menor).

*Grupo: 561 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas*

*Clase: 5610 - Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas*

Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya se les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos, y ya se trate de comida para consumir en el local, para llevar o para entrega a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados. Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, reparto de pizza a domicilio, restaurantes de comida para llevar, vendedores ambulantes de helados, puestos ambulantes de comida, preparación de alimentos en puestos de mercado. Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculadas a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas. No se incluye la explotación de instalaciones de comedor en régimen de concesión, véase la clase 5629.

*Grupo: 563 - Actividades de servicio de bebidas*

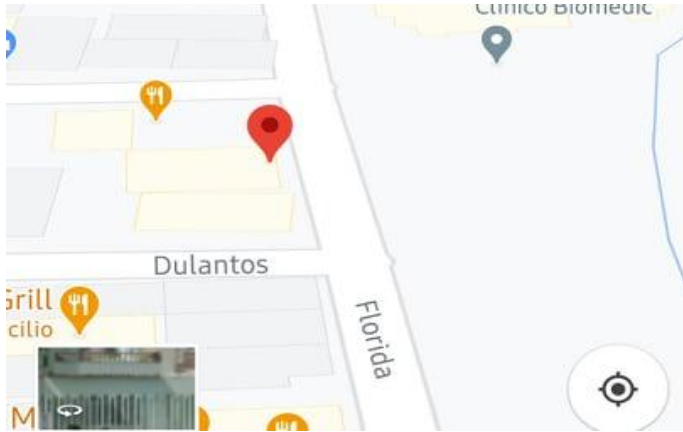
*Clase: 5630 - Actividades de servicio de bebidas*

Esta clase comprende la preparación y el servicio de bebidas para su consumo inmediato en el local. Se incluyen las actividades de: bares, tabernas, coctelerías, discotecas (con predominio del servicio de bebidas), cervecerías y pubs, cafeterías, tiendas de jugos de frutas y vendedores ambulantes de bebidas.

No se incluyen las siguientes actividades: - Reventa de bebidas envasadas o preparadas, véanse las clases 4711, 4722, 4781 y 4799. - Explotación de discotecas y salas de baile sin servicio de bebidas, véase la clase 9329.

### **1.3. Ubicación Geográfica y Factibilidad Municipal y Sectorial**

El establecimiento, estará ubicado en el departamento de Lambayeque, provincia Chiclayo en el Distrito de Chiclayo; exactamente en la Calle Florida 338.



**Figura 2 Ubicación Geográfica Chiclayo**

**FUENTE: Google Maps**

## **1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

### **1.4.1 Objetivo Del Negocio**

Implementar el servicio de comida saludable dándole una opción más de consumo diferenciado y agradable al público chiclayano.

### **1.4.2 Misión**

DIS-FRUTA busca contribuir con el bienestar de sus clientes brindado sus servicios de comida saludable y también un ambiente agradable donde en conjunto con sus colaboradores logren fidelizarlos a partir de que sea su primera opción en calidad y deleite de sus servicios de la ciudad.

### **1.4.3 Visión**

Contribuir con el bienestar mediante el servicio de comida saludable y el concepto agradable de nuestros establecimientos a nivel nacional dándoles una opción diferenciada y fomentando el consumo de alimentos que ayuden a una cultura de consumo con bajo índice de calorías posicionándonos como una marca de referencia en el Perú.

### **1.4.4 Valores**

- ✓ Honestidad
- ✓ Transparencia
- ✓ Integridad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Responsabilidad

## **1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, Características Laborales.**

Según la página de la SUNAT (2020) lo define en los siguientes artículos:

### Artículo 1º.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

### Artículo 2º.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial



contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

#### “Artículo 3º.- Características de las MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.”

<b>MICROEMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
Remuneración: No menos a la Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración: No menos a la Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.	Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional 15 días calendarios	Descanso vacacional 15 días calendarios
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios ( con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
Cobertura de seguridad social en Salud a través del SEGURO INTEGRAL DE SALUD - SIS (1)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales	Cobertura Previsional
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año de 1/2 sueldo (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la compensación por tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

(1) Incluye a conductores de negocio, trabajadores y derechos habientes

### Figura 3 Ubicación Geográfica Chiclayo

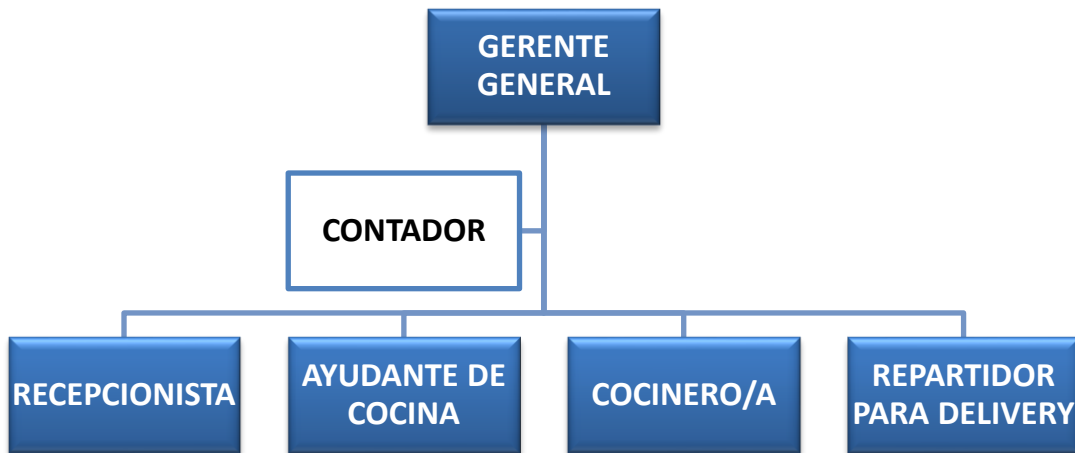
FUENTE: SUNAT (2019)

#### 1.6. Estructura Orgánica de la empresa.

Un organigrama estructural es aquel que, partiendo de una cadena de mando, muestra la estructura administrativa existente en una organización.

Por tanto, el organigrama estructural, lo que nos está indicando es como se determinan los diferentes puestos, de manera que se conozca el grado de autoridad y responsabilidad.

Su ventaja principal radica en este aspecto, ya que la jerarquía es clara para todos. Su principal inconveniente es que no es adecuado para aquellas organizaciones que optan por relaciones de tipo informal.



**Figura 4 Organigrama**

**Fuente:** Elaboración propia

### **1.7. Cuadro de asignación de personal.**

Es un documento de gestión institucional que contiene los cargos definidos y aprobados de la entidad, sobre la base de su estructura orgánica vigente prevista en su ROF. Esta definición está contenida en el artículo 4° y 8° que propone el D.S. N° 043-2004-PCM que aprueba los lineamientos para la Elaboración y Aprobación del CAP. También se le define como el documento que contiene los cargos o puestos de trabajo que la entidad ha previsto como necesarios para el adecuado funcionamiento y cumplimiento de los objetivos y fines de los órganos estructurales.

Su finalidad es regular la cantidad y calidad de los cargos, plazas o puestos con sus respectivas características para el adecuado funcionamiento de la Entidad.

**Tabla 1 Base Legal y normativa para la elaboración del CAP.**

**Fuente:** *Elaboración propia*

1. Constitución Política del Perú	Del Régimen Municipal, Capítulo XXII.
2. Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972	
3. Decreto Supremo N° 043-2004-PCM (18.06.2004)	Lineamiento para la elaboración del Cuadro de Asignación de Personal (CAP) de las entidades de la Administración Pública.
4. Decreto Legislativo N° 276	Ley de Bases de la Carrera Administrativa
5. D.S. N° 005-90 PCM	Reglamento de la Ley de Bases de la Carrera Administrativa
6. Ley N° 28175	Ley Marco del Empleo Público
7. Ley N° 27658	Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado
8. Resolución Jefatural N° 109-95-INAP-DNR que aprueba la Directiva N° 002-95-INAP/DNR	Lineamiento Técnico para formular los documentos de Gestión en un Marco de Modernización.

El CAP como documento técnico normativo es necesario y útil para la gestión administrativa ya que contiene los cargos clasificados que técnicamente se han determinado como necesarios para que la Entidad logre los fines y objetivos institucionales dentro del ámbito de acción autorizado por la ley sustantiva; donde objetivamente establece los cargos con los que cada órgano y unidad orgánica debe funcionar adecuadamente. En líneas generales el CAP regula las características de cada uno de los cargos.

## Tabla 2 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

Fuente: Elaboracion Propia

### GERENTE GENERAL:

Es el principal dirigente, dirige y apoya los esfuerzos del equipo completo para brindar la experiencia inigualable esperada por el cliente, es el representante del negocio. El será quien reciba los reclamos o quejas de los clientes, proveedores, instituciones, etc.

### CONTADOR:

Persona externa y temporal que se encarga de la contabilidad de la empresa.

### RECEPCIONISTA:

Es el encargado(a) de dar la bienvenida al cliente, recibirlo con una cálida recepción, y con una sonrisa; toma las reservaciones y pedidos.

### COCINERO:

Es la persona responsable de la calidad, presentación y sazón de los alimentos, en él recae toda la responsabilidad de que un platillo le agrade o no al cliente; controla el Costo de alimentos, solicita y hace pedidos a proveedores, realiza los inventarios.

### AYUDANTE DE COCINA:

Principal ayudante del cocinero para que se haga el proceso de preparación de los alimentos rápidamente.

### REPARTIDOR:

Se encarga de llevar los pedidos a domicilio, algunas veces lo hacen en bicicleta, pero principalmente en motocicleta.

## Tabla 3 Cuadro de asignación de personal

Fuente: Elaboracion Propia

<u>CARGO</u>	<u>REMUNRACION</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>REMUNERACION</u>	<u>SIS</u>	<u>VACACIONES</u>	<u>TOTAL</u>
	<u>MENSUAL</u>		<u>ANUAL</u>	<u>S/.15</u>	<u>15 DIAS ANUAL</u>	
<i>GERENTE GENERAL</i>	2000	1	24000	180	1000	25180
<i>CONTADOR</i>	300	1	6000	180	150	6330
<i>RECEPCIONISTA</i>	930	1	11160	180	465	11805
<i>COCINERO</i>	1500	1	18000	180	750	18930
<i>AYUDANTE DE COCINA</i>	930	1	11160	180	465	11805
<i>REPARTIDOR</i>	930	1	11160	180	465	11805

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

Se puede optar por desarrollar tu actividad empresarial como persona individual o como persona jurídica (empresa), considera sus características:

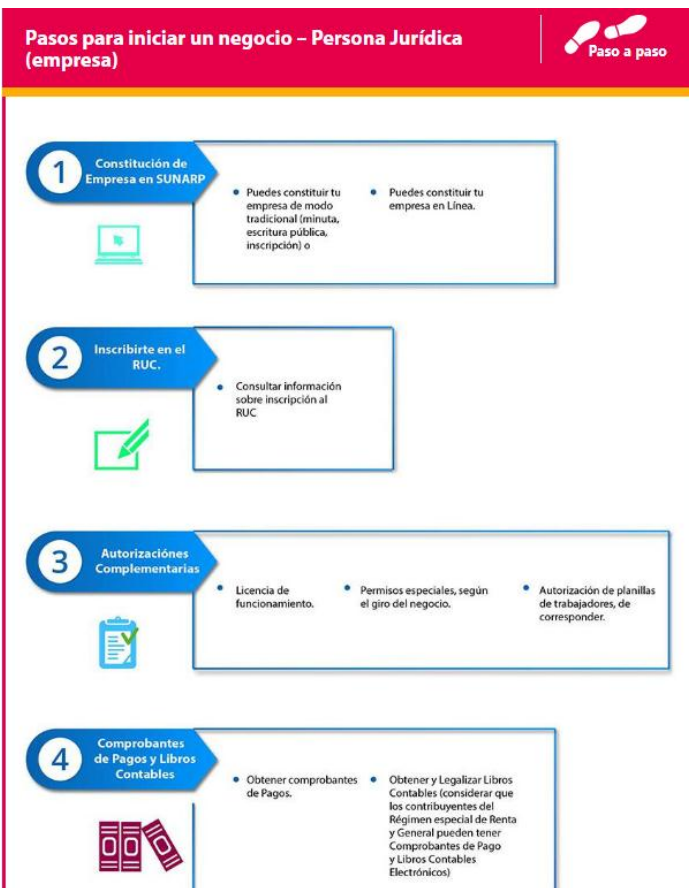
Persona Natural con Negocio	Persona Jurídica (Empresa)
La persona ejerce todos los derechos y asume todas las obligaciones a su nombre.	La empresa es quien asume todos los derechos y obligaciones a nombre propio.
La responsabilidad se extenderá a todo tu patrimonio personal.	La responsabilidad quedará limitada al patrimonio de la empresa.
Solo requieres obtener el RUC, no requiere escritura pública de constitución.	Para obtener el RUC requieres de una Escritura Pública de constitución y que se inscriba en Registros Públicos.
Se consideran también las empresas unipersonales.	Funciona como una empresa que puede ser tipo Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), Sociedad Anónima o de Responsabilidad Limitada.

**Figura 5 Forma Jurídica Empresarial**

**FUENTE:** SUNAT (2019)

Requisitos

- Inscribirte al RUC a cargo de la SUNAT
- \*En el caso de empresas, debes inscribirla previamente en los Registros Públicos.
- Obtener autorizaciones complementarias (permisos especiales, licencia de funcionamiento, entre otros)
- Obtener los comprobantes de pago y libros contables que corresponda.



**Figura 6 Pasos para iniciar un negocio – Persona Jurídica (Empresa)**

**FUENTE:** SUNAT (2019)

## Tabla 4 Forma Jurídica Empresarial

FUENTE: SUNARP 2020

	Cantidad de Accionistas / Socios	Organización	Capital y Acciones
<b>Sociedad Anónima (S.A.)</b>	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
<b>Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)</b>	Mínimo: 2 Máximo: 20	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio. (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.



<b>Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)</b>	Mínimo: 2 Máximo: 20	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.
--	----------------------------	--	---

<b>Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)</b>	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.
---	-----------	---	---

<b>Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)</b>	Mínimo: 750	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
--	----------------	---	---

### 1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La Dirección de Signos Distintivos (DSD) es la instancia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), encargada de administrar el sistema de derechos sobre marcas de producto o de servicio, nombres y lemas comerciales, denominaciones de origen y de cualquier otro signo que la legislación sujete a su responsabilidad.

En virtud de sus atribuciones y luego del debido procedimiento, declara, anula, cancela o limita esos derechos. Asimismo, es competente para inscribir las renovaciones y actos modificatorios relacionados con los derechos inscritos (transferencias, cambio de nombre y domicilio, licencias de uso, anotaciones de embargo y registro de prendas). También tiene entre sus facultades la protección de los derechos otorgados, reconocidos o declarados, mediante procedimientos que incluyen la solución de controversias.

A través de la Comisión de Signos Distintivos, tiene la responsabilidad de conocer y resolver en primera instancia administrativa, los procesos contenciosos relacionados con los derechos sobre marcas: oposiciones, cancelaciones y nulidades. También se incluyen bajo su competencia, los procedimientos por infracción a los derechos de propiedad industrial en materia de signos distintivos.

Asimismo, a través de su respectiva Comisión, conoce en segunda y última instancia, los recursos de apelación interpuestos contra las resoluciones de primera instancia recaídas en procedimientos no contenciosos.

Se regula mediante la Ley de Organización y Funciones del INDECOPI, la Decisión 486 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Régimen sobre Propiedad Industrial), la Decisión 689 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Adecuación de determinados artículos de la Decisión 486) y el Decreto Legislativo N° 1075.

**Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:**

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).

- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
  1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder. \*
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
  1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción ( tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
  2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (*Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles*).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.

- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

**\*Poderes:**

Si el solicitante actúa a través de un representante, deberá adjuntar el poder.

Personas naturales: requieren documento privado. No necesita legalización.

Personas jurídicas: requieren documento privado en el que se indique la calidad de la persona que otorga el poder. Por ejemplo: apoderado, director, entre otros. No necesita legalización.

En caso el representante sea al Gerente General de una persona jurídica peruana, no será obligatoria la presentación del poder, solo bastará una declaración jurada donde se indique la calidad del representante, la cual estará sujeta a fiscalización posterior a través de la información proporcionada por SUNARP.

Tratándose de poderes otorgados en idioma extranjero: deberá presentar su correspondiente traducción simple al idioma español.

En caso de renuncia de derechos, el documento poder deberá contar con firma legalizada por un notario.

Si hubiese sido otorgado en el extranjero, deberá contener la secuencia de legalizaciones hasta el consulado peruano o apostilla.

### Observaciones

El usuario debe tener en cuenta que existen ciertos requisitos mínimos o información indispensable que debe contener una solicitud de registro para que se le asigne fecha de presentación:

- Los datos de identificación del solicitante, o de la persona que presenta la solicitud, que permitan efectuar las notificaciones correspondientes.
- La marca cuyo registro se solicita.

- La indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro.
- El pago de las tasas respectivas.

En caso se omita o no se adjunte alguno de ellos, se otorgará un plazo de 60 días hábiles improrrogables para proceder con la subsanación. De cumplirse con lo solicitado, se considerará como fecha de presentación de la solicitud aquella en la cual se hubieren completado dichos requisitos. Si no se cumple con el requerimiento formulado, la solicitud de registro se tendrá por no presentada y se dispondrá su archivamiento.

Una vez presentada la solicitud (es decir, habiéndose asignado fecha de presentación para efectos jurídicos), la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

Con relación al resto de requisitos de forma (presentación del documento de poder, indicación de la clase, entre otros), la Dirección notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles cumpla con subsanar las omisiones o realizar las modificaciones.

Con relación a precisión, adecuación y/o exclusión de productos o servicios, la Dirección notificará al solicitante para que en un plazo de 10 días hábiles cumpla con subsanar las misiones o realizar las modificaciones.

El plazo se cuenta desde el día siguiente de recibida la notificación. De no cumplirse

con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento.

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, la Dirección de Signos Distintivos publicará un extracto de la solicitud en la Gaceta Electrónica del Indecopi, el cual puede ser visualizada a través de la página web [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe). Esta publicación no tiene costo para el solicitante.

Si se solicita a través de diferentes expedientes el registro de una misma marca con relación a productos y/o servicios de distintas clases, se podrá pedir - dentro de los 10 días siguientes a la presentación de las solicitudes- la emisión de una orden de publicación múltiple (que contenga todos los pedidos). En caso contrario, se emitirán órdenes de publicación independientes.

**Cesión de derechos expectaticios de la solicitud de registro**  
El solicitante podrá ceder los derechos expectaticios sobre una solicitud de registro en trámite. Para ello deberá presentar el documento en el que conste la cesión con su firma.

En caso sea casado, debe presentar el consentimiento del cónyuge. No se requiere legalizaciones.

En caso no indique su estado civil, la administración considerará que el bien es de libre disposición, estando sujeto a fiscalización posterior.

Recursos

impugnativos

Si después de notificada la resolución, el solicitante desea interponer un recurso de reconsideración o de apelación, dispondrá de un plazo máximo de 15 días hábiles contado a partir del día siguiente en que dicha resolución le fue comunicada.

División de una Solicitud de Registro Multiclase de Marca Producto y/o Servicio

Para la división de una solicitud de registro multiclase de marca de producto y/o servicio, se deberá presentar un pedido de división, indicando los productos y/o servicios, agrupados por clases, que se desglosan de la solicitud inicial; acompañando el comprobante de pago de las tasas correspondientes y copia de lo actuado hasta el momento de solicitar la división, para ser adjuntada en cada solicitud divisional.

El costo por los derechos de trámite de la división es equivalente al 1.26% de la UIT,

esto es S/. 48.65 Nuevos Soles.

El pago se realiza por cada división que se solicite.



## PASOS PARA INICIAR EL TRÁMITE DE REGISTRO DE UNA MARCA

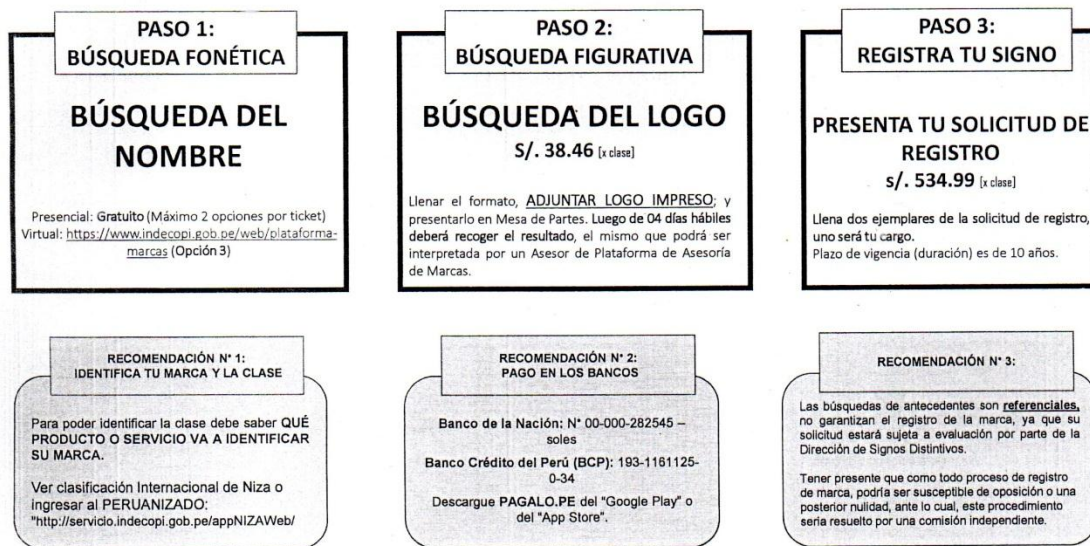


Figura 7 Pasos para iniciar trámite de registro de una marca

FUENTE: SUNARP (2019)

### 1.10. Requisitos y Trámites Municipales

#### Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento

De acuerdo a la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, NO es necesario un certificado de zonificación o compatibilidad de uso.

Se deberán presentar los siguientes requisitos por Mesa de Partes del Servicio de Administración

Tributaria de Chiclayo, sea licencia de Funcionamiento Definitiva, provisional o de cesionario.

- Presentar el formato de trámite interno (FTI) N° 4207, firmado por el solicitante o su representante legal, que tendrá carácter de declaración jurada.

- Copia fedateada de D.N.I., o Carné de Extranjería del solicitante, según corresponda.
- Ficha R.U.C.
- Vigencia de poder del representante legal expedido por SUNARP, con una antigüedad no mayor a 30 días calendarios, en el caso de personas jurídicas. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- TASA por el tipo de Licencia de Funcionamiento que solicita

TIPO	CATEGORIA	% DE LA UIT VIGENTE	TASA EN SOLES (S/.)
Definitiva	Básico (hasta 30 m2)	7.5909	S/.273.27
	Medio (desde 30 m2 hasta 200 m2)	12.7669	S/.459.60
	Alto	De acuerdo a la zona y hasta 200.00 m2.	
	Zona I	35.00	S/.1260.00
	Zona II	25.00	S/.900.00
	Zona III	20.00	S/.720.00
Cesionario		3.00	S/.108.00

**Figura 8 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

NOTA: Por cada exceso de 10.00 M2 se agrega:

2% Zona III (fuera del entorno inmediato a zona II)

3% Zona II (entorno inmediato a zona I)

4% Zona I (entre Av. Leguía, Saenz Peña, Bolognesi y L. Ortiz)

- ACERCA DE DEFENSA CIVIL:

Establecimiento hasta 100 mts 2: Presentar Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad. (Los siguientes giros sin importar el área, SIEMPRE

deberán acreditar previamente la obtención del certificado de INDECI sea Provincial o Regional: Pub, Licorería, Discoteca, Bar, Casino, Juegos de Azar, Máquinas Tragamonedas, Ferreterías o afines a los mismos, así como los giros que cuyo desarrollo de actividades implique almacenamiento, uso o comercialización de Productos tóxicos o inflamables)

Establecimiento desde 100.01 mts2 a 500 mts2: Certificado de INDECI PROVINCIAL (Inspección Básica o Inspección de detalle a cargo del Comité Provincial de INDECI) o pago de la tasa respectiva para inspección INDECI.

Establecimiento desde 500.01 mts2 a mas: Certificado de INDECI REGIONAL (Inspección de detalle o multidisciplinaria a cargo del Comité Regional de INDECI).

<b>TASAS PARA INSPECCIÓN DE INDECI</b>		
<b>RANGO EN M2</b>	<b>% DE LA UIT VIGENTE</b>	<b>TASA EN SOLES (S/.)</b>
<b>Hasta 30 m2.</b>	1.5	S/.54.00
<b>Desde 31 m2 hasta 50 m2</b>	2.5	S/.90.00
<b>Desde 51 m2 hasta 100 m2</b>	5.0	S/.180.00
<b>Desde 101 m2 hasta 150 m2</b>	7.0	S/.252.00
<b>Desde 151 m2 hasta 200 m2</b>	8.5	S/.306.00
<b>Desde 201 m2 hasta 500 m2</b>	10.5	S/.378.00

**Figura 9 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

**LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

LEY DE MARCO DE LICENCIA EN FUNCIONAMIENTO  
LEY N° 28976  
ORDENANZA MUNICIPAL N° 015-2016-MPCH/A

GERENCIA DE DESARROLLO URBANO  
Dpto. de Licencias de  
Funcionamiento

**CERTIFICADO N° 0690**

**CONCEDE A:**

Nombres y Apellidos / Razón Social: \_\_\_\_\_ R.U.C.: **10436376222**

Representante Legal: \_\_\_\_\_ D.N.I.: **43637622**

Nombre Comercial: **DAYRON TATTOO**

Dirección: **CALLE ELIAS AGUIRRE N° 770 2° PISO - CHICLAYO**

Giro: **ESTUDIO DE TATUAJES**

Área: **18.00** M2, Horario de Atención: **L - D 10:00 AM - 9:00 PM**

Expediente N° **208171** Aprobado por Resolución N° **0690 - 2018** MPCH/GDU/DLF

Queda inscrito en el Registro de Licencias con el N° **0690 - 2018**, Chiclayo, **03 DE MAYO DE 2018**

AUTORIZADO POR

*[Firma]*

Si realiza alguna modificación o cierra el establecimiento deberá renovar el certificado de Funcionamiento o cancelarlo respectivamente  
ES OBLIGATORIO QUE SE EXHIBA EN UN LUGAR VISIBLE, NO AUTORIZA EL USO DE LA VÍA PÚBLICA N° 002194

**Figura 10 Requisitos para obtener Licencia de Funcionamiento**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

## Tabla 5 CERTIFICADO DE SALUBRIDAD

FUENTE: MUNICIPALIDAD DE CHICLAYO (2020)

### CERTIFICADO DE SALUBRIDAD

<b>Documentos a Presentar:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Copia de la última declaración jurada de la Licencia de Funcionamiento en caso de ser nuevo</li> <li>2 Declaración Jurada del Estado Sanitario del Establecimiento Comercial.</li> <li>3 Recibo de pago de multa por omisión y/o vencimiento del Certificado categoría ( O. M. N° 004-A-99-MPCH/A)</li> <li>4 Costo Categoría Categoría Categoría Categoría "D"</li> </ol>
<b>Pasos a seguir:</b>	
<b>Donde se realiza el trámite:</b>	Departamento: LAMBAYEQUE Provincia: CHICLAYO Distrito: CHICLAYO Dirección: Ca. Elías Aguirre N° 240 - Chiclayo Teléfono: (074)20-8616 y (074)23-2570 Correo: serverweb@munichiclayo.gob.pe
<b>Costo Ver valor de la UIT</b>	4. Costo administrativo: Categoría "A" 24.00 Categoría "B" 30.50 Categoría "C" 38.00 Categoría "D" 46.50
<b>Calificación:</b>	Silencio Negativo - 30(Treinta) Días Hábiles  Cuando transcurrido el plazo la institución no ha emitido un pronunciamiento expreso al trámite o servicio solicitado, este se da como denegado, quedando el ciudadano en posibilidad de presentar el recurso Administrativo correspondiente.
<b>Inicio del</b>	Sub Gerencia Sanidad y Vigilancia Sanitaria.

<b>Trámite:</b>	
<b>Unidad que evalúa el trámite:</b>	Sub Gerente Sanidad y Vigilancia Sanitaria.
<b>Informes sobre el estado del Trámite:</b>	Sub Gerente Sanidad y Vigilancia Sanitaria.
<b>Instancia que resuelve el Trámite:</b>	Sub Gerente Sanidad y Vigilancia Sanitaria.
<b>Instancia que resuelve recurso impugnatorio:</b>	Sub Gerencia de Sanidad y Vigilancia Sanitaria. Ciudad.y Fiscalización Presentar recurso en 15 días y resolver en 30 días.
<b>Base Legal:</b>	Ordenanza Municipal N° 004-A-99-MPCH/A (26/05/99) Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades (27/05/03) D. S. 006-2017-JUS, TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General (20/03/17)



**Figura 11 CERTIFICADO DE SALUBRIDAD**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)





**Figura 12 CERTIFICADO DE FUMIGACION**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

**Requisitos para obtener el Certificado de ITSE – Defensa Civil**

Los requisitos para sacar el Certificado de ITSE – Defensa Civil varían según el Nivel de Riesgo del Establecimiento, el cual viene determinado por la siguiente Matriz de Riesgo:

**Tabla 6 Matriz de Riesgo (Decreto Supremo 002-2018-PCM)**

FUNCIÓN (Uso)	Riesgo	
	Incendio	Colapso
<b>1. SALUD</b>		

<p>1.1 Primer Nivel de Atención sin camas de Internamiento Categoría I-1: Puesto o posta de salud, consultorio de profesional de la salud (no médico). Categoría I-2: Puesto o posta de salud, consultorio médico.</p>	Bajo	Bajo
<p>1.2 Primer Nivel de Atención sin camas de Internamiento Categoría I-3: Centro de salud, centro médico, centro médico especializado, policlínico.</p>	Medio	Bajo
<p>1.3 Primer Nivel de Atención Categoría I-4: Centro de salud o centro médico con camas de internamiento, tiene usuarios no autosuficientes.</p>	Alto	Medio
<p>1.4 Segundo Nivel de Atención Tiene usuarios no autosuficientes o cuenta con camas de internamiento. Categoría II: Hospitales y clínicas de atención general</p>	Muy Alto	Alto
<p>1.5 Tercer Nivel de Atención Tiene usuarios no autosuficientes o cuenta con camas de internamiento. Categoría III: Hospitales y clínicas de atención especializada. Institutos Especializados.</p>		
<p><b>2. ENCUENTRO</b></p>		
<p>2.1 Edificación con carga de ocupantes hasta 50 personas.</p>	Medio	Bajo



2.2 Edificación con carga de ocupantes mayor 50 personas.	Alto	Medio
2.3 La actividad de encuentro se realiza en el sótano	Muy Alto	Alto
2.4 Edificación donde se desarrolla los siguientes usos: discotecas, casinos, tragamonedas, teatros, cines, salas de concierto, anfiteatros, auditorios, centros de convenciones, clubes, estadios, plazas de toro, coliseos, hipódromos, velódromos, autodromos, polideportivos, parques de diversión, zoológicos y templos.		
<b>3. HOSPEDAJE</b>		
3.1 Establecimientos de Hospedaje de o hasta 3 estrellas y hasta 4 pisos, ecolodge, albergue o establecimiento ubicado en cualquiera de los cuatro (4) pisos, sin sótano.	Medio	Bajo
3.2 Establecimientos de Hospedaje de o hasta 3 estrellas y hasta 4 pisos, ecolodge, albergue o establecimiento ubicado en cualquiera de los cuatro (4) pisos, con sótano.	Alto	Medio
3.3 Hospedaje con mas de cuatro (4) pisos, o establecimiento ubicado en piso superior al cuarto. 3.4 Para todo tipo de hospedaje que cuenta con sótanos de estacionamiento con área mayor a 500 m2 o 250 m2 de	Muy Alto	Alto

depósitos o servicios generales.		
<b>4. EDUCACIÓN</b>		
4.1 Centros de Educación Inicial, Primaria y Secundaria, para personas con discapacidad: hasta tres (3) pisos.	Alto	Medio
4.2 Toda edificación educativa mayor a tres (3) pisos.		
4.3 Centro de Educación Superior: Universidades, Institutos, Centros y Escuelas Superiores.	Muy Alto	Alto
4.4 Toda edificación remodelada o acondicionada para uso educativo.		
<b>5. INDUSTRIAL</b>		
5.1 Taller artesanal, donde se transforma manualmente o con ayuda de herramientas manuales, materiales o sustancias en nuevos productos. El establecimiento puede incluir un área	Medio	Bajo

destinada a comercialización.		
<p>5.2 Industria en General.</p> <p>5.3 Fábricas de productos explosivos o materiales relacionados. Talleres o Fábricas de productos pirotécnicos.</p>	Muy Alto	Alto
<b>6. OFICINAS ADMINISTRATIVAS</b>		
6.1 Edificación hasta cuatro (4) pisos y/o planta techada por piso igual o menor a 560 m2.		
6.2 Edificación con conformidad de obra de una antigüedad no mayor a (5) años donde se desarrolla la actividad o giro correspondiente al diseño o habiéndose realizado remodelaciones, ampliaciones o cambios de giros, se cuenta con conformidades de obra correspondientes.	Medio	Bajo
6.3 Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuya áreas e instalaciones de uso común cuentan con Certificado de ITSE vigente.		

<p>6.4 Establecimiento ubicado en cualquier piso de edificaciones cuya áreas e instalaciones de uso común no cuentan con Certificado de ITSE vigente.</p>	Alto	Medio
<p>6.5 Edificación con cualquier número de pisos con planta techada por piso mayor 560m2.</p>	Muy Alto	Alto
<p><b>7. COMERCIO</b></p>		
<p>7.1 Edificación hasta tres (3) pisos y/o área techada total hasta 750 m2.</p>	Medio	Bajo
<p>7.2 Módulos, stands o puestos, cuyo mercado de abastos, galerías comerciales o centro comercial cuenten con una licencia de funcionamiento en forma corporativa.</p>	Medio	Bajo
<p>7.3 Edificación mayor a tres (3) pisos y/o área techada total mayor a 750m2.</p>	Alto	Medio

7.4 Áreas e instalaciones de usos común de las edificaciones de usos mixto, mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales.	Muy Alto	Alto
7.5 Mercado minorista, mercado mayorista, supermercados, tiendas por departamentos, complejo comercial, centros comerciales y galerías comerciales.		
7.6 Comercialización de productos explosivos, pirotécnicos y relacionados.		
<b>8. ALMACÉN</b>		
8.1 Almacén o estacionamiento no techado: puede incluir áreas administrativas y de servicios techadas.	Alto	Medio
8.2 Almacén o estacionamiento techado.	Muy Alto	Alto
8.3 Almacén de productos explosivos, pirotécnicos y relacionados.		
<b>Factores adicionales que contribuyen al incremento del Nivel de Riesgo para</b>		

**todas las Funciones**

En el caso la edificación o el establecimiento clasificado con nivel de riesgo bajo o medio según lo establecido anteriormente, presente los siguientes factores adicionales, el nivel de riesgo se incrementa según lo siguiente:

A. El establecimiento cuenta con tanque de Gas Licuado de Petróleo (GLP) y/o líquido combustible y sus derivados en cantidades superiores a 0.45 m<sup>3</sup> (118.18 gl) y 1m<sup>3</sup> (264.17 gl), respectivamente.

Alto

Medio

B. El establecimiento usa caldero

Alto

Medio

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

**CENEPRED**

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO**

**CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES.....**

**N° 0000 - 201....**

El órgano ejecutante de la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones, en cumplimiento de lo establecido en el D.S. N° 058-2014-PCM, ha realizado la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de tipo.....

(Edificación/local/Establecimiento/instalación)

Ubicado en (Calle, Av., Jr., Urb.)  
 Distrito....., provincia **CHICLAYO**, departamento **LAMBAYEQUE**

Representado y/o Solicitado por:  
 El que suscribe **CERTIFICA** que el objeto de la Inspección antes señalado **CUMPLE** con la normativa en materia de seguridad en edificaciones, otorgándose el presente **CERTIFICADO DE ITSE**

Capacidad Máxima de la Edificación: ( ) personas  
 (En números) (En letras)

Giro o actividad de la Edificación:  
 Área de la Edificación (m<sup>2</sup>):

Solicitud N° Re: solución N° ..... (dd/mm/año)

**VIGENCIA: INDETERMINADO** LUGAR: **CHICLAYO**  
 FECHA DE EXPEDICIÓN: .....

(FIRMA Y SELLO)

\*El presente Certificado de ITSE no constituye autorización alguna para el funcionamiento del objeto de la presente inspección.\*  
**NOTA:**  
 - DE ACUERDO A LAS NORMAS VIGENTES, EL PRESENTE CERTIFICADO DEBERÁ SER FIRMADO POR LA AUTORIDAD COMPETENTE.  
 - ESTE CERTIFICADO DEBERÁ COLOCARSE EN UN LUGAR VISIBLE DENTRO DE LA EDIFICACIÓN, LOCAL, ESTABLECIMIENTO O INSTALACIÓN.  
 - CUALQUIER TACHA O ENMIENDATURA INVALIDA EL PRESENTE CERTIFICADO.  
 - QUE CONFORME AL NUMERAL 55.4 DEL Art. 55 DEL D.S. N° 058 - 2014 - PCM, EL ORGANO EJECUTANTE EFECTUARA COMO MÍNIMO UNA VISE AL AÑO EN AQUELLA EDIFICACIONES QUE CUENTAN CON CERTIFICADO DE ITSE.

**Figura 13 CERTIFICADO DE INSPECCION TECNICA DE SEGURIDAD DE EDIFICACIONES**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo (2020)

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

### **1.11.1. Inscripción al RUC – Empresas**

#### **Registro Único de Contribuyentes - RUC**

Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

### Tabla 7 REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS

FUENTE: SUNAT (2020)

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

(\*) Consideradas también a las empresas unipersonales.

Si el trámite lo realiza una tercera persona, deberá presentar, adicionalmente:

### Tabla 8 REQUISITOS ADICIONALES

FUENTE: SUNAT (2020)



## REQUISITOS ADICIONALES

<p>Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.</p>	<p>Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Formulario 2119</u>: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.</li> <li>• <u>Formulario 2046</u>: Declaración de establecimientos anexos (sólo en caso de requerir establecimiento adicional para sus actividades).</li> </ul> <p>Y además, para acreditar su representante en el RUC:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Formulario 2054</u>: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo.</li> <li>• <u>Formulario 2054-Anexo</u>: Domicilio de los Representantes Legales.</li> </ul>
--	---

Si la persona autorizada presenta una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT, facultándola a realizar el trámite de inscripción en el RUC, no será necesario exhibir el documento de identidad original del titular del RUC o de su representante legal, ni presentar la copia.

**Importante:** También debe obtener su Clave SOL a fin que pueda cumplir adecuada y oportunamente con sus obligaciones tributarias.

Los contribuyentes deben comunicar cualquier cambio que ocurra en los datos que figuran en su RUC, dentro de los plazos legales señalados en las normas respectivas.

### Tabla 9 RUC

**FUENTE:** SUNAT (2020)

**Recuerde que debe registrar o actualizar en el RUC sus datos de:**

- Correo electrónico
- Número de teléfono celular

Más información sobre cómo hacerlo en este módulo

**Plazos para modificar/actualizar datos del RUC:**

El plazo para comunicar la modificación de domicilio fiscal es de un (1) día hábil. El plazo para modificar o actualizar los demás datos registrados en el RUC de cinco (5) días hábiles de producidos los hechos.

La SUNAT podrá solicitar a los contribuyentes, con carácter general o particular y en las condiciones y plazos que ésta determine, la actualización total de los datos contenidos en el RUC.

Adicionalmente las entidades de la Administración Pública deben actualizar la información relativa a sus representantes legales con una periodicidad anual, salvo que los mandatos se hubiesen recortados a un tiempo inferior al mencionado por alguna circunstancia excepcional.

Recuerde que: Para toda modificación o actualización de datos en el RUC los representantes legales deberán identificarse con alguno de los siguientes documentos según corresponda: **Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería, Carné de Identidad** emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, **Pasaporte** con calidad migratoria que permita la generación de rentas de fuente peruana, **Carné de Permiso Temporal de Permanencia (PTP)**.

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Si	Si	Si	Si
Persona Jurídica	No	Si	Si	Si
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	No	No	Si	Si
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	Si tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

**Figura 14 TIPOS DE MODALIDADES**

**FUENTE:** SUNAT (2020)

### 1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los

descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

El programa se descarga desde [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), en el cual se elabora la declaración jurada y se envía mediante SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

Es preciso señalar que la versión vigente es la 3.7, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período Enero 2020 en adelante.

Asimismo, también deberán utilizar dicha versión aquellos que se encontraran omisos a la presentación de la PLAME y a la declaración de los conceptos del b) al m) y o) al s) del artículo 7 de la Resolución de Superintendencia N° 183-2011/SUNAT y normas modificatorias por los períodos tributarios de noviembre de 2011 a diciembre de 2019, o deseen rectificar la información correspondiente a dichos períodos.

El PDT Planilla Electrónica - PLAME, Formulario Virtual N° 0601 - Versión 3.7, estará a disposición de los interesados a partir del 1 de febrero de 2020, siendo de uso obligatorio a partir de dicha fecha.

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
----------------------	-------------	-------------	-----------------

<b>T – REGISTRO</b>	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
<b>PLAME</b>	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

**Figura 15 PLAME**

**FUENTE:** SUNAT (2020)

### 1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

<b>DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA</b>			
<b>BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES</b>	<b>RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN</b>	<b>MICRO EMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
DERECHO AL REFRIGERIO	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST NATAL	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso post-natal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
LICENCIA POR PATERNIDAD	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
VACACIONES TRUNCAS	Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		

**Figura 16 Régimen Laboral Especial y General Laboral.**

**FUENTE:** MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DE EMPLEO (2020)

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Figura 17 Régimen Laboral Especial y General Laboral.

FUENTE: MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DE EMPLEO (2020)

#### **1.14. Modalidades de Contratos Laborales.**

##### **ALCANCES SOBRE EL CONTENIDO BÁSICO DE LA REGULACIÓN LEGAL DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO**

La institución jurídica laboral emblemática del derecho laboral individual lo constituye el contrato individual de trabajo, el cual es ampliamente desarrollado en la legislación, la doctrina y la jurisprudencia, sin embargo el presente comentario estriba estrictamente en su regulación normativa o legal, en tal sentido debemos precisar que la base legal que regula la citada figura laboral esta constituida por el TUO del Decreto Legislativo N° 728 – Ley de Productividad y Competitividad Laboral – Decreto Supremo N° 003-97-TR y por el Decreto Supremo N° 001-96-TR Reglamento de la Ley de Fomento al Empleo (Hoy denominada Ley de Productividad y Competitividad Laboral). Precisamente de un análisis somero del contenido de la citada normatividad procedemos a esbozar los alcances más importantes sobre la contratación laboral individual tratando de aterrizar en los tópicos básicos de su regulación que nos permitan tener una visión simple y panorámica del escenario legal en que se desenvuelve la institución baluarte de nuestro derecho del trabajo el Contrato Individual de Trabajo.

#### **1) Elementos esenciales del contrato de trabajo**

Nuestro andamiaje legal precitado reconoce los tres elementos esenciales del contrato individual de trabajo que a continuación detallamos:

- A) La prestación personal del servicio, que implica que la actividad laboral debe realizarse de forma personal y directa por el propio trabajador.
- B) La remuneración, que es el integro de lo que percibe el trabajador en dinero o en

especie y que es de su libre disposición.

C) La subordinación o dependencia, que implica que el trabajador presta sus servicios bajo la dirección de su empleador.

En consecuencia para nuestra legislación laboral si se produce la presencia concurrente de los citados tres elementos básicos del contrato de trabajo se presume, salvo prueba en contrario (presunción juris tantum), la existencia de un contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido, siendo esta percepción normativa de gran utilidad para la aplicación de la presunción de laboralidad y del principio de la primacía de la realidad.

## **2) Formas de contratación laboral**

El contenido más amplio y frondoso de la precitada normatividad laboral está destinado a las clases de contratos de trabajo, los cuales se encuentran clasificados en tres rubros:

A) Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido, Es aquel que tiene una fecha de inicio pero no una fecha de culminación, en el entendido de que puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite su culminación, puede celebrarse en forma verbal o escrita y no se exige su registro ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, por ende basta que al trabajador se le incluya en planillas y se le otorguen sus respectivas boletas de pagos para que se le considere como contratado a plazo indeterminado. Nuestra normatividad laboral considera a este tipo de contrato como la regla de la contratación laboral, bajo la presunción que de presentarse los tres elementos



esenciales de la contratación laboral la prestación personal del servicio, la remuneración y la subordinación se presume salvo prueba en contrario que nos encontramos ante un contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido.

B) Los contratos de trabajo sujetos a modalidad, denominados así por nuestro marco legal laboral son aquellos que tienen una fecha de inicio y una fecha de culminación, son concebidos por ello como contratos temporales, a plazo fijo o determinado, deben celebrarse necesariamente por escrito y obligatoriamente deben registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración, la legislación laboral materia de comentario reconoce 9 modalidades básicas de contratación sujetas a modalidad que a continuación mencionamos:

- 1) Contrato por inicio o incremento de actividad.
- 2) Contrato por necesidad de mercado.
- 3) Contrato por reconversión empresarial.
- 4) Contrato ocasional.
- 5) Contrato de suplencia.
- 6) Contrato de emergencia
- 7) Contrato por obra determinada o servicio específico.
- 8) Contrato intermitente
- 9) Contrato de temporada.

A lo que habría que agregar una figura abierta que permite a las partes configurar un acuerdo contractual fuera de las 9 modalidades básicas precitadas y los denominados contratos de exportación no tradicional y contratos en zonas francas.

Los trabajadores inmersos en los contratos sujetos a modalidad tienen derecho a percibir los mismos beneficios que por ley, pacto o costumbre tienen los trabajadores sujetos al contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido e incluso adquieren estabilidad laboral durante el tiempo que dure el contrato una vez superado el período de prueba a tal punto que si vencido este se resolviera el contrato el trabajador tendrá derecho a una indemnización equivalente a una remuneración y media ordinaria mensual por cada mes dejado de laborar hasta el vencimiento del contrato con el límite de 12 remuneraciones. Los contratos de trabajo sujetos a modalidad están concebidos en la normatividad laboral materia de análisis como la excepción de la contratación laboral puesto que tal como lo señalamos la regla o el contrato de trabajo tipo es el contrato indefinido o indeterminado.

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

### **3) Trabajadores de dirección y confianza**

Reconoce como situación especial de categorías de trabajadores, al trabajador de confianza y al personal de dirección, bajo los parámetros legales que precisamos a continuación:

A) Trabajadores de confianza, son aquellos que laboran en contacto personal y directo con el empleador o con el personal de dirección, teniendo acceso a secretos industriales, comerciales o profesionales y en general a información de carácter reservado, asimismo aquellos cuyas opiniones o informes son presentados directamente al personal de dirección, contribuyendo a la formación de decisiones empresariales.

B) Personal de dirección, es aquel que ejerce la representación general del empleador frente a otros trabajadores o a terceros, o que lo sustituye, o que comparte con aquellas funciones de administración y control o de cuya actividad o grado de responsabilidad depende el resultado de la actividad empresarial.

#### **4) Periodo de prueba**

Reconoce la figura o institución laboral del Período de prueba, concibiendo la siguiente clasificación:

A) El período de prueba común u ordinario, que está destinado para los trabajadores que desarrollan labores de naturaleza común u ordinaria que está constituido por los tres primeros meses de la relación laboral a cuyo término el trabajador alcanza el derecho a la protección contra el despido arbitrario.

B) El período de prueba especial, es aquel destinado a labores de mayor responsabilidad por el grado de acercamiento con el empleador por ende se requiere de un lapso mayor de tiempo para la adaptación laboral. Por ende en estos casos las partes pueden pactar un término mayor cuando las labores requieran de un período más amplio de capacitación o adaptación o por el mayor grado de responsabilidad, debiendo constar dicho acuerdo por escrito. Tratándose de trabajadores calificados o de confianza el período de prueba se puede extender hasta 6 meses y tratándose de personal de dirección se puede extender hasta un año el período de prueba.

### **5) Suspensión del contrato de trabajo**

Se regula la figura laboral de la suspensión del contrato de trabajo en sus dos variables:

A) La suspensión de modo perfecto, cuando temporalmente no hay prestación personal del servicio por parte del trabajador y por ende no corresponde el pago o abono de su remuneración. Por ejemplo el permiso o licencia sin goce de haber y el ejercicio del derecho de huelga.

B) La suspensión de modo imperfecto, cuando temporalmente a pesar de no existir prestación personal del servicio por parte del trabajador se produce el pago de su remuneración o del subsidio correspondiente de ser el caso. Por ejemplo el pago de la remuneración vacacional durante el descanso vacacional y el pago del subsidio durante el descanso pre y postnatal.

### **6) Extinción del contrato de trabajo**

Se regula la figura laboral de la extinción del contrato de trabajo, que implica el fenecimiento, culminación o terminación de la contratación laboral. Constituyendo para nuestro marco normativo laboral como causas de extinción las siguientes:

- a) El fallecimiento del trabajador.
- b) El fallecimiento del empleador como persona natural.
- c) La renuncia o retiro voluntario del trabajador.
- d) La terminación de la obra o servicio, el cumplimiento de la condición resolutoria y el vencimiento de los plazos en los contratos sujetos a modalidad.
- e) El mutuo disenso entre trabajador y empleador.
- f) La invalidez absoluta permanente.
- g) La jubilación.
- h) El despido, en los casos y formas permitidos por la ley.
- i) La terminación por causas objetivas, en los casos y formas permitidas por la ley.

## **7) Despido**

En lo que concierne a la figura del despido como causa de extinción del contrato de trabajo nuestro marco legal laboral en referencia considera las siguientes clases de despido:

- a) El despido justificado, es cuando el empleador se encuentra facultado para dejar sin efecto el vínculo o la relación laboral basado en la capacidad o rendimiento del trabajador o en su conducta o comportamiento siendo la situación más recurrente la denominada falta grave, en este caso el trabajador solo tiene derecho al pago de sus correspondientes beneficios sociales o económicos por el tiempo laborado perdiendo

el derecho a cualquier indemnización por haber sido el causante de la ruptura del vínculo laboral;

b) El despido arbitrario, es cuando el trabajador es despedido sin haberse expresado la causa que lo motiva o no haberse podido demostrar la causa imputada en juicio, el efecto de este despido es resarcitorio consistente en el pago de una indemnización por despido arbitrario;

c) El despido nulo, es el que se produce como consecuencia de la vulneración de un derecho fundamental tal como por ejemplo la afectación del derecho a la libertad sindical o del derecho a la no discriminación laboral inmerso en el despido de una trabajadora gestante o de un trabajador portador del VIH sida, el efecto de este despido es restitutorio ya que el trabajador es repuesto o readmitido en su puesto de trabajo.

d) El despido indirecto, que es aquel que se produce como consecuencia de la persistencia de un acto de hostilidad del empleador que motiva que el trabajador se aparte del vínculo laboral y proceda a solicitar en la vía judicial una indemnización similar a la peticionada en el despido arbitrario.

Con ello hemos pretendido otorgar un alcance de los aspectos más resaltantes del contenido del espectro legal acerca de la contratación laboral individual en nuestro país.

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

Según la Ley De Sociedades Comerciales la Sección I de la Existencia de Sociedad Comercial existe el concepto de tipicidad donde el ARTÍCULO 1º informa que habrá

sociedad comercial cuando dos o más personas en forma organizada, conforme a uno de los tipos previstos en esta Ley, se obliguen a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios participando de los beneficios y soportando las pérdidas.

En este caso al haber citado lo anterior, se puede decir que no aplica a este plan de negocio por el hecho de ser una EIRL y no contar con más socios o accionistas.

## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Descripción Del Entorno Del Mercado**

Hoy las empresas están buscando restablecerse y consolidarse nuevamente ya que el tema de la cuarentena y confinamiento por el brote de la pandemia del COVID-19 se hizo escasa la demanda de los servicios que usualmente se ofrecen como consecuencia de ello la oferta se hizo casi nula y por disposición política varias ella se vieron perjudicadas. Por lo tanto es una buena oportunidad incursionar con un nuevo negocio adaptándose a los cambios de los últimos acontecimientos y sacarle provecho a ello y sobre todo cubriendo las necesidades de la población.

Conocer todos los factores que rodean a la empresa es factor fundamental para desarrollar un análisis serio de mercado. En muchas ocasiones los factores que están fuera del control de la empresa afectan directamente a la misma, por lo que el conocimiento y la evaluación de los factores externos resultan prioritarios en el momento de tomar cualquier decisión empresarial.

En el presente capítulo se evaluó el análisis del entorno tanto a nivel de Perú como también en específico en la ciudad de Chiclayo para identificar las oportunidades y amenazas del plan de negocios de comida rápida saludable. Se inició analizando el entorno externo, utilizando la herramienta PESTEL (técnica del marketing para analizar los factores Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) y el análisis de la industria (entorno interno), utilizando la herramienta de las cinco fuerzas de Porter.



## **2.1.1. Análisis Del Entorno Externo Del Negocio**

### **2.1.1.1. Factores Políticos Y Legales**

En 2013, se promulgó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable, enfocada en proteger la salud pública mediante políticas de (i) educación, (ii) fomento de la actividad física y (iii) supervisión de la publicidad e información de alimentos, con el fin de eliminar enfermedades vinculadas con el sobrepeso y otras no transmisibles como la obesidad. Sin duda, un objetivo bien intencionado pero que, en su implementación, se ha visto reducida al consumo de alimentos procesados. Así, el 17 de junio del año pasado se volvió obligatorio el etiquetado de advertencias con octógonos en los alimentos y bebidas procesados que superaran los límites de azúcar, sal o grasas saturadas que fijó el Ministerio de Salud (Minsa). Si bien para juzgar su efectividad en la reducción del sobrepeso y otras enfermedades no transmisibles se requiere más tiempo, tal como mencionamos en ese entonces, cabe adelantar que el etiquetado abarca menos del 20% de los alimentos que los peruanos consumimos (los procesados, los únicos que comprende la ley).

La discusión en ese entonces se centró en sí, desde un punto de vista regulatorio, las advertencias publicitarias eran las más idóneas. De igual manera, hace pocas semanas surgió una polémica sobre el fallo de Indecopi que declaró como barrera burocrática ilegal ciertas disposiciones del Minsa sobre la publicidad de octógonos, alegando que esta institución no tiene competencia legal para regular la publicidad. Así, una vez más, terminamos enfrascados en ese debate, cuando la discusión debería girar sobre aquellas políticas que permitan asegurar una alimentación sana y promover estilos de vida saludables.

Una política de alimentación saludable no solo implica cuestiones como la regulación de la información nutricional, sino que debe enfocarse en la implementación de una estrategia que responda a la promoción de una dieta saludable y todas las formas de buena nutrición para dar respuestas efectivas a estos retos, según la FAO. Así, queda pendiente la elaboración de un perfil nutricional del consumidor peruano, y sus variantes según regiones, que permita orientar futuras políticas en la materia y no hacerlo sin mayor evidencia, como hasta ahora, además de intervenciones más contundentes en el sector educativo.

No perdamos de vista la estrategia de alimentación saludable; de lo contrario, nos pasará factura en los próximos años no solo en nuestro sistema de salud, sino en el bienestar general de la población.

#### **2.1.1.2. Factores Económicos**

En el segundo trimestre del año 2020, el Producto Bruto Interno (PBI) a precios constantes de 2007, registró una contracción de -30,2%, explicado por la disminución de la demanda interna (-27,7%), y el comportamiento negativo de nuestras exportaciones (-40,3%). Las medidas para contener el avance de la COVID-19, implicaron la adopción del aislamiento social obligatorio, el cierre temporal de fronteras y la restricción a las actividades económicas, con excepción de las esenciales relacionadas con la alimentación, medicamentos y servicios básicos, generando la disminución del empleo y los ingresos de la economía, afectando la demanda interna y externa, seguida de un proceso de atenuación de los efectos sobre la población, especialmente de la más vulnerable, y por un programa de

reactivación económica en varias fases. La reducción de la demanda interna se explica por la caída de la inversión bruta fija (-57,7%), el gasto de consumo final privado (-22,1%) y el gasto de consumo final del gobierno (-3,2%).

**CUADRO N° 1**  
**PERÚ: Oferta y Demanda Global Trimestral**  
*(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior)*  
*Año Base 2007=100*

Oferta y Demanda Global	2019/2018				2020/2019			
	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. 1/	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. 1/
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>2,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	<b>-3,5</b>	<b>-30,2</b>	<b>-17,3</b>	<b>-7,3</b>
Extractivas	0,6	-2,0	-0,8	0,0	-2,8	-20,9	-12,6	-5,7
Transformación	0,0	-2,8	-1,5	2,1	-10,9	-44,5	-28,6	-13,7
Servicios	3,8	3,8	3,8	4,0	-1,0	-28,3	-14,8	-5,5
<b>Importaciones</b>	<b>0,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>-5,3</b>	<b>-31,3</b>	<b>-18,7</b>	<b>-8,3</b>
<b>Oferta y Demanda Global</b>	<b>2,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,6</b>	<b>2,2</b>	<b>-3,9</b>	<b>-30,4</b>	<b>-17,6</b>	<b>-7,6</b>
<b>Demanda Interna</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>2,1</b>	<b>2,6</b>	<b>-3,3</b>	<b>-27,7</b>	<b>-15,9</b>	<b>-6,6</b>
Consumo Final Privado	3,3	2,6	2,9	3,1	-1,7	-22,1	-12,2	-4,7
Consumo de Gobierno	2,4	4,6	3,5	2,4	7,2	-3,2	1,8	3,7
Formación Bruta de Capital	-0,6	-1,5	-1,1	1,1	-13,3	-57,0	-35,6	-17,2
Formación Bruta de Capital Fijo	1,4	5,7	3,6	3,4	-10,2	-57,7	-35,0	-15,6
Público	-8,2	5,9	0,1	2,8	13,3	-69,8	-38,3	-19,5
Privado	3,8	5,6	4,7	3,6	-15,4	-53,2	-34,0	-14,5
<b>Exportaciones</b>	<b>1,1</b>	<b>-1,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>-6,2</b>	<b>-40,3</b>	<b>-23,9</b>	<b>-11,1</b>

1/ Últimos 4 trimestres respecto al mismo período del año anterior; ejemplo: III trim 2019 al II trim 2020/ III trim 2018 al II trim 2019.

Nota: La estimación al II trimestre de 2020 ha sido elaborada con información disponible al 15-08-2020.

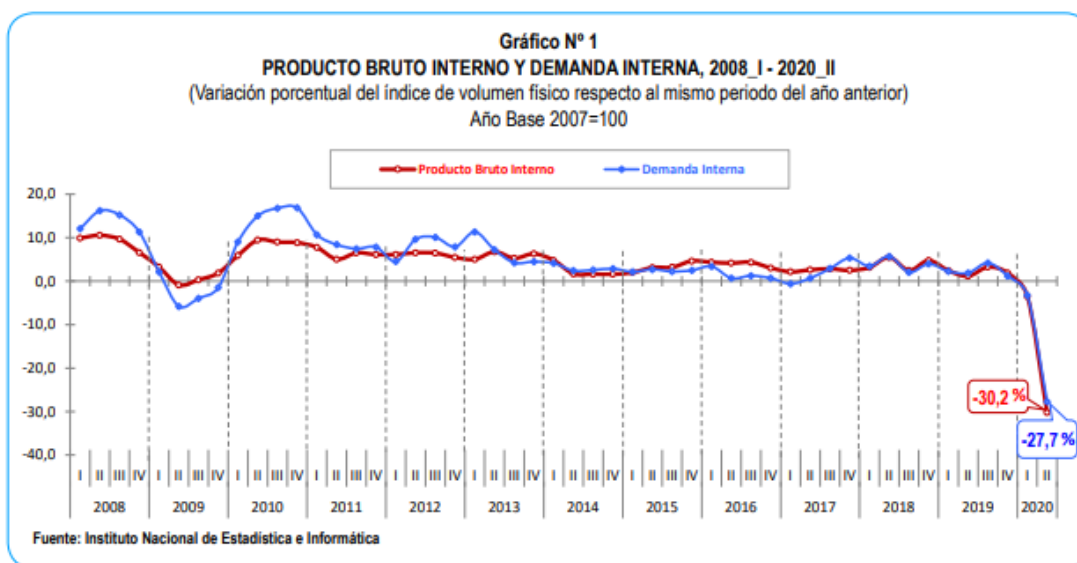
Para mayor detalle de las actividades extractivas, transformación y servicios revisar el Anexo N°15

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

### Figura 18 Oferta y Demanda Global Trimestral

La inversión bruta fija disminuyó debido a la reducción de las nuevas construcciones (-67,2%), y las menores adquisiciones en maquinaria y equipo (-43,7%); tanto de origen nacional (-51,2%) como de origen importado (-40,0%). El gasto de consumo final privado decreció en -22,1%, como resultado de la disminución del ingreso total real de los trabajadores, debido principalmente a la caída del empleo en -39,6%. El gasto de consumo final del gobierno se redujo en -3,2%, por el menor gasto en

administración pública y defensa (-2,1%), y educación pública (-10,5%) principalmente. Las exportaciones de bienes y servicios se redujeron en -40,3%, explicado por la menor demanda externa de productos tradicionales y no tradicionales que disminuyeron en -38,6% y -34,9% respectivamente. El volumen de las importaciones descendió en -31,3% por las menores compras en bienes de consumo (-37,0%), de bienes de capital y materiales de construcción (-35,6%) y de materias primas y productos intermedios (-22,7%). La disminución del Producto Bruto Interno (-30,2%), por actividades económicas en el segundo trimestre del año, se debió a la evolución desfavorable de las actividades extractivas (-20,9%), transformación (-44,5%) y servicios (-28,3%). El PBI desestacionalizado en el trimestre de análisis, se contrajo en -27,2% respecto al trimestre inmediato anterior.



**Figura 19 Producto Bruto Interno (PBI)**

La disminución del Producto Bruto Interno (PBI) en -30,2% fue el resultado de la evolución desfavorable de las actividades económicas: Pesca y acuicultura con -15,8%, Electricidad, gas y agua (-19,4%), Otros servicios (-20,0%), Extracción de petróleo, gas y minerales (-34,1%), Manufactura (-34,3%), Servicios prestados a empresas (-43,1%), Comercio (-45,4%), Transporte, almacenamiento, correo y mensajería (-55,3%), Construcción (-67,2%) y Alojamiento y restaurantes (-89,8%); sin embargo, atenuaron esta caída las actividades: Servicios financieros, seguros y pensiones (9,8%), Administración pública y defensa (3,9%), Telecomunicaciones y otros servicios de información (2,0%) y Agricultura, ganadería, caza y silvicultura con 1,0%. Los derechos de importación y los otros impuestos a los productos disminuyeron en conjunto -31,7%.

**Cuadro N° 7**  
**PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO**  
(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior)  
Año Base 2007=100

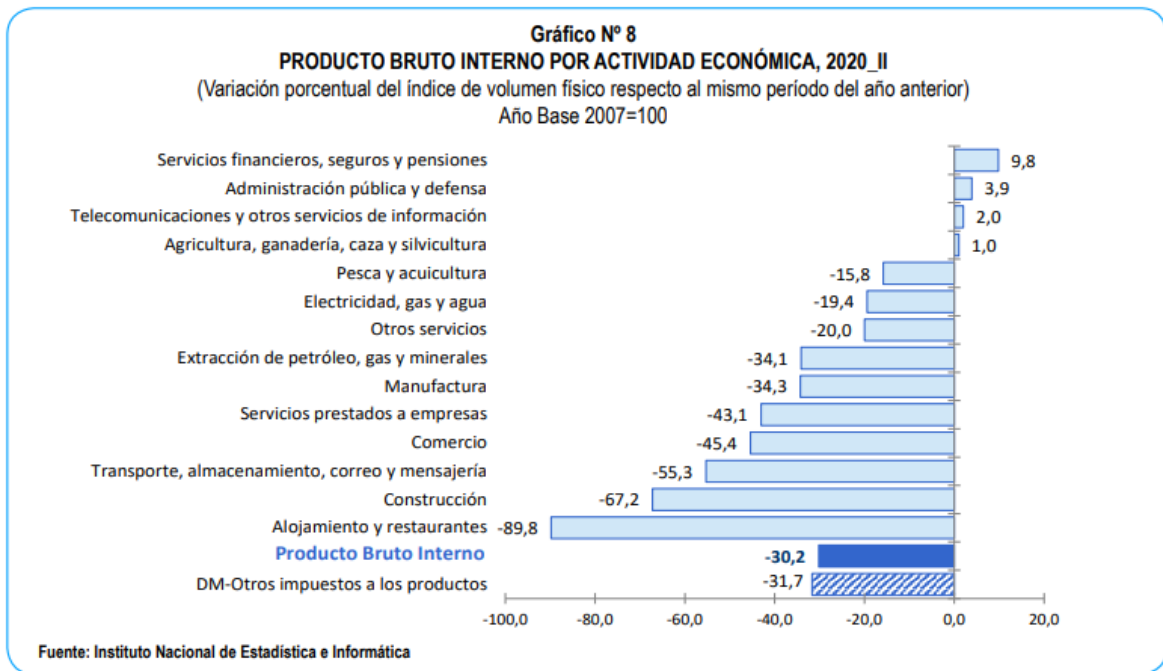
Actividad	2019/2018				2020/2019			
	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. <sup>1/</sup>	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. <sup>1/</sup>
<b>Economía Total (PBI)</b>	<b>2,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	<b>-3,5</b>	<b>-30,2</b>	<b>-17,3</b>	<b>-7,3</b>
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,9	1,9	3,1	4,3	3,6	1,0	2,1	2,6
Pesca y acuicultura	-20,3	-32,2	-28,8	2,6	-15,3	-15,8	-15,6	-17,7
Extracción de petróleo, gas y minerales	-0,5	-2,3	-1,5	-1,9	-5,2	-34,1	-19,9	-9,0
Manufactura	-0,9	-6,8	-4,1	0,9	-10,0	-34,3	-22,8	-10,8
Electricidad, gas y agua	5,9	3,8	4,9	5,1	-2,1	-19,4	-10,7	-4,0
Construcción	2,3	7,3	4,9	4,8	-13,1	-67,2	-41,7	-20,2
Comercio	2,4	2,8	2,6	2,4	-7,1	-45,4	-27,2	-11,3
Transporte, almacenamiento, correo y mensajería	2,4	2,0	2,2	3,2	-5,1	-55,3	-30,3	-14,2
Alojamiento y restaurantes	3,7	4,5	4,1	4,2	-11,2	-89,8	-51,2	-23,4
Telecomunicaciones y otros servicios de información	7,4	7,6	7,5	7,0	3,6	2,0	2,8	3,3
Servicios financieros, seguros y pensiones	4,6	3,5	4,0	4,6	3,5	9,8	6,7	5,9
Servicios prestados a las empresas	3,4	3,4	3,4	4,0	-2,2	-43,1	-23,0	-10,2
Administración pública y defensa	5,0	4,9	5,0	4,9	4,7	3,9	4,3	4,6
Otros servicios	3,4	3,9	3,7	3,8	2,7	-20,0	-8,7	-2,4
<b>Total Industrias (VAB)</b>	<b>2,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,8</b>	<b>-3,3</b>	<b>-30,0</b>	<b>-17,2</b>	<b>-7,3</b>
Otros impuestos a los productos y DM	2,4	1,1	1,8	2,0	-5,1	-31,7	-18,4	-8,2

<sup>1/</sup> Últimos 4 trimestres respecto al mismo período del año anterior, ejemplo: III trim 2019 al II trim 2020/ III trim 2018 al II trim 2019.

**Nota:** - Cifras trimestrales ajustadas a las Cuentas Nacionales Anuales.

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística e Informática.

**Figura 20 Producto Bruto Interno (PBI)**



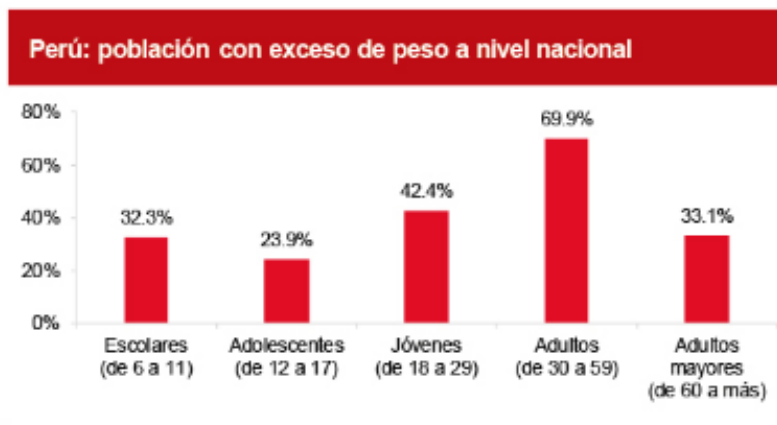
**Figura 21 Producto Bruto Interno (PBI)**

### **2.1.1.3. Factores Socio Culturales**

Hoy, la creciente incidencia de la obesidad, especialmente entre niños y jóvenes, eleva los factores de riesgo. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la falta de una dieta saludable es una de las causas más comunes de las enfermedades crónicas (cardiovasculares, cánceres, enfermedades crónicas respiratorias y diabetes), responsables del 68% de las muertes a nivel global. Inclusive, investigadores en el marco de la iniciativa OpenSAFELY, plataforma de análisis de registros de salud electrónicos en Reino Unido (creada para entregar resultados urgentes durante esta emergencia global), calcularon que la probabilidad de sufrir una infección grave por la COVID-19 se incrementa un 44% en las personas

con sobrepeso y casi se dobla en las que sufren obesidad. Además, las probabilidades de morir por la enfermedad también crecen con el exceso de peso.

Por lo tanto, fomentar una alimentación saludable debe ser uno de los temas prioritarios. En este sentido, es importante saber cómo vamos en cuanto a la incidencia de estos dos indicadores. Según cifras del Instituto Nacional de Salud (INS), el 69.9% de adultos (de 30 a 59 años) en el país padece de exceso de peso (sobrepeso u obesidad), seguidamente estos males afectan a un 42.4% de jóvenes (de 18 a 29), al 32.3% de escolares (de 6 a 11), al 33.1% de adultos mayores (de 60 a más) y finalmente al 23.9% de adolescentes (de 12 a 17).



**Figura 22** Incidencia de la Obesidad

**Fuente:** Insatituto Nacional de Salud

Algo similar se presentaba en Lima (8.9%), Callao (9%) y Moquegua (9.7%). Y si analizamos la nutrición en la población infantil, tenemos que el 12.2% de niñas y

niños menores de cinco años padecen desnutrición crónica, de los cuales el 24.5% vive en el área rural, según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (Endes) 2019. Una realidad más dramática se vive en cuanto a la anemia, que afecta al 40.1% de menores de 6 a 35 meses de edad.

#### **2.1.1.4. Factores Tecnológicos**

En la actualidad la tecnología es un factor imprescindible en cuanto a procesos se trata y, lo es más cuando están relacionados con temas de salud pública. La diferencia entre comida saludable y no saludable, más allá del nivel de grasa y de otros componentes, es el tratamiento en la cocción. La industria de alimentos o de la comida rápida saludable requiere inversiones en tecnología, diseño de productos, para su producción y comercialización. La tecnología necesaria para la producción o entrega de servicios de alimentos se puede encontrar con proveedores con costos competitivos. Se implementará el equipamiento necesario para brindar un soporte tecnológico para llevar un control interno de ventas mediante un software; por otro lado, y no menos importante es optimizar los procesos de producción, conservación y envasado contando con cámaras frigoríficas, conservadoras, hornos eléctricos, parrillas, cocinas de inducción, envases de alta calidad etc.

#### **2.1.1.5. Factores Ecológico**

Se considera propicio que se implemente en el sector de comida rápida, un negocio novedoso que ofrezca una alternativa “saludable” y, esta debe estar ligada a normas que optimice y garantice un medio ambiente más saludable, teniendo en cuenta las recomendaciones del Departamento de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS.



Por ello, se utilizarán vasos biodegradables de papel cartón para las bebidas y envases de plástico polietilén tereftalato (PET) para los alimentos.

### ***2.1.3 Análisis Interno Del Negocio***

#### **2.1.3.1. Poder De Negociación De Los Clientes**

Las personas naturales son el cliente potencial del servicio de comida saludable, la importancia que se le da al cliente es pieza clave para el éxito del negocio.

Los clientes tienen varias opciones ya que existe una alta competencia en cuanto al mercado del servicio de comida tarde-noche en la ciudad de Chiclayo.

#### **2.1.3.2 Poder De Negociación De Los Proveedores**

Los insumos son la principal fuente de trabajo y por ello es de suma importancia elegir al detalle los proveedores que cumplan los estándares de calidad, principalmente los proveedores de alimentos cárnicos, lácteos, frutas y verduras, etc., que se requieran para cubrir nuestra variedad de comida a ofrecer.

Los negocios ubicados en el Mercado Mochoqueque, Mercado Modelo, Supermercados y entre otros negocios de la ciudad de Chiclayo serán proveedores que nos abastecerá insumos perecibles como verduras y frutas al por mayor según la ocasión y costos de los mismos.

#### **2.1.3.3 Amenaza De Nuevos Competidores Entrantes**

Por la situación que se está viviendo actualmente la oportunidad de emprender ha crecido por lo tanto hay una tendencia a corto y mediano plazo que se abran más negocio con el mismo concepto de saludable ya que hoy en día estamos viviendo

una situación donde ha afectado a gran medida la salud de la población, lo cual es una oportunidad para muchos emprendedores de ejercer en este ámbito y poder ampliar el rubro de comida saludable a beneficio de la población.

#### **2.1.3.4 Amenaza De Productos Sustitutos**

En la actualidad hay muchos sustitutos para los platos de comida saludable, los posibles reemplazantes de demanda y de posible amenaza son las ya conocidas cadenas de comida que se encuentran en Real Plaza de Chiclayo y también otros establecimientos de comida de noche que se encuentran en la ciudad de Chiclayo como por ejemplo las hamburguesas, parrillas, pizzas, pollo a la brasa, etc.

#### **2.1.3.5 Rivalidad Entre Los Competidores**

Existe una competencia más dirigida por la comida chatarra o con índices de grasa elevados para el bienestar de la salud de las personas lo cual el negocio a establecer tendría que competir más con locales pequeños como juglerías que venden el concepto similar a lo que se va a ofrecer.

### **2.2. Ámbito De Acción Del Negocio**

#### **2.2.1 Segmento De Mercado**

##### **2.2.1.1 Segmentación geográfica y demográfica**

El establecimiento, estará ubicado en el Distrito de Chiclayo.

#### **Macro Localización:**

La macro localización del negocio se define como el área extensa, el negocio está ubicado en el distrito de Chiclayo, Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque.



**Figura 23** Ubicación Chiclayo

**Micro Localización:** En el Distrito de Chiclayo

**Factores de localización:**

De acuerdo a la zona establecida podemos afirmar que nuestro establecimiento es accesible y céntrica para nuestro Mercado Objetivo, así mismo también se encuentra bien ubicado para el alcance de nuestra Materia Prima, lo cual permite que las actividades fluyan sin contratiempo por lo tanto se podrá brindar servicios eficiente y de calidad.

**Método de localización.**

El método de localización permite ponderar factores de preferencia y así mismo tomar la decisión más adecuada. Por lo tanto entre los factores que tenemos hemos optado por el Método del Ranking de Factores.

## **Método del Ranking de Factores**

Este método es también llamado método cualitativo por puntos, que consiste en identificar los factores de localización relevantes para el negocio ya que luego se le va a establecer pesos correspondientes a cada factor en función a su importancia e incidencia en el proyecto, considerando una base de 100.

Por otro lado se considera también dar una escala de valor o de puntuación de factores siendo el menor número la más deficiente evaluación del factor y el mayor número la más alta puntuación. Esta escala de valor debe tomar en cuenta las características de cada alternativa de localización.

### ***Factores de localización:***

De acuerdo a la zona establecida podemos afirmar que nuestro establecimiento es accesible y céntrica para nuestro Mercado Objetivo, así mismo también se encuentra bien ubicado para el alcance de nuestra Materia Prima, lo cual permite que las actividades fluyan sin contratiempo por lo tanto se podrá brindar servicios eficiente y de calidad.

### ***Método de localización.***

El método de localización permite ponderar factores de preferencia y así mismo tomar la decisión más adecuada. Por lo tanto entre los factores que tenemos hemos optado por el Método del Ranking de Factores.

## **Método del Ranking de Factores**

Este método es también llamado método cualitativo por puntos, que consiste en identificar los factores de localización relevantes para el negocio ya que luego se le va a establecer pesos correspondientes a cada factor en función a su importancia e incidencia en el proyecto, considerando una base de 100.

Por otro lado se considera también dar una escala de valor o de puntuación de factores siendo el menor número la más deficiente evaluación del factor y el mayor número la más alta puntuación. Esta escala de valor debe tomar en cuenta las características de cada alternativa de localización.

### **2.2.2 Modelo CANVAS**

#### **Tabla 10 Modelo CANVAS**

**FUENTE:** Elaboración Propia

STAKEHOLDERS	PROCESOS	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONAMIENTO	MERCADO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de los insumos que se requieren para la elaboración del producto a ofrecer: comida saludable, jugos, etc.</li> <li>• Bancos, Financieras o préstamos a prestamistas.(futuros préstamos)</li> <li>• Talento humano (captación de mano de obra).</li> <li>• Clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abastecimiento de los insumos.</li> <li>• Preparación de los insumos.</li> <li>• Insumos preparador dirigidos al cliente ya sea en el establecimiento o por <b>delivery</b>.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>RECURSOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frutas, verduras (ingredientes naturales) y otros insumos complementarios con bajo contenido en calorías. (materia prima)</li> <li>• Instrumentos para la preparación de los alimentos.</li> <li>• Distribución por movilidad para <b>delivery</b></li> <li>• Mano de Obra (chef, ayudante de cocina, etc.).</li> <li>• Recursos financieros.</li> <li>• Marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de comida saludable para el beneficio del consumidor.</li> <li>• Ambiente acogedor, creativo y agradable para los clientes.</li> <li>• Decoración del local</li> <li>• Presentación innovadora de los alimentos.</li> <li>• Marketing especializado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión frecuente de los servicios por medio de las redes sociales.</li> <li>• Trato especial con nuestros clientes en cualquier punto de contacto.</li> <li>• Ofertas difundida para una mejor opción al cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por un lado el servicio será presencial en el establecimiento que estará a disposición para el público.</li> <li>• por otro lado será por <b>delivery</b> será indirecto al consumidor, ya que el cliente tendrá que llamarnos para poder solicitar su pedido y posteriormente hacer el envío por medio de una persona encargada como intermediario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad: 18-60 años.</li> <li>• Género: Femenino y Masculino.</li> <li>• Estado civil: Todos.</li> <li>• Nivel socioeconómico: Todos.</li> <li>• Lugar de residencia: Distrito de Chiclayo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de materia prima.</li> <li>• Costos de preparación.</li> <li>• Costos por distribución(<b>delivery</b>)</li> <li>• Costos administrativos</li> <li>• Costos operativos</li> <li>• Costos de marketing</li> <li>• Costos del establecimiento</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas por el servicio ofrecido en el establecimiento.</li> <li>• Ventas por medio de online.</li> </ul>		

### 2.2.3 Público Objetivo

El servicio de comida saludable podrían ser demandados por personas de distinto nivel económico, académico, residentes de distintos estratos de la ciudad y con una edad de 18 años en adelante; un público bastante variado. Se hace necesario segmentar el mercado objetivo con el fin de hallar la muestra más efectiva y adecuada para este estudio; es decir, que los clientes cumplan generalmente con las siguientes variables descritas.

- Edad: 18-60 años.
- Género: Femenino y Masculino.
- Estado civil: Todos.
- Nivel socioeconómico: Todos.
- Lugar de residencia: Distrito de Chiclayo.

## 2.2.4 Análisis De La Empresa (FODA)

**Tabla 11 Análisis FODA**

**FUENTE:** Elaboración propia

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de alimentos con bajo contenido en calorías.</li> <li>• Distinción del establecimiento en comodidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pocas opciones de servicio de comida saludable en la ciudad de Chiclayo.</li> <li>• La necesidad de mejorar la salud de la población por los acontecimientos sucedidos a nivel mundial.</li> <li>• Publicidad acerca del daño de comer comidas rápidas</li> <li>• Incremento de la industria de comida preparada</li> <li>• Desarrollo de variedad de platos en comidas saludables</li> <li>• Incentivos del Estado para formalización de empresas</li> <li>• Aumento de la Responsabilidad Social</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser nuevos en el mercado</li> <li>• Marca no conocida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisiones políticas que afecten a los negocios por factores externos.</li> <li>• Falta de empresas agrícolas sustentables en alimentos saludables</li> <li>• Fenómenos naturales que afectan las zonas de cultivo</li> <li>• Contagio de enfermedades en los cultivos</li> <li>• Encarecimiento tanto en la preparación con los ingredientes de alimentos saludables</li> <li>• Ingreso de empresas de comida saludable</li> <li>• Mejoras de las cadenas de restaurantes de la línea de comida saludable (ensaladas)</li> </ul>

## **2.3. Descripción Del Bien O Del Servicio**

### ***2.3.1 Características principales del producto***

EL servicio a ofrecer se diferencia por la particularidad de su ambiente ya que será acogedor y agradable para estar ya sea solo o en compañía; sobre todo el producto que será la comida que contiene bajo índices de grasa y resalta en lo saludable para el beneficio de la salud de los clientes.

La comida saludable, basada en componentes básicos de una comida balanceada: Proteínas + Carbohidratos + Vegetales acompañados de un aliño a escoger. Esta propuesta se encuentra sustentada en una alimentación sana a los clientes teniendo como valor agregado que sea rápida debido al poco tiempo que tienen los estudiantes y la falsa idea que comer sano es sinónimo de desabrido. Para este efecto se dispone de un plato a base de lechuga donde se podrá escoger un cárnico (proteína, sea carne, pollo o jamón), un carbohidrato (papa, camote o yuca), y tres vegetales (se dispone de diez variedades) los mismos que serán acompañados de un aliño al escoger. El comensal al momento de pagar recibirá un envase descartable y un vaso para repetir la cantidad que requiera. Todos serán de alta calidad, ya que se busca que los clientes puedan disfrutar de sus alimentos. A continuación, se presentan las variedades de alimentos a escoger, donde se podrá hacer la combinación en función a la necesidad de cada comensal

#### ***Decisiones sobre el Producto:***

La apertura del establecimiento de comida saludable también ofrecerá un transporte donde se dará realce de los diversos pedidos a nivel del distrito Chiclayo.



Contando con instalaciones adecuadas y amobladas así mismo contaremos con personal calificado tanto en el aspecto gastronómico y el de servicio para brindar una atención especializada y de primera a nuestros clientes tratando de mantenerlo complacido en todo momento que se contacte con nosotros.

**Marca:**



**Figura 24 Marca “DIS-FRUTA”**

Fuente: Elaboración Propia

Optamos por colocar nuestro establecimiento “DIS-FRUTA” por los motivos de que como sabemos por los antecedentes que el valor nutricional que tiene los alimentos y la poca competencia que existe, sería una buena oportunidad de negocio y también oportunidad de degustar un buen desayuno muy nutritivo en Chiclayo.

## **2.4. Estudio De La Demanda**

### **2.4.1. Población**

La población total entre las edades de 18 - 60 años, está estimada a 180 752 personas.

Para nuestro proyecto consideraremos como mercado objetivo a las personas entre las edades de 18 a 60 años, abarcando el nivel socioeconómico A, B y C, que nos resulta un aproximado de 134 517 personas según Rodríguez, Luis.(2018) en su investigación titulado “ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE CHICLAYO TENIENDO EN CUENTA EL MODELO DE UN FAST FOOD”

CUADRO N°01: POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD SEGÚN INEI, DEL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE, PROVINCIA DE CHICLAYO, DISTRITO DE CHICLAYO AÑO 2020					
00-04a	05-09a	10-14a	15-19a	20-59a	60a y +
22.111	20.975	22.085	21.937	171.120	44.768

CUADRO N°02 : POBLACIÓN POR ETAPAS DE VIDA, SEGUN INEI, DEL DEPARTAMENTO LAMBAYEQUE PROVINCIA DE CHICLAYO DISTRITO DE CHICLAYO AÑO 2020				
00-11a	12-17a	18-29a	30-59a	60a y +.
51.539	25.937	60.745	120.007	44.768

**Figura 25 Población Chiclayo**

FUENTE: **MINSA 2018**

#### **2.4.2. Cálculo de la Demanda del Mercado Total**

Por medio de fuentes secundarias de información, se obtuvo los siguientes datos:

De acuerdo con el INEI en Provincia de Chiclayo existen 180 752 habitantes que tienen entre 18 a 60 años.

Por otro lado, se obtuvo información por fuentes primarias a través de la encuesta aplicada los consumidores directos:

El consumo promedio por persona es de 2-3 (2.5 el promedio) pedidos por semana que se está dispuesto a consumir. ( $2.5 * 52 \text{ semana} = 130 \text{ anual}$ )

El precio promedio del producto es de 6 soles

La fórmula para hallar la demanda es:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda Total

n = Número de personas de Chiclayo Provincia entre 18 a 60 años (180 752 consumidores)

p = Precio promedio (6 soles)

q = El consumo promedio por persona anual ( $2.5 * 52 \text{ semana} = 130 \text{ anual}$ )

Reemplazando:

$$Q = 180,752 * 6 * 130$$

$$Q = 140,986,560$$

Conclusión:

La demanda del mercado total es de 1,084,512 soles.

La demanda total anual es de 23,497,760 pedidos al año.

**Tabla 12 Cuadro de Mercado Total**

MERCADO TOTAL	Demanda anual en unidades	Demanda en Soles	
18 a 60 años / Provincia de Chiclayo	130	6	Año
180, 752	23, 497, 760	1, 084, 512	1

### 2.4.3. Cálculo de la Demanda del Mercado Potencial

Por medio de fuentes secundarias de información, se obtuvo los siguientes datos:

De acuerdo con el INEI en Provincia de Chiclayo existen 180 752 habitantes que tienen entre 18 a 60 años. El 82% según las encuestas realizadas son los que normalmente consumen alimentos saludables que son 134 517.

Por otro lado, se obtuvo información por fuentes primarias a través de la encuesta aplicada los consumidores directos:

El consumo promedio por persona es de 2-3 (2.5 el promedio) pedidos por semana que se está dispuesto a consumir. ( $2.5 * 52 \text{ semana} = 130 \text{ anual}$ )

El precio promedio del producto es de 6 soles

La fórmula para hallar la demanda es:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda Total

n = Número de personas de Chiclayo Provincia entre 18 a 60 años que si consumen alimentos saludables (134 517 consumidores)

p = Precio promedio (6 soles)

q = El consumo promedio por persona anual ( $2.5 * 52 \text{ semana} = 130 \text{ anual}$ )

Reemplazando:

$$Q = 134\,517 * 6 * 130$$

$$Q = 104,923,260$$

Conclusión:

La demanda del mercado total es de 18,179, 760 soles al año

La demanda total anual es de 3,029,960 pedidos al año.

**Tabla 13 Cuadro de Mercado Potencial**

MERCADO Potencial	Demanda anual en unidades	Demanda en Soles	Año
18 a 60 años / Provincia de Chiclayo	130	6	
134 517	17,487,210	807, 102	1

### **Cálculo de la Demanda del Mercado Meta**

Por medio de fuentes secundarias de información, se obtuvo los siguientes datos:

De acuerdo con el INEI en Provincia de Chiclayo existen 180 752 habitantes que tienen entre 18 a 60 años. El 82% según las encuestas realizadas son los que normalmente consumen alimentos saludables que son 134 517. Se abarcara el 15% (20, 177) del mercado potencial por la capacidad limitada del negocio.

Por otro lado, se obtuvo información por fuentes primarias a través de la encuesta aplicada los consumidores directos:

El consumo promedio por persona es de 2-3 (2.5 el promedio) pedidos por semana que se está dispuesto a consumir. (2.5 \* 4=10 mensual)

El precio promedio del producto es de 6 soles

La fórmula para hallar la demanda es:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda Total

n = Número de personas de Chiclayo Provincia entre 18 a 60 años que si consumen alimentos saludables (20, 177consumidores)

p = Precio promedio (6 soles)

q = El consumo promedio por persona anual (2.5 \* 52 semana=130 anual)

Reemplazando:

$$Q = 20, 177 * 6 * 10$$

$$Q = 1, 210, 620$$

$$Q = 44, 490 \text{ platos mensuales}$$

$$Q = 26, 694 \text{ soles mensual}$$

Conclusión:

La demanda del mercado total es de 320, 328 soles al año

La demanda total anual es de 533, 880 pedidos al año.

**Tabla 14 Cuadro de Mercado Meta u Objetivo**

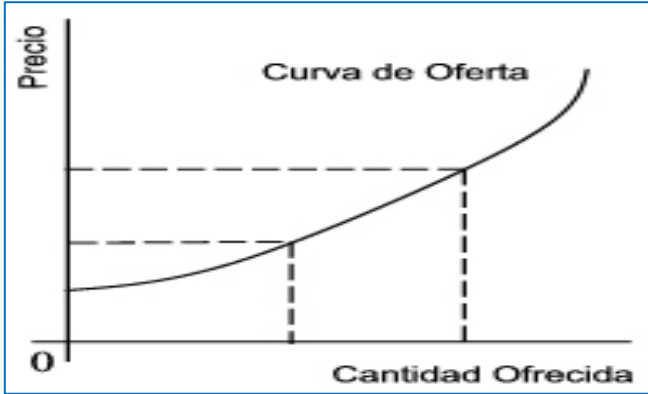
MERCADO META	Demanda anual en unidades	Demanda en Soles	
18 a 60 años / Provincia de Chiclayo (15%)	10	6	Año
20, 177	201, 770	121, 062	1

## 2.5. Estudio De La Oferta

Para Fisher L. y Espejo J. (2011), la oferta es: "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado" (p. 243).

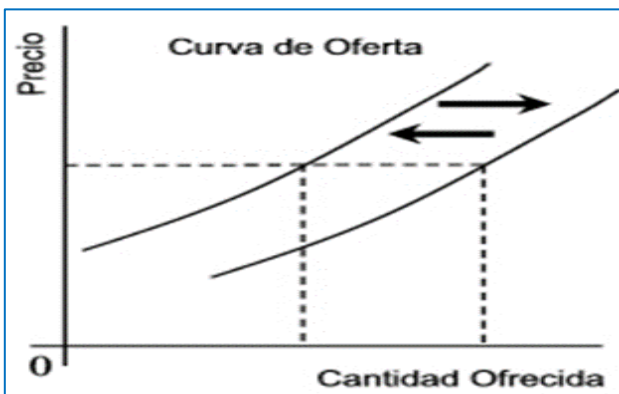
En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida (ver Figura).

En la curva puede verse que cuando el precio es muy bajo, ya no es rentable ofrecer ese producto o servicio en el mercado, por lo tanto, la cantidad ofrecida es 0.



**Figura 26 Curva de la oferta**

Existe desplazamiento de la curva si se producen modificaciones diferentes al precio como, por ejemplo, ofertas en los productos saludables; en este caso se produce un desplazamiento de la curva en sí y no sobre la curva). Es decir que al mismo precio habrá más o menos interesados en ofertar mayor o menor cantidad ofrecida en el mercado (Economía Web Site, 2009)-



**Figura 27 Desplazamiento de la curva de la oferta**

### 2.5.1 Oferta El Mercado Total

Considerando el déficit de la oferta como -15.5% y considerando los datos de la demanda total se tienen:

En nuestro MERCADO TOTAL existen 180, 752 y multiplicado por los 130 pedidos anuales, la demanda total es de 23, 497, 760 pedidos al año y teniendo en cuenta el déficit de -15.5% anual, la oferta de las empresas de consumo cenas es de 3,642, 152 pedidos al año.

**Tabla 15 Oferta en el Mercado Total**

<b>MERCADO TOTAL</b>	<b>180, 752</b>
PROMEDIO DE COMPRA ANUAL	130
DEMANDA TOTAL	23, 497, 760
OFERTA	19,855, 607
SOLES (PRECIO PROMEDIO)	755,915,500
DEFICIT DE OFERTA %	-15.5%

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

La oferta de las empresas de consumos de alimentos tarde-noche en el Mercado Total es de 19,855, 607 pedidos al año.

Considerando el déficit de la oferta como -15.5% y considerando los datos de la demanda total se tiene:

En nuestro MERCADO TOTAL existen 180, 752y multiplicado por los 130 pedidos anuales, la demanda total es de 23, 497, 760 pedidos al año y teniendo en cuenta el



déficit de -15.5% anual, la oferta de las empresas de decoraciones es de 19, 855, 607pedidos al año.

### 2.5.3 Oferta en el Mercado Potencial

Considerando el déficit de la oferta como -15.5 % y considerando los datos de la demanda potencial se tienen:

Tabla 16 *Oferta en el Mercado Potencial*

<b>MERCADO POTENCIAL</b>	<b>134 517</b>
<b>PROMEDIO DE COMPRA ANUAL</b>	130
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	17, 487, 210
<b>OFERTA</b>	14, 776, 692
<b>SOLES (PRECIO PROMEDIO)</b>	88,660,154
<b>DEFICIT DE OFERTA %</b>	-15.5%

**Fuente:** Elaboración Propia

Conclusión:

La oferta de las empresas de consumos de alimentos tarde-noche en el Mercado Potencial es de 14, 776, 692 pedidos al año.

### 2.5.3 Oferta en el Mercado Meta

Considerando el déficit de la oferta como -15.5 % y considerando los datos de la demanda potencial se tienen:

Tabla 17 *Oferta en el Mercado META*

<b>MERCADO META</b>	<b>20, 177</b>
<b>PROMEDIO DE COMPRA ANUAL</b>	130
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	2, 623, 010
<b>OFERTA</b>	2, 216, 443
<b>SOLES (PRECIO PROMEDIO)</b>	13, 298, 660
<b>DEFICIT DE OFERTA %</b>	-15.5%

**Fuente:** Elaboración Propia

Conclusión:

La oferta de las empresas de consumos de alimentos tarde-noche en el Mercado Meta es de 2, 216, 443 pedidos al año.

“DIS-FRUTA “consiste en ofrecer el servicio de saludable con un valor agregado que vendría a ser la presentación del producto a ofrecer y su diseño del establecimiento .El proyecto consiste en ofrecer comida saludable con características de calidad a la hora indicada por el cliente y con la variedad que a él más le guste, siendo esto conveniente para cualquier persona que trabaja o estudia y no se abastece con los horarios y no quiere descuidar su alimentación.

El Servicio: La administración del elemento servicio incluye la planeación y desarrollo de estrategias que consigan satisfacer las expectativas de los clientes. Para esto se usara toda la información actualizada acerca de las tendencias en este campo, adecuándolas a las necesidades que encontremos en nuestro mercado objetivo.

Presentación: Los empaques y depósitos donde se ofertara la comida saludable serán de un material adecuado para alimentos y bebidas con diseños propios de la empresa fuera de lo común y con el logo que nos identifica se repartirán en un caja térmica diseñado para ello.

La Distribución: La distribución que se empleara será indirecta, es decir que se llevara el servicio donde se tome el pedido que soliciten para lo cual se contara con el personal debidamente identificado y capacitado para desarrollar el servicio de delivery.

### **2.5.1. Competencia:**

#### **Competencia Directa:**

En la ubicación en donde queremos posicionar nuestro establecimiento de desayunos saludables no existe competencia directa, y los restaurantes cercanos dan prioridad a la venta de almuerzos, sin embargo también ofrecen desayunos pero no son dietéticos.

#### **Competencia Indirecta:**

Dentro de la competencia indirecta encontramos los diversos negocios que intervienen en el mercado y que al igual que nosotros buscan satisfacer las mismas necesidades, entre ellas tenemos:

- Café Colon
- Don Benny
- Restaurante El Boom
- Bar Restaurant Roma
- Kango
- Café 900
- D'pulpa
- Restaurante La Tía

## 2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

La fórmula para determinar la demanda insatisfecha es la siguiente

$$\text{Demanda Insatisfecha (anual)} = \text{Demanda (anual)} - \text{Oferta (anual)}$$

Luego reemplazando datos se tiene:

**Tabla 18** *Demanda Insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>2020</b>
<i>Demanda</i>	2, 623, 010
<i>Oferta</i>	2, 216, 443
<i>Demanda Insatisfecha</i>	406, 567

La demanda Insatisfecha par el año 2020 es de 406, 567 pedidos.

## 2.7. Proyecciones Y Provisiones Para Comercializar

**2.7.1. Oferta:** Nuestro servicio de delivery ofrecerá durante los primeros días como oferta de regalo un vale de 5 soles nuestros primeros consumidores.

**2.7.2. Pancartas:** Crearemos pancartas enormes con nuestra marca y donde promocionaremos nuestros platos mañaneros con la finalidad de que todas las personas que transiten por nuestro local logren apreciarlo.

**2.7.3. Volantes diseño de volante:** Estos se harán eventualmente con el único fin de seguir comunicando a nuestra ciudadanía chiclayana de las delicias que nuestros desayunos saludables.

**2.7.4. Publicidad vía Internet:** Se difundirá publicidad por las redes sociales para posicionarnos en el mercado chiclayano.

## **2.8. Descripción De La Política Comercial**

### **2.8.1 Decisiones Sobre Precio:**

La estrategia de precios del servicio de comida saludable se basa en los resultados de la investigación por encuesta y en la percepción de valor que a partir de la prueba de producto se generó en los consumidores potenciales.

### **2.8.2 Política de Precios:**

Objetivos de la empresa.

Costos de pedidos y de servicio.

La demanda.

La competencia.

### **2.8.3 Decisiones Sobre Plaza.**

- **Cobertura de mercado:** La captación de las personas entre 18-60 años que en su mayoría suelen despertar muy temprano ya sea por trabajo, estudios u algún otro motivo.
- **Canales de comercialización:** El canal de comercialización será directo ya que la preparación será en el establecimiento para el consumo inmediato de los clientes e indirecto (preparación – intermediario - consumidor), ya que el cliente tendrá que llamarnos para poder solicitar su pedido y posteriormente hacer el envío por medio de una persona encargada como intermediario (delivery).

- **Ubicación del negocio:** El establecimiento, estará ubicado en el Distrito de Chiclayo

## **2.9 Cuadro De La Demanda Proyectada Para El Negocio**

Para poder hallar la demanda proyectada para el negocio, se ha recopilado información en base a fuentes primarias y secundarias y se utilizó el método de mínimos cuadrados.

!

!

..

!

!

!

!

## **CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 Tamaño Del Negocio, Factores Determinantes**

#### ***3.1.1 Importancia De Definir El Tamaño Del Negocio***

Es de suma importancia en el seguimiento del plan de negocio en ir definiendo el tamaño del mismo fijándose en los datos que han sustraído del estudio de mercado, con la finalidad de proyectar el nivel de inversiones, costos y estimación de

rentabilidad que podría generar la implementación de nuestro negocio. Factores determinantes del tamaño del negocio.

Es importante mencionar los Factores que afectan el tamaño del proyecto que son los factores determinantes y condicionantes:



**Figura 28 Factores Determinantes**

**3.1.2 Importancia De Definir El Tamaño Del Negocio**

En el Estudio de Mercado, se identificó la demanda de mercado total, potencial y meta:

- Los 180, 752 consumidores directos del distrito de Chiclayo (mercado total = 23, 497, 760 consumo al año).
- Los 134 517 consumidores del distrito de Chiclayo (mercado potencial = 17, 487, 210 consumo al año).
- Los 20, 177 consumidores del distrito de Chiclayo (mercado meta = 2, 623, 010 pedidos al año).

**Tabla 19 Demanda efectiva como factor determinante del tamaño**

**Fuente: Elaboración Propia**

<b>VARIABLES</b>	<b>Demanda Total</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Demanda Meta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>N° de consumidores</b>	180, 752	134 517	20, 177	406, 567
<b>N° de consumo por mes</b>	10	10	10	10
<b>N° de platos por cada pedido</b>	1	1	1	1
<b>N° total de consumo al mes</b>	1,807,520	1,345,170	201, 770	4,065,670
<b>N° total de consumos al año</b>	23, 497, 760	17, 487, 210	2, 623, 010	
<b>N° total en Soles</b>	140,986,560	104,923,260	15,738,060	1,043,500

➤ ***Disponibilidad de insumos de materia prima***

Los insumos son la principal fuente de trabajo y por ello es de suma importancia elegir al detalle los proveedores que cumplan los estándares de calidad, principalmente los proveedores de alimentos cárnicos, lácteos, frutas y verduras, etc., que se requieran para cubrir la variedad de comida a ofrecer que es la saludable.

Los negocios ubicados en el Mercado Mochoqueque, Mercado Modelo, Supermercados y entre otros negocios de la ciudad de Chiclayo serán proveedores que nos abastecerá insumos perecibles como verduras y frutas al por mayor según la ocasión y costos de los mismos, lo cual en tanto a la disponibilidad de los insumos está garantizada en los distintos puntos mencionados sumando la cartera de confianza de los mismo con el transcurrir del tiempo.

➤ ***Tecnología y localización***



En la actualidad la tecnología es un factor imprescindible en cuanto a procesos se trata y, lo es más cuando están relacionados con temas de salud pública. La diferencia entre comida saludable y no saludable, más allá del nivel de grasa y de otros componentes, es el tratamiento en la cocción. La industria de alimentos o de la comida rápida saludable requiere inversiones en tecnología, diseño de productos, para su producción y comercialización. La tecnología necesaria para la producción o entrega de servicios de alimentos se puede encontrar con proveedores con costos competitivos. Se implementará el equipamiento necesario para brindar un soporte tecnológico para llevar un control interno de ventas mediante un software; por otro lado, y no menos importante es optimizar los procesos de producción, conservación y envasado contando con cámaras frigoríficas, conservadoras, hornos eléctricos, parrillas, cocinas de inducción, envases de alta calidad etc.

➤ **Recursos humanos**

**Tabla 20 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL**

*Fuente: Elaboración propia*

GERENTE GENERAL:

Es el principal dirigente, dirige y apoya los esfuerzos del equipo completo para brindar la experiencia inigualable esperada por el cliente, es el representante del negocio. El será quien reciba los reclamos o quejas de los clientes, proveedores, instituciones, etc.

CONTADOR:

Persona externa y temporal que se encarga de la contabilidad de la empresa.

RECEPCIONISTA:

Es el encargado(a) de dar la bienvenida al cliente, recibirlo con una cálida recepción, y

con una sonrisa; toma las reservaciones y pedidos.

**COCINERO:**

Es la persona responsable de la calidad, presentación y sazón de los alimentos, en él recae toda la responsabilidad de que un platillo le agrade o no al cliente; controla el Costo de alimentos, solicita y hace pedidos a proveedores, realiza los inventarios.

**AYUDANTE DE COCINA:**

Principal ayudante del cocinero para que se haga el proceso de preparación de los alimentos rápidamente.

**REPARTIDOR:**

Se encarga de llevar los pedidos a domicilio, algunas veces lo hacen en bicicleta, pero principalmente en motocicleta.

**Tabla 21 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL**

**Fuente: Elaboracion Propia**

<u>CARGO</u>	<u>REMUNRACION</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>REMUNERACION</u>	<u>SIS</u>	<u>VACACIONES</u>	<u>TOTAL</u>
	<u>MENSUAL</u>		<u>ANUAL</u>	<u>S/.15</u>	<u>15 DIAS ANUAL</u>	
<i>GERENTE GENERAL</i>	2000	1	24000	180	1000	25180
<i>CONTADOR</i>	300	1	6000	180	150	6330
<i>RECEPCIONISTA</i>	930	1	11160	180	465	11805
<i>COCINERO</i>	1500	1	18000	180	750	18930
<i>AYUDANTE DE COCINA</i>	930	1	11160	180	465	11805
<i>REPARTIDOR</i>	930	1	11160	180	465	11805
<b><u>TOTAL</u></b>						85855

## 3.2. Proceso Y Tecnología

### 3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

- Proceso de Producción de platos

Tabla 22 Proceso de Producción de platos

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS
Recepción de pedido	Recepción del pedido se realiza vía telefónica o por internet.	5 MIN	Recepcionista	Teléfono, computadora, lapicero.
Elaboración de pedido	El chef pre elabora los insumos para el trabajo.	10 MIN	COCINERO	Insumos para elaboración de los platos.
Acabado del plato	El cocinero acaba todo el proceso de elaboración del producto.	5 MIN	COCINERO	Cocina, sartén, ollas,etc.
Armado del plato	El chef embala el producto para el envío inmediato.	5 MIN	COCINERO	Platos, cubiertos, vasos etc <b>(Presencial)</b> Tapers, bolsas, etc. <b>(Delivery)</b>

<b>Entrega del pedido</b>	El responsable de la entrega del pedido lleva al lugar correspondiente sin demoras.	5 MIN	Repartidor	Mesa ( <b>presencial</b> ) Movilidad ( <b>delivery</b> ).
---------------------------	---	-------	------------	--

- **Proceso de Compras y Almacén**

**Tabla 23 Proceso de Compras y Almacén**

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO	RECURSOS
Elaboración del pedido	Verificar detalladamente la materia prima existente y lo que falta. Se realizara el listado de los insumos que se requieres.	30 MIN	Cardex, hoja de pedido
Recepción de la materia prima	Se recibirá la materia prima teniendo en cuenta los pasos que seguirán. La adecuada recepción de insumos que esta detallado en el manual BPM.	Tiempo que se requiera	Cardex, hoja de pedido
Acabado del plato	El cocinero acaba todo el proceso de elaboración del producto.	5 MIN	Bolsas, tapers, estantes, congelador, cocina
Almacenamiento de la Materia Prima	Después de haber recepcionado y supervisado todos los insumos se procederá a seleccionar, etiquetar y ubicar en sus sitios establecidos.	1-1:30 hora	Platos, vasos, jarras o tapers, bolsas, botellas
Porcionamiento de los insumos	Se procederá a realizar el porcionamiento de los insumos que se utilizara para facilitar tanto el almacenamiento como la producción y elaboración de alimentos nutritivos.	5 MIN	Recetas, listas, cubiertos, jarras, vasos o para delivery las bolsas, balanza, bols, tapers, tablas, cuchillos, plásticos

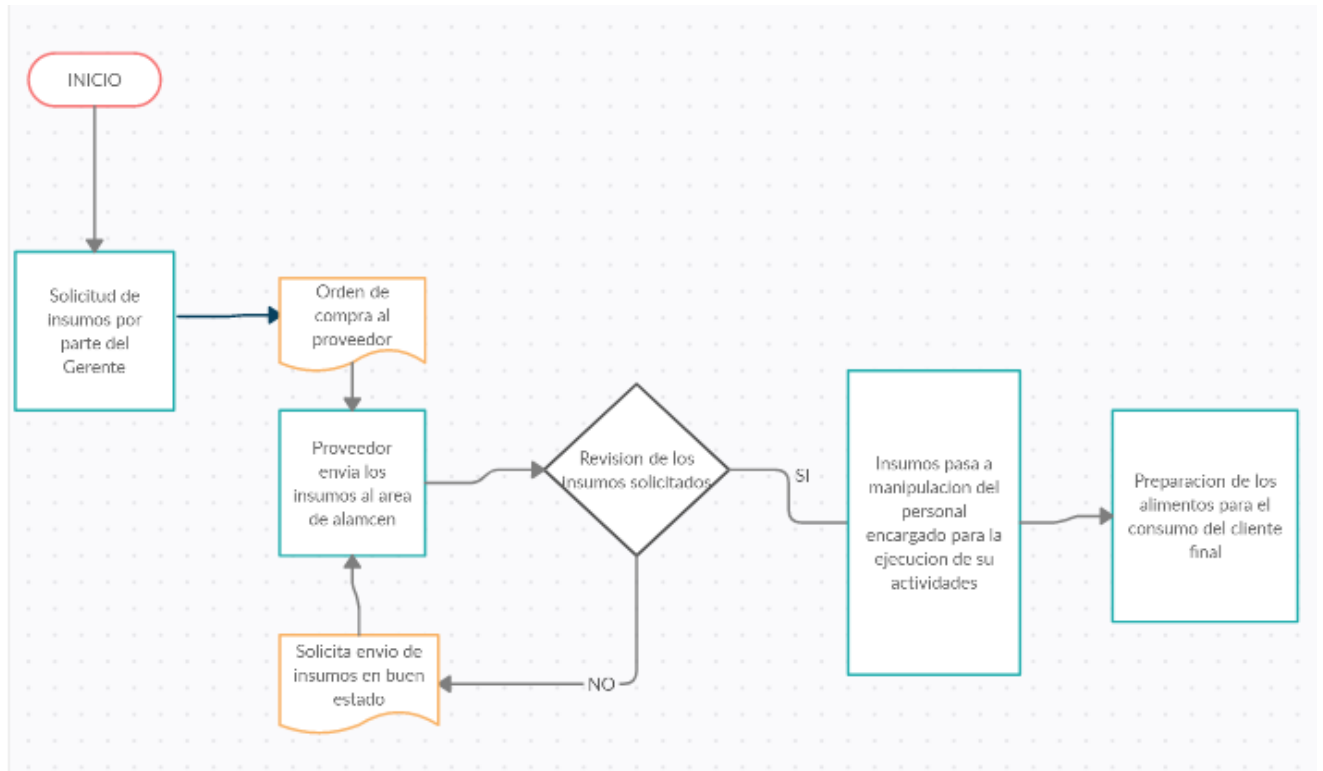
- **Proceso de Limpieza y Mantenimiento**

**Tabla 24 Proceso de Limpieza y Mantenimiento**

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO	RECURSOS
Recepción de pedido	Una vez terminado el servicio hacia el cliente, se procederá al lavado y desinfectado de los utensilios que se emplean para el servicio así como guardar los equipos y utensilios limpios. Para la adecuada limpieza y mantenimiento	30 MIN	Utilización del personal de los productos de limpieza para su desinfección y organización

<b>Elaboración del pedido</b>	Limpiar y organizar tanto los utensilios como de las diferentes áreas de servicio, primero limpiar y desinfectar luego, acomodarlos correctamente.	20 A 30 MIN	Escobas, Esponjas, Desinfectantes
-------------------------------	--	-------------	-----------------------------------

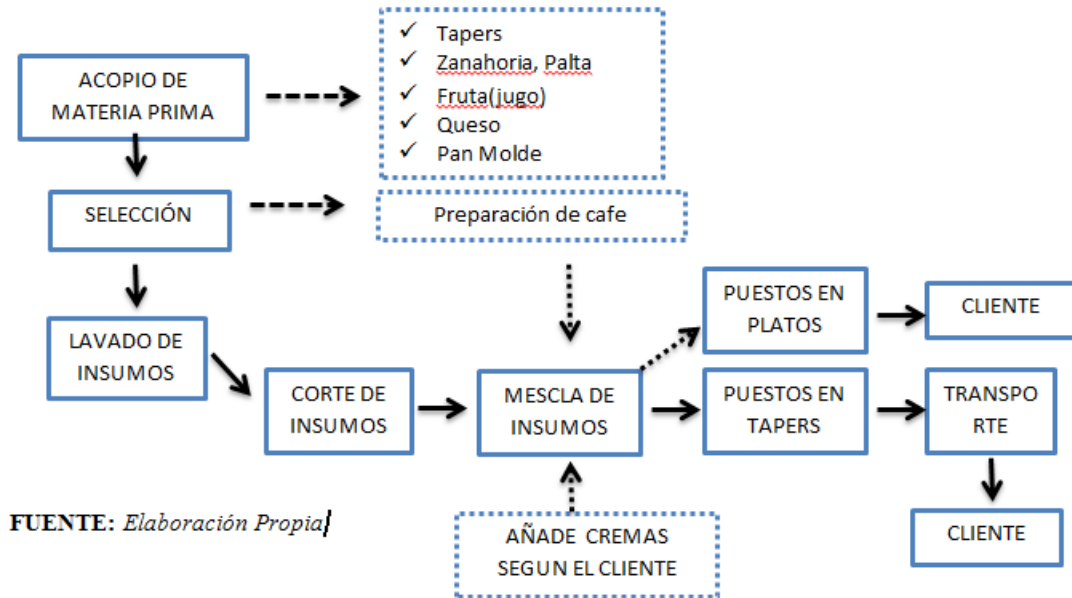
➤ **FLUJOGRAMA GENERAL**



**Figura 29 FLUJOGRAMA GENERAL**

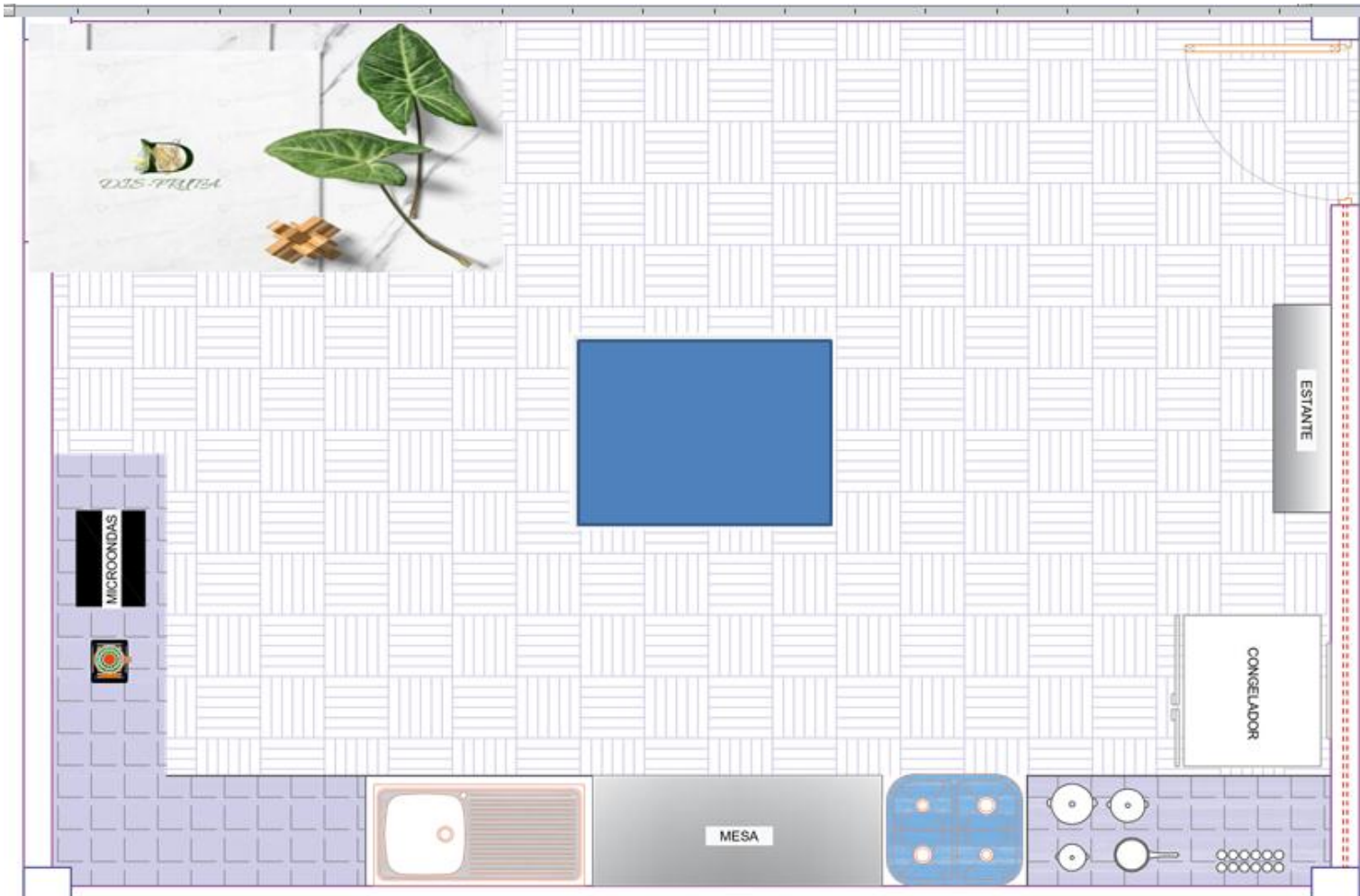
**FUENTE:** Elaboración propia mediante programa Bizagi

➤ **DIAGRAMA ESPECÍFICO**



**Figura 30** DIAGRAMA ESPECÍFICO

**3.2.2. Capacidad instalada y operativa**





### 3.2.3. Cuadro De Requerimientos De Bienes De Capital, Personal E Insumos

#### Necesidades de recursos:

**Tabla 25** Materia prima

**Fuente:** Elaboración propia

MATERIA PRIMA	CANTIDADES	UNIDAD DE COMPRA
Leche evaporada	30	latas
Azucar	1	saco
Pan de molde integral		gr
Tostadas integrales	20	bolsas
Huevo	1	jaba
Limon	1	cajon
Hielo	1	kilos
Naranja	10	kilos
Fresas	5	kilos
Café	10	bolsas
Crema de leche	1	litro
Piña Hawaiana		kg
Sal fina	2	kilos
MATERIA PRIMA	CANTIDADES	UNIDAD DE COMPRA
Papaya		Caja (5 o 6 uni)
Plátano		kg
Melón		5 uni
Manzana Israel		caja
Arándanos		kg
Aguaymanto		kg
Kiwi		kg
Sandía		kg
Uva Italia c/pepa		kg
Mandarina		kg
Lima		kg
Maíz morado		kg
Pollo		kg
Pan de molde blanco s/bordes		gr

Pan de molde con semillas		gr
Lechuga		kg
Tomate		kg
Queso fresco		kg
Palta		kg
Jamonada especial		kg
cremas bajo en grasa		litro

**Tabla 26 Maquinaria y equipo**

Fuente: Elaboración propia

ZONA	NOMBRE	CANT	DESCRIPCION
ALMACEN	Laptop		Laptop Intel 5i
	Estantes		Metálico En Angulo Ranurado - 40 Kg x bandeja.
	Mesas		Acero dos niveles con respaldar de 2 niveles espesor 1.2mm medidas de 1.10 x 60 cm.
	Congelador		Coldex CH10 271 lt
	Balanza electronica		Balanza de mesa. Marca torreyexcell e-accura, electrónica, digital, capacidad hasta 50 kilos.
ALCOCINA	Cocina		Mabe TX0-0PE 4 Quemadores.
	Licadoras		Semi industrial: Marca Oster, vaso de vidrio, cap. 5 litros, acople metálico, reversible, cuchilla pica hielo de acero inoxidable 600 watts, 6 cuchillas aspa.
	Cuchillo		Chef N° 8 de acero inoxidable, Office o torneador.
	Colador para jugos		Doble Malla de Acero Inoxidable
	Jarra		Calibrada y con cap. 1 y 3 litros, material: plástico y vidrio.
	Tablas de picar		Reversible Catskill Craftsmen Serie PRO 61x46
	Lavaderos		Penta ancho 43 cm y largo 78 cm
	Horno microondas		Marca Samsung, digital con dorador, capacidad 32 lts, panel digital en español.
	Cucharones		de acero y de madera
	Bols		Juego de Bols de Acero Inoxidable
	Ollas		Juego de Ollas KitchenAid de 10 de Acero Inoxidable
AL ATENCION CLIENTE	Cajas térmicas		CA 133/R Conservadora extra grande de 45 x 26x37 de alto, Cap 43,200 LTS.
	Vasos		Descartables con tapa domo, modelo 12 oz, caja de 400 unidades. (vidrio y biodegradable)
	Cubiertos		Cucharas metálicas reforzada
	Servilletas		De papel
LIMPIEZA	Escoba		De polyester
	Recogedor		De plástico

Esponjas	De nylon
Mascarillas	KN95
Alcohol	75°
Desinfectantes	Tanto de limpieza de pisos, mesas, sillas, cocina, etc

## Tabla 27 Mano de obra

**Fuente: Elaboración propia**

### **CONTADOR:**

Persona externa y temporal que se encarga de la contabilidad de la empresa.

### **RECEPCIONISTA:**

Es el encargado(a) de dar la bienvenida al cliente, recibirlo con una cálida recepción, y con una sonrisa; toma las reservaciones y pedidos.

### **COCINERO:**

Es la persona responsable de la calidad, presentación y sazón de los alimentos, en él recae toda la responsabilidad de que un platillo le agrade o no al cliente; controla el Costo de alimentos, solicita y hace pedidos a proveedores, realiza los inventarios.

### **AYUDANTE DE COCINA:**

Principal ayudante del cocinero para que se haga el proceso de preparación de los alimentos rápidamente.

### **REPARTIDOR:**

Se encarga de llevar los pedidos a domicilio, algunas veces lo hacen en bicicleta, pero principalmente en motocicleta.

## **3.2.4. Infraestructura Y Características Físicas**

### 3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

El establecimiento, estará ubicado en el Distrito de Chiclayo.

#### 3.3.1. Macro localización:

La macro localización del negocio se define como el área extensa, el negocio está ubicado en el distrito de Chiclayo, Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque.



**Figura 31 Ubicación Geográfica Chiclayo**

**FUENTE:** Municipalidad de Chiclayo

**Tabla 28 CUADRO DE ENFRENTAMIENTOS**

Fuente: Elaboración propia

Factor	Localización del mercado de consumo	Fuentes de materias primas	Disponibilidad de mano de obra	Infraestructura	Facilidades de transporte	Conteo	Ponderación
Localización del mercado de consumo		1	1	1	1	4	33%
Fuentes de	1		1	0	1	3	25%

<b>materias primas</b>							
<b>Disponibilidad de mano de obra</b>	0	0		1	1	2	17%
<b>Infraestructura</b>	0	0	1		0	1	8%
<b>Facilidades de transporte</b>	1	1	0	0		2	17%
<b>TOTAL</b>						<b>12</b>	<b>100%</b>

**Tabla 29 MACROLOCALIZACIÓN**

**Fuente:** Elaboración propia

MACROLOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO	CHICLAYO		PIURA		TRUJILLO	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
<b>Localización del mercado de consumo</b>	33	9	300	8	267	8	267
<b>Fuentes de materias primas</b>	25	9	225	9	225	8	200
<b>Disponibilidad de mano de obra</b>	17	7	117	5	83	5	83
<b>Infraestructura</b>	8	8	67	1	8	1	8
<b>Facilidades de transporte</b>	17	9	150	3	50	4	67
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>858</b>		<b>633</b>		<b>625</b>

### **3.3.2. Micro localización:** En el Distrito de Chiclayo

#### **Factores de localización:**

De acuerdo a la zona establecida podemos afirmar que nuestro establecimiento es accesible y céntrica para nuestro Mercado Objetivo, así mismo también se encuentra bien ubicado para el alcance de nuestra Materia Prima, lo cual permite que las actividades fluyan sin contratiempo por lo tanto se podrá brindar servicios eficiente y de calidad.

#### **Método de localización.**

El método de localización permite ponderar factores de preferencia y así mismo tomar la decisión más adecuada. Por lo tanto entre los factores que tenemos hemos optado por el Método del Ranking de Factores.

#### **Método del Ranking de Factores**

Este método es también llamado método cualitativo por puntos, que consiste en identificar los factores de localización relevantes para el negocio ya que luego se le va a establecer pesos correspondientes a cada factor en función a su importancia e incidencia en el proyecto, considerando una base de 100.

Por otro lado se considera también dar una escala de valor o de puntuación de factores siendo el menor número la más deficiente evaluación del factor y el mayor número la más alta puntuación. Esta escala de valor debe tomar en cuenta las características de cada alternativa de localización.

**Tabla 30 Cuadro de Enfrentamientos**

Fuente: Elaboración propia

Factor	Cercanía al mercado objetivo	Zona muy transitoria	Facilidad de comunicación	Visibilidad del local	Competidores cercanos	Seguridad	Conteo	Ponderación
Cercanía al mercado objetivo	1	1	1	1	1	1	5	26%
Zona muy transitoria	0	1	0	1	1	0	2	11%
Facilidad de comunicaciones	1	1	1	1	1	0	4	21%
Visibilidad del local	0	1	0	1	1	0	2	11%
Competidores cercanos	0	0	0	1	1	1	2	11%
Seguridad	1	1	1	1	0	1	4	21%
<b>TOTAL</b>							19	100%

**Tabla 31 Cuadro de escala de valores**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro de escala de valores	
Excelente	10

Muy bueno	9 - 8
Bueno	7 - 6
Regular	5 - 4
Deficiente	1 - 3

**Tabla 32 MICROLOCALIZACIÓN**

**Fuente:** Elaboración propia

MICROLOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO	Calle Tarata 390		Ca. Francisco Cabrera y Colon		Av. Vicente la vega y Alfonso Ugarte	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
Cercanía al mercado objetivo	26.32	9	237	8	211	6	158
Zona muy transitoria	10.53	9	95	10	105	7	74
Facilidad de comunicaciones	21.05	8	168	5	105	4	84
Visibilidad del local	10.53	7	74	3	32	5	53
Competidores cercanos	10.53	9	95	2	21	3	32
Seguridad	21.05	8	168	4	84	2	42



Total	100.00	837	558	442
-------	--------	-----	-----	-----

**Interpretación:** Como se puede observar en el cuadro de micro localización en el cual indica que la zona de Calle Tarata 390, es la que cumple positivamente con los factores que se han pautado. Por lo tanto es aquella que se escoge para implantar el establecimiento de “DIS-FRUTA”.

## **CAPITULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO**

### **4.1. Inversión Fija**

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. La inversión fija a su vez, se clasifican en inversión fija tangible e inversión fija intangible.

#### **4.1.1. Inversión Tangible**

Los activos fijos son la inversión fija tangible, vienen a ser el terreno, las edificaciones, las maquinarias y equipos, los muebles y enseres, vehículos, entre otros.

Para adquirir los activos fijos, deben considerarse una serie de criterios, como por ejemplo: verificar el precio de mercado, del activo o de un activo similar como referente.

Para bienes como terrenos y edificios se podrá mandar a valorizar por un perito.

Con respecto a las maquinarias y equipos, hay que evaluar las propuestas de los proveedores, considerando la calidad del bien, sus costos de mantenimiento, el tiempo de obsolescencia, el valor de reventa, entre otros. Asimismo, debe considerarse el costo de la instalación y flete.

<b>MATERIALES</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MONTO</b>	<b>TOTAL</b>
Estantes	2	77.00	154.00
Mesas	6	90.00	540.00
Congelador	2	1200.00	2400.00
Balanza electronica	1	80.00	80.00
Tv	1	1300.00	1300.00
Sillas	18	30.00	540.00
Cocina	1	1100.00	1100.00
Licadoras	2	150.00	300.00
Cuchillo	5	20.00	100.00
Colador para jugos	5	10.00	50.00
Jarra	5	15.00	75.00
Tablas de picar	3	15.00	45.00
Lavaderos	2	100.00	200.00
Horno microondas	2	250.00	500.00
Cucharones	10	8.00	80.00
Bols	10	15.00	150.00
Ollas	4	30.00	120.00
Cajas termicas	2	70.00	140.00
Escoba	2	15.00	30.00
Recogedor	2	10.00	20.00
<b>TOTAL</b>			<b>7924.00</b>

DEPRECIACION				
MATERIALES	COSTO	VALOR DE	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Estantes	154.00	20.00	5	26.80
Mesas	540.00	60.00	5	96.00
Congelador	2400.00	260.00	5	428.00
Balanza electronica	80.00	10.00	5	14.00
Tv	1300.00	110.00		
Sillas	540.00	90.00		
Cocina	1100.00	80.00	5	204.00
Licudoras	300.00	30.00	5	54.00
Cuchillo	100.00	0.00	5	20.00
Colador para jugos	50.00	0.00	5	10.00
Jarra	75.00	0.00	5	15.00
Tablas de picar	45.00	0.00	5	9.00
Lavaderos	200.00	10.00	5	38.00
Horno microondas	500.00	80.00	5	84.00
Cucharones	80.00	0.00	5	16.00
Bols	150.00	0.00	5	30.00
Ollas	120.00	0.00	5	24.00
Cajas termicas	140.00	0.00	5	28.00
Escoba	30.00	0.00	5	6.00
Recogedor	10.00	0.00	5	2.00
<b>TOTAL anual</b>				<b>1104.80</b>
<b>TOTAL mensual</b>				<b>92.07</b>
MATERIALES	COSTO	VALOR DE	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Laptop	1800.00	80.00	4	430.00
<b>TOTAL mensual</b>				<b>35.83</b>
Moto	3600	500	5	620
OTROS INGRESOS	TOTAL			
Valor de desecho	1330.00			

#### 4.1.2. Inversión Intangible

La inversión fija intangible está constituida básicamente por todos aquellos gastos pre operativos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Estos gastos son, entre otros, los siguientes: gastos de constitución, de registro de marcas y patentes, de obtención de licencias, intereses pre operativo, legalización de libros contables, jefe de proyecto, etc. Se registran como gastos pre operativo, activándose en el balance de apertura del proyecto, para luego poder pasar como gasto cuando el proyecto comienza a operar.

<b>Activos intangibles:</b>	
<b>Marca</b>	1300
<b>Logo</b>	800
<b>Permisos</b>	550
<b>Estudios plan de negocios</b>	400
	3050

## 4.2. Capital de Trabajo

COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS													
CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>2,513.10</b>	<b>30,157.20</b>
* Materia Prima	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	1,313.10	15,757.20
* Mano de Obra	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	14,400.00
<b>COSTO INDIRECTO</b>	<b>713.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>703.52</b>	<b>8,452.20</b>
* Material Indirecto	110.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,210.00
* Costo General de Fabricacion	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	7,242.20
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>3,226.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>3,216.62</b>	<b>38,609.40</b>
<b>GASTOS</b>													
CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
Gasto administrativo	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	19,800.00
Gasto de Ventas	1462.00	1500.00	1550.00	1450.00	1550.00	1550.00	1550.00	1450.00	1550.00	1550.00	1450.00	1550.00	18,212.00
Gastos Financieros	81.60	78.58	75.53	72.45	69.34	66.20	63.02	59.82	56.58	53.30	50.00	46.66	773.08
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>3193.60</b>	<b>3278.58</b>	<b>3275.53</b>	<b>3172.45</b>	<b>3269.34</b>	<b>3266.20</b>	<b>3263.02</b>	<b>3159.82</b>	<b>3256.58</b>	<b>3253.30</b>	<b>3150.00</b>	<b>3246.66</b>	<b>38,785.08</b>

CAPITAL DE TRABAJO	3,210.11
Costos	1,613.31
Gastos	1,596.80
<b>TOTAL</b>	

## 4.3. Inversión Total

CONCEPTO	SOLES
<b>ACTIVOS</b>	<b>9,571.00</b>
Activo Intangible	3,050.00
Activo Tangible	6,521.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>5,905.11</b>
Costos	4,308.31
Gastos	1,596.80
<b>TOTAL</b>	

#### 4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

CONCEPTO	SOLES
<b>ACTIVOS</b>	<b>9,571.00</b>
Activo Intangible	3,050.00
Activo Tangible	6,521.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>5,905.11</b>
Costos	4,308.31
Gastos	1,596.80
<b>TOTAL</b>	

#### 4.5. Fuentes Financieras

Fuentes financieras a utilizar es de préstamos familiares y ahorros

CONCEPTO	ACTIVOS	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	S/. 4 571	S/.245.81	S/. 4816.81
<b>PRÉSTAMOS</b>	S/. 5 000	S/. 3 000	S/. 8 000
<b>TOTAL</b>	S/. 9 571	S/. 3,245.81	S/. 12816.81

#### 4.6. Condiciones de Crédito

Se pagara un porcentaje por lo acontecido

PERIODO	PAGO PRINCIPAL	INTERES	CUOTA	SALDO O NUEVA DEUDA
				8000
1	295.8889	81.6	377.4889	7704.1111
2	298.9070	78.58193322	377.4889	7405.204133
3	301.9558	75.53308216	377.4889	7103.248315
4	305.0358	72.45313282	377.4889	6798.212548
5	308.1471	69.34176799	377.4889	6490.065416
6	311.2902	66.19866725	377.4889	6178.775183
7	314.4654	63.02350687	377.4889	5864.30979
8	317.6729	59.81595986	377.4889	5546.63685
9	320.9132	56.57569587	377.4889	5225.723646
10	324.1865	53.30238119	377.4889	4901.537127
11	327.4932	49.9956787	377.4889	4574.043906
12	330.8337	46.65524784	377.4889	4243.210254
13	334.2082	43.28074459	377.4889	3909.002098
14	337.6171	39.8718214	377.4889	3571.38502
15	341.0608	36.4281272	377.4889	3230.324247
16	344.5396	32.94930732	377.4889	2885.784654
17	348.0539	29.43500347	377.4889	2537.730758
18	351.6040	25.88485373	377.4889	2186.126711
19	355.1904	22.29849246	377.4889	1830.936304
20	358.8133	18.6755503	377.4889	1472.122954
21	362.4732	15.01565413	377.4889	1109.649708
22	366.1705	11.31842703	377.4889	743.4792354
23	369.9054	7.583488201	377.4889	373.5738236
24	373.6784	3.810453001	377.4889	-0.1046
<b>TOTAL</b>	<b>8000.104623</b>	<b>1059.628977</b>	<b>9059.7336</b>	<b>103885.0892</b>

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

### 5.1. Presupuesto de los costos

COSTOS DE OPERACION	Costo del producto a vender	COSTO TOTAL DE LA EMPRESA
	Costo de mano de obra directa	
	Costo de combustible	
	Costo de materiales indirectos	
	Costo de alquiler de local	
COSTO DE ADMINISTRAR	Remuneraciones	
	Útiles de oficina y papelería	
	Pago de servicios básicos	
COSTO DE VENTA	Remuneración	
	Gastos de promoción y movilidad	
	Gastos de cobranzas	
COSTO FINANCIERO	Pago de intereses	

#### 1. Costos directos

- **Materia Prima**

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE COMPRA	COSTO DE UNIDAD DE COMPRA	COSTO TOTAL MENSUAL
Leche evaporada	30	latas	2.50	75.00
Azucar	1	saco	98.00	98.00
Pan de molde integral	20	bolsa	7.20	144.00
Tostadas integrales	20	bolsas	9.00	180.00
Huevo	5	jaba	20.00	100.00
Limon	3	cajon	30.00	90.00
Hielo	20	kilos	2.00	40.00
Naranja	10	kilos	2.00	20.00
Fresas	5	kilos	4.00	20.00
Café	10	bolsas	15.00	150.00
Crema de leche	3	litro	18.00	54.00
Piña Hawaiana	10	kg	3.00	30.00
Sal fina	2	kilos	1.20	2.40

Papaya	3	Caja (5 o 6 uni)	30.00	90.00
Plátano	20	kg	2.39	47.80
Melón	10	5 uni	2.38	23.80
Manzana Israel	3	caja	4.00	12.00
Arándanos	4	kg	7.00	28.00
Aguaymanto	4	kg	7.00	28.00
Kiwi	4	kg	7.54	30.16
Sandía	8	kg	2.00	16.00
Uva Italia c/pepa	8	kg	5.00	40.00
Mandarina	8	kg	3.50	28.00
Lima	10	kg	3.38	33.80
Maíz morado	15	kg	1.93	28.95
Pollo	30	kg	5.25	157.50
Pan de molde blanco s/bordes	20	gr	11.99	239.80
Pan de molde con semillas	15	gr	9.99	149.85
Lechuga	15	kg	2.34	35.10
Tomate	30	kg	1.21	36.30
Queso fresco	20	kg	29.00	580.00
Palta	15	kg	8.00	120.00
Jamonada especial	2	kg	20.00	40.00
cremas bajo en grasa	10	litro	5.00	50.00
<b>TOTAL</b>				<b>2818.46</b>

- **Insumos**

**\* INSUMOS**

NOMBRE	CANTIDAD	UNIDAD DE COMPRA	MONTO	TOTAL
Vasos	1	caja	32.00	32.00
Cubiertos	1	caja	91.00	91.00
Cubiertos Descartables	8	bolsas	15.00	120.00
Servilletas	10	bolsas	1.00	10.00
<b>TOTAL</b>				<b>253.00</b>

- **Mano de Obra**



\* MANO DE OBRA

PUESTO	SUELDO MENSUAL
--------	----------------

RECEPCIONISTA	930
COCINERO	1500
AYUDANTE DE COCINA	930
REPARTIDOR	930
<b>TOTAL</b>	<b>4290</b>

**2. Costos indirectos**

- **Material Indirecto**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
<b>Repuestos</b>				<b>75.00</b>
* Grifos	Unid.	1	15.00	15.00
* Hornillas	Unid.	2	30.00	60.00
Gas	balón	1	35.00	<b>35.00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>110.00</b>

- **Costo General de Fabricación**

\* COSTO GENERAL DE FABRICACION

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Mantenimiento	mes	50.00
Alquiler	mes	1200.00
Depreciacion	mes	92.07
<b>TOTAL</b>		<b>1342.07</b>

**3. Gastos**

- **Gastos Administrativos**

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO TOTAL
<b>Gerente General</b>	mes	750.00
<b>Administrador</b>	mes	750.00
<b>Suministros</b>		
* Útiles de escritorio	mes	45.00
<b>Internet + Fijo</b>	mes	70.00

<b>Celular</b>	mes	35.00
<b>Laptop (Depreciación)</b>	mes	23.33
<b>TOTAL</b>		<b>1650.00</b>

• **Gastos de Ventas**

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC
<b>Repartidor</b>	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
<b>Alquiler de moto</b>	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
<b>Boletas y/o Facturas</b>	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
<b>Publicidad</b>												
<b>* Spot tv</b>	-	-	150.00	-	-	150.00	-	-	-	150.00	-	-
<b>* Spot radio</b>	50.00	-	-	50.00	-	-	-	50.00	-	-	50.00	-
<b>* Volantes</b>	-	150.00	-	-	150.00	-	150.00	-	150.00	-	-	-
<b>* Tarjetas de presentación</b>	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1,462</b>	<b>1,550</b>	<b>1,550</b>	<b>1,450</b>	<b>1,550</b>	<b>1,550</b>	<b>1,550</b>	<b>1,450</b>	<b>1,550</b>	<b>1,550</b>	<b>1,450</b>	<b>1,450</b>

## 5.2. Punto de equilibrio

## 5.3. Estado de ganancias y perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS		
Del 01 de Enero al 31 de diciembre del 2020		
INGRESOS -	S/.	234,480.00
COSTO DE VENTAS	S/.	38,609.40
<b>UTILIDAD BRUTA -</b>	<b>S/.</b>	<b>195,870.60</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS -	S/.	19,800.00
GASTOS DE MERCADO Y VENTAS	S/.	18,212.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA +</b>	<b>S/.</b>	<b>157,858.60</b>
OTROS INGRESOS -	S/.	-
OTROS EGRESOS(INTERES)	S/.	1,840.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO -</b>	<b>S/.</b>	<b>156,018.60</b>
IMPUESTO A LA RENTA (30%)	S/.	46,805.58
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/.</b>	<b>109,213.02</b>

## 5.4. Presupuesto de ingresos

### RESUMEN DE PRESUPUESTO

- **Costos Directos e Indirectos**

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS
<b>COSTO DIRECTO</b>	2513.10	2513.10	2513.10	2513.10	2513.10	2513.10	2513.10	2513.10
* Materia Prima	1313.10	1313.10	1313.10	1313.10	1313.10	1313.10	1313.10	1313.10
* Mano de Obra	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
<b>COSTO INDIRECTO</b>	713.52	703.52	703.52	703.52	703.52	703.52	703.52	703.52
* Material Indirecto	110.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
* Costo General de Fabricación	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52	603.52
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>3226.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>	<b>3216.62</b>

## 5.5. Presupuesto de egresos

### Gastos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV
Administrativo	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00	1650.00
Costos	1462.00	1550.00	1550.00	1450.00	1550.00	1550.00	1550.00	1450.00	1550.00	1550.00	1450.00
Financieros	153.00	147.34	141.62	135.85	130.02	124.12	118.17	112.16	106.08	99.94	93.75
<b>COSTOS</b>	<b>3265.00</b>	<b>3347.34</b>	<b>3341.62</b>	<b>3235.85</b>	<b>3330.02</b>	<b>3324.12</b>	<b>3318.17</b>	<b>3212.16</b>	<b>3306.08</b>	<b>3299.94</b>	<b>3197.50</b>

## 5.6. Flujo de Caja proyectado

	Año 2020
<b>Ingresos</b>	S/. 1,008,480.00
<b>Egresos</b>	S/. 75,411.40
Compra de Materia Prima	S/. 15,757.20
Mano de Obra Directa	S/. 14,400.00
Costos Indirectos de Fabricación	S/. 7,242.20
Gastos de Administración	S/. 19,800.00
Gastos de Ventas	S/. 18,212.00
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	S/. 933,068.60
<b>Impuestos 30%</b>	S/. 279,920.58
<b>Utilidad despues de Impuestos</b>	S/. 653,148.02
Depreciación	S/. 642.20
<b>Flujos Operativos</b>	<b>S/. 652,505.82</b>
<b>Préstamo</b>	
<b>Pago de cuota</b>	S/. 10,176.46
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>S/. 642,329.36</b>

## 5.7. Balance general

ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja y Bancos	216,024	Préstamo bancario	386,400
<b>Total, Activo Corriente</b>	<b>216,024</b>	<b>Total, pasivo</b>	<b>386,400</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
Maquinaria y equipo	390,850	<b>PATRIMONIO</b>	

Muebles y enseres	2,150	Capital Social	252,071
Activos Intangibles	29,447		
<b>Total, Activo No Corriente</b>	<b>422,447</b>	<b>Total, patrimonio</b>	<b>252,071</b>
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>638,471</b>	<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>638,471</b>

Elaboración propia.

## VI. EVALUACIÓN

### 6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar la evaluación económica del plan de negocio, se utilizarán los siguientes parámetros: El valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (B-C) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI).

#### 6.1.1 Valor Actual Neto (VANE)

El VAN es uno de los criterios económicos más utilizados en la evaluación de proyectos de inversión, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y comparar esa equivalencia con el desembolso inicial.

Para su cálculo es preciso contar con una tasa de descuento o bien, con un factor de actualización al cual se le descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente. Con este método se define la aceptación o rechazo de un proyecto de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación:

- Si el VAN es  $< 0$ , se rechaza el proyecto.
- Si el VAN es  $= 0$ , el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es  $> 0$ , se acepta el proyecto.

Para el cálculo del VANE, es necesario contar con una tasa de descuento y que para este caso será el costo de oportunidad de capital (COK), el cual será estimado bajo la metodología del WACC.

El WACC es el Weighted Average Cost of Capital, por sus siglas en inglés, o coste medio ponderado del capital, el cual es un promedio ponderado del costo de la deuda y el costo del capital propio (equity), asumiendo que la empresa se financia mediante ambos tipos de fondos (deuda y capital propio) y es utilizado como tasa de descuento para valorar la empresa o proyecto de inversión mediante el método del descuento de flujos de caja esperados.

Para determinar el costo promedio de capital (WACC) a invertir en el negocio, se aplicará la siguiente formula:

$$WACC = Ke \left( \frac{P}{D + P} \right) + Kd (1 - TI) * \left( \frac{D}{D + P} \right)$$

Donde:

WACC =	Coste promedio ponderado del capital	
Ke =	Coste de los Fondos Propios	14.76%
Kd =	Coste de la Deuda Financiera	31.00%
E =	Fondos Propios	252,071
D =	Deuda Financiera	386,400
TI =	Tasa Impositiva	30.00%

$$WACC = ke * \frac{E}{E+D} + kd * (1 - T) * \frac{D}{E+D}$$

$$WACC = 14.76\% * \frac{252,070.84}{638,470.84} + 31.00\% * 70.00\% * \frac{386,400.00}{638,470.84}$$

$$WACC = 14.76\% * 0.394803995 + 0.217 * 0.60519601$$

$$WACC = 0.058267542 + 0.131327533$$

$$WACC = 18.96\%$$

Se tiene los siguientes datos:

Inversión inicial	638,470.84
WACC	18.96%

Tabla 54

*Valor Actual Neto Económico del plan de negocio (expresado en soles)*

AÑOS	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	-638,470.84	-	-
1	281,694.61	0.8406	236,798.74
2	306,547.81	0.7066	216,620.68
3	349,616.41	0.5940	207,679.84
4	398,553.01	0.4993	199,016.67
5	463,399.33	0.4198	194,517.92
Total			1,054,633.85
<b>VANE</b>			<b>S/. 416,163.01</b>

## 6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

### 6.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIRE)

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; es decir, la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) es igual a cero.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

Si la  $TIR <$  es menor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, se rechaza.

Si la  $TIR =$  a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto es indiferente.

Si la  $TIR >$  es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto se acepta.

La fórmula para hallar la TIR es la siguiente:

$$VAN = \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1 + TIR)^n} - I = 0$$

Donde:

$Q_n$  = es el flujo de caja en el periodo n.

$N$  = es el número de periodos

$I$  = es el valor de la inversión inicial

Se tiene los siguientes datos:

Inversión inicial = 638,470.84

CPK (WACC) = 18.96%

Tabla 55

*Tasa interna de retorno económico del plan de negocio*

<b>Años</b>	<b>Flujo de caja económico</b>
Año 0	-638,470.84
Año 1	281,694.61
Año 2	306,547.81
Año 3	349,616.41
Año 4	398,553.01
Año 5	463,399.33
<b>TIRE</b>	<b>43.07%</b>

Nota: Cifras expresadas en soles

Elaboración propia

De acuerdo con el resultado de la tabla 55, El TIRE (43.07%) es mayor a la tasa de descuento (18.96%) por lo tanto, el plan de negocio es rentable y se acepta el plan.

### 6.1.2 Relación Beneficio Costo (B - C)

La relación beneficio-costos es un indicador que señala la utilidad que se obtendrá con el costo que representa la inversión; es decir, que, por cada peso invertido, cuánto es lo que se gana.



Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

- Si la relación B/C es  $< 1$ , se rechaza el proyecto.
- Si la relación B/C es  $= 1$ , la decisión de invertir es indiferente.
- Si la relación B/C es  $> 1$ , se acepta el proyecto.

La fórmula para hallar el beneficio-costado del plan de negocio es el siguiente:

<b>Relación B/C =</b>	<b>Beneficios obtenidos</b>
	<b>Costos incurridos</b>

Se tienen los siguientes datos:

Inversión inicial = 638,470.84  
WACC = 18.96%

Tabla 56  
*Ingresos netos actualizados del plan de negocio*

<b>Años</b>	<b>Ingresos</b>	<b>FSA</b>	<b>Ingresos Netos Actualizados</b>
0			
1	1,560,000.00	0.84	1,311,370.59
2	1,716,000.00	0.71	1,212,603.92
3	1,887,600.00	0.59	1,121,275.92
4	2,076,360.00	0.50	1,036,826.34
5	2,283,996.00	0.42	958,737.14
			5,640,813.91

Tabla 57  
*Costos netos actualizados del plan de negocio*

<b>Años</b>	<b>Costos</b>	<b>FSA</b>	<b>Costos Netos Actualizados</b>
0			
1	1,278,305.39	0.84	1,074,571.86
2	1,409,452.19	0.71	995,983.24
3	1,537,983.59	0.59	913,596.08
4	1,677,806.99	0.50	837,809.67
5	1,820,596.67	0.42	764,219.22
			4,586,180.07

Inversión inicial = 638,470.84  
 COK = 18.96%

Tabla 58  
*Beneficios netos actualizados del plan de negocio*

<b>Años</b>	<b>Beneficios Netos (Ingresos - Costos)</b>	<b>FSA</b>	<b>Beneficios Netos Actualizados</b>
0	-638,470.84		
1	281,694.61	0.84	236,798.74
2	306,547.81	0.71	216,620.68
3	349,616.41	0.59	207,679.84
4	398,553.01	0.50	199,016.67
5	463,399.33	0.42	194,517.92
			1,054,633.85

**VPN = 416,163.01**

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Beneficios obtenidos} + \text{V. de recuperación actualizado}}{\text{Costos incurridos} + \text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{5,640,813.91 + 0}{4,586,180.07 + 638,470.84}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{5,640,813.91}{5,224,650.90}$$

**Relación B/C = 1.1**

El indicador muestra que la relación B/C es mayor a 1, por lo que se acepta el plan de negocio.

#### **6.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

El período de recuperación de la inversión es la cantidad de tiempo que tardará la empresa en recuperar el costo de la inversión inicial en el proyecto. Es un determinante importante para saber si se emprende el proyecto, ya que generalmente los períodos de recuperación más largos no son deseables para las posiciones de inversión.

La fórmula para hallar el PRI es la siguiente:

$$PRI = n - 1 + \frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n}$$

Para hallar el periodo de recuperación económica, se tiene los siguientes datos:

<b>Año</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FCE</b>	638,470.84	281,694.61	306,547.81	349,616.41	398,553.01	463,399.33
<b>WACC</b>	18.96%					

Factor de Actualización

<b>FSA</b>	-	0.8406	0.7066	0.5940	0.4993	0.4198
------------	---	--------	--------	--------	--------	--------

<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FCE Actualizado</b>	638,471	236,799	216,621	207,680	199,017	194,518
<b>Flujo acumulado</b>	638,470.84	401,672.10	185,051.42	-	-	

$$PRIE = \frac{185,051}{207,679.84}$$

$$PRIE = 0.89$$

$$PRIE = 2 \text{ años, } 10 \text{ meses y } 7 \text{ días}$$

Dado el resultado, el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 10 meses y 7 días; lo que indica que el monto de la inversión que se destina para la realización del plan de negocio será recuperable en un mediano plazo.

### 6.2.1 Valor Actual Neto Financiero (VANF)

El valor actual neto financiero (VANF) se calcula tomando los saldos netos del flujo de caja financiero, los mismos que se actualizan previamente a la sumatoria de estos.

Para hallar el VANF se utiliza la tasa de descuento del Costo de Oportunidad de Capital (COK) bajo el modelo de valoración de activos financieros, denominado en inglés Capital asset pricing model (CAPM), es un modelo utilizado para calcular la rentabilidad que un inversor debe exigir al realizar una inversión en un activo financiero, en función del riesgo que está asumiendo y cuya fórmula es la siguiente:

$$\text{COK} = R_f + \beta * (R_m - R_f) + \text{Riesgo país}$$

Donde:

COK = Costo de Oportunidad del Capital

$R_f$  = Tasa libre de riesgo = 0.61%

$B$  = Beta del Sector (Oil/Gas Distribution) = 1.74%

$R_m$  = Prima por riesgo de mercado = 6.50%

$R_p$  = Prima por riesgo país = 3.90%

Hallando se tiene:

$$\text{COK} = R_f + \beta * (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$$

$$\text{COK} = 0.61\% + 1.74 * 6.50\% - 0.61\% + 3.9\%$$

$$\text{COK} = 0.61\% + 1.74 * 0.0589 + 3.9\%$$

$$\text{COK} = 0.61\% + 0.102486 + 3.9\%$$

$$\text{COK} = 14.76\%$$

Además, se tiene los siguientes datos:

$$\text{Inversión inicial} = 638,470.84$$

$$\text{COK} = 14.76\%$$

$$\text{Préstamo} = 386,400.00$$

Tabla 59

*Valor actual neto financiero del plan de negocio (en soles)*

Años	Flujo de caja financiero	FSA	VAN
0	-252,070.84		
1	301,405.81	0.8714	262,643.33
2	371,778.89	0.7593	282,302.19
3	513,119.54	0.6617	339,518.02
4	398,553.01	0.5766	229,797.41
5	463,399.33	0.5024	232,824.78
			1,347,085.73

$$\text{VANF} = \text{S/. } 708,614.89$$

Del resultado se tiene que al tercer año de operación el proyecto presenta un saldo positivo de S/. 708,614.89 después de pagar los costos de comercialización, los gastos de operación, la amortización del préstamo y los intereses del crédito. Por lo tanto, se recomienda la ejecución del plan de negocio.

### 6.2.1 Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)

Es la tasa del rendimiento del capital, su valor representa el porcentaje de rentabilidad del proyecto, se calcula a partir del flujo de caja financiero donde la inversión inicial es financiada parcialmente por un tercero y la diferencia por el dueño del negocio.

Se tiene los siguientes datos:

Inversión inicial = 638,470.84

Capital propio = 252,070.84

Préstamo = 386,400.00

COK = 14.76%

### **7.3. Evaluación Social**

(Fontaine, 2008) COCO WORK S.A.C brindará beneficios sociales a la comunidad, generará beneficios sociales como lo es la generación de empleo, apostando por profesionales jóvenes que ingresen al mercado laboral y aporten a la PEA del país. COCO WORK pondrá en marcha un Plan de Responsabilidad Social Empresarial que busca el desarrollo sostenible de la comunidad y de la empresa.

SANCEV EIRL brindará beneficios sociales a la comunidad, como lo es la generación de empleo, apostando por profesionales jóvenes que ingresen al mercado laboral y aporten a la PEA (población económica activa) del país. SANCEV EIRL pondrá en marcha un Plan de Responsabilidad Social Empresarial que busca el desarrollo sostenible de la comunidad y de la empresa.



**Figura Pirámide de responsabilidad social**  
**Fuente :** (Centra RSE, 2020)

#### **7.4. Impacto Ambiental**

En cuanto al aspecto ambiental en SANCEV EIRL es importante el cuidado del medio ambiente y es por ello que la comunidad que se espera formar, involucra los trabajadores de la empresa así como también los clientes, ambos estarán comprometidos con contribuir activamente con el cuidado del medio ambiente y buscar la convivencia armoniosa con ella. Dentro de la empresa, se ha identificado que el principal impacto ambiental de la actividad de SANCEV es el consumo de agua, por lo que se ejecutará un plan para la reutilización del agua que considerará: La reutilización de agua es el proceso que permite volver a utilizar el agua que ha tenido anteriormente un uso industrial solo es el lavado de la materia prima. Para poder ofrecer este segundo uso útil a estas aguas es necesario aplicar un tratamiento adicional al tratamiento convencional de depuración. Las aguas tratadas para su reutilización se denominan aguas regeneradas. Asimismo, los residuos obtenidos de la materia prima será destinada para la elaboración del compost, que es un producto obtenido a partir de diferentes materiales de origen orgánico, los cuales son sometidos a un proceso biológico controlado de oxidación denominado compostaje. Posee un aspecto terroso, libre de olores y de patógenos, es empleado como abono de fondo y como sustituto parcial o total de fertilizantes químicos

## **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

1. Actualmente, se encuentran dentro del mercado en la ciudad de Chiclayo se esta diversificando el tema de emprendimiento en cuando a negocios de productos saludables pero que aún no emergen en gran proporción

2. Después de haber realizado la investigación de mercado para este plan de negocio, se llegó a la conclusión que existe una demanda insatisfecha para este tipo de producto en el tema de productos vegetales y frutas en un establecimiento significativo y recurrente.



3. Después de haber realizado el estudio técnico, se concluyó que este proyecto cuenta con viabilidad técnica, ya que existe diversos factores como los proveedores, disponibilidad del inmueble, infraestructura, capacidad entre otros factores que nos permitirán brindar el servicio de una manera eficiente y eficaz.

4. Después de evaluar la existencia de posibles competidores en el mercado que ofrezca un producto similar en el ciudad de Chiclayo, dio como resultado que el nivel de competencia de la empresa es alto ya que si bien es cierto existe un producto ya establecido en el mercado como la harina de trigo, no existe un producto con las característica en todo el Perú.

## **7.2. Recomendaciones**

Es importante diversificar el marketing en la ciudad de Chiclayo ya que los consumidores son muy emotivos y de ahí depende gran parte para la venta

Se recomienda mantener una constante comunicación con los clientes, poder saber sus necesidades, retroalimentándolos y satisfacerlos, para que el producto sea una experiencia única y satisfactoria para el cliente.

Se recomienda tener alianzas estratégicas bien definidas con los proveedores para la baja de precios

Se recomienda diversificar el mercado de comida saludable en Chiclayo ya que es escaso y a la vez necesario para la salud de sus habitantes.

## BIOGRAFIA

### Bibliografía

Abogado.com. (14 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.abogado.com/recursos/ley-de-negocio/contrato-de-las-empresas/conceptos-basicos-sobre-contratos-comerciales.html>

ASEPEYO. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de <http://www.anetva.org/verticales/contingut/esp/06/06.02.pdf>

Centra RSE. (25 de Noviembre de 2020). *Centra RSE*. Obtenido de <https://centrarse.org/>

Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de <http://www.cgtch.gob.pe/informacionTribNoTrib/licenciaFuncionamiento/procedimientos.php>

CEPLAN. (12 de junio de 2020). *Gobierno del Peru*. Obtenido de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1206497/Informe\\_Nacional\\_Peru\\_a\\_mayo\\_2020\\_-\\_II\\_INV\\_Peru\\_-\\_Ceplan\\_20200805.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1206497/Informe_Nacional_Peru_a_mayo_2020_-_II_INV_Peru_-_Ceplan_20200805.pdf)

CORPOICA. (2003). *El Almidón de achira o Sagú (Canna edulis, Ker) - Manual técnico para su elaboración*. Colombia.

Emprende pyme. (11 de enero de 2018). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>

Fontaine, E. R. (2008). *Evaluación social de proyectos*. Mexico: Pearson Educación.

Gob.pe. (12 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>

Gob.pe. (12 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

Gob.pe. (12 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/273-registro-o-constitucion-de-empresa-abono-de-capital-y-bienes>

Gob.pe. (07 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

INDECOPI. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

INEI. (12 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>

Maps, G. (08 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Prol+Av+Bolognesi,+Chiclayo/@-6.7805533,-79.8583158,16.5z/data=!4m5!3m4!1s0x904cef1089b9758d:0xe3d96f6ea4c2355c!8m2!3d-6.7869767!4d-79.8681172>

Ministerio de la producción. (13 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.produce.gob.pe/index.php/planeamiento-y-organizacion/instrumentos-de-gestion/cuadro-de-asignacion-de-personal>

Ministerio de trabajo y promoción de empleo. (14 de Octubre de 2020). Obtenido de [http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin\\_2\\_1.html](http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html)

MINJUS. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de [https://www.minjus.gob.pe/defensapublica/contenido/conciliacion/arbitraje/formato\\_alquiler.pdf](https://www.minjus.gob.pe/defensapublica/contenido/conciliacion/arbitraje/formato_alquiler.pdf)

Municipalidad de Chiclayo. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de [https://www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/f0b4ec\\_FORMATOS.PDF](https://www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/f0b4ec_FORMATOS.PDF)

OAS. (14 de Octubre de 2020). Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3\\_arg\\_ley19550.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_arg_ley19550.pdf)

Pasión por el Derecho. (13 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://lpderecho.pe/beneficios-laborales-mypes-gabriela-cabrera-ruiz/>

Servicio al ciudadano. (08 de Octubre de 2020). Obtenido de [http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/psce\\_ficha\\_tramite.aspx?id\\_entidad=1396&id\\_tramite=32657](http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/psce_ficha_tramite.aspx?id_entidad=1396&id_tramite=32657)

SUNARP. (12 de octubre de 2020). Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2020/05/27/usuarios-podran-tramitar-reserva-de-nombre-desde-cualquier-lugar-del-pais-a-traves-de-su-computadora-o-dispositivo-movil>

SUNAT. (13 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

SUNAT. (14 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

## **ANEXOS**

ENCUESTA "DIS-FRUTA"		
<b>TOTAL DE ENCUESTADOS</b>	195	100%
<b>1. ¿Le gusta comer saludablemente?</b>		
a.) Si	160	82%
b.) No	35	18%
<b>2. ¿Con que frecuencia come saludablemente?</b>		
a) 0-1 veces a la semana	49	25%
b) 2-3 veces a la semana	76	39%
c) 4-5 veces a la semana	38	19%
d) 6-7 veces a la semana	32	16%
<b>3. ¿En base a qué tipo de comida saludable prefiere?</b>		
a.) Solo verduras	59	30%
b.) Solo frutas	96	49%
c.) Frutas y verduras	40	21%
<b>4. Como una opción más para aportarle al beneficio de la salud ¿Apueba que exista un establecimiento que brinde le servicio de comida saludable en la ciudad e Chiclayo?</b>		
a.) Si	189	97%
b.) No	6	3%
<b>5. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza normalmente?</b>		
a.) Crédito	39	20%
b.) Efectivo	156	80%
<b>6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de comida saludable?</b>		
a.) 5.00 – 7.00 soles	96	49%
b.) 7.00 – 9.00 soles	62	32%
c.) 10.00 soles a más.	37	19%
<b>7. ¿Estaria dispuesto a comer ligero por la noche en beneficio de su salud?</b>		
a.) Si	190	97%
b.) No	5	3%
<b>8. ¿Con que frecuencia cenaria saludablemente?</b>		
a) 0-1 veces a la semana	47	24%

<b>8. ¿Con que frecuencia cenaria saludablemente?</b>		
a) 0-1 veces a la semana	47	24%
b) 2-3 veces a la semana	62	32%
c) 4-5 veces a la semana	49	25%
d) 6-7 veces a la semana	37	19%
<b>9. ¿Que horarios de tarde-noche esta disponible para cenar?</b>		
a.) 5:00 - 6:30 pm	14	7%
b.) 6:30 – 8:00 pm	33	17%
c.) 8:00 – 9:00 pm	75	38%
d.) 9:00 – 10:00pm	73	37%
<b>10. ¿Cuándo va a cenar, normalmente con quienes lo hace?</b>		
a) Familia	64	33%
b) Amigos	47	24%
c) Grupo universitario	52	27%
d) Compañeros de trabajo	32	16%
<b>11. ¿Gusta comprar por delivery?</b>		
b.) Si	152	78%
c.) No	43	22%
<b>12. ¿Con que frecuencia compra comida por delivery?</b>		
a) 0-1 veces a la semana	35	18%
b) 2-3 veces a la semana	46	24%
c) 4-5 veces a la semana	69	35%
d) 6-7 veces a la semana	45	23%