



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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA FUENTE DE SODA
SALUDABLE E-COMMERCE CON DELIVERY EN EL
DISTRITO DE LOS OLIVOS**

**PRESENTADO POR
MELISSA MASSIEL HUERTA QUITO**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA FUENTE DE SODA SALUDABLE
E-COMMERCE CON DELIVERY EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS**

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

Presentado por:

Melissa Massiel Huerta Quito

Lima – Perú

2020

Dedicatoria:

A mi familia por estar a mi lado y ser un motivo para seguir creciendo profesionalmente y personalmente. A mi padre especialmente por demostrarme que todo esfuerzo y sacrificio vale la pena.

Agradecimiento:

A mis padres por apoyarme en mi crecimiento profesional y mis profesores por compartir sus conocimientos durante todos estos años.

ÍNDICE

Dedicatoria:	ii
Agradecimiento:	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xii
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	- 10 -
1.1. Nombre o razón social	- 10 -
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	- 14 -
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	- 15 -
1.3.1. Ubicación	- 15 -
1.4.2. Factibilidad Municipal y sectorial.....	- 16 -
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	- 16 -
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.	- 18 -
1.6. Estructura Orgánica.....	- 21 -
1.7. Cuadro de asignación de personal	- 24 -
1.8. Forma Jurídica Empresarial.....	- 25 -
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	- 26 -
1.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	- 27 -
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ..	- 27 -
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	- 30 -
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	- 31 -
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	- 33 -
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	- 34 -
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	- 35 -
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	- 35 -
2.2. Ámbito de acción del negocio	- 45 -
2.3. Descripción del bien o del servicio.....	- 53 -
2.4. Estudio de la demanda.....	- 55 -
2.5. Estudio de la oferta	- 58 -
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha	- 58 -

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	- 60 -
2.8. Descripción de la política comercial.....	- 60 -
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	- 61 -
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	- 62 -
3.1. Tamaño del negocio, factores determinantes	- 62 -
3.2. Proceso y Tecnología.....	- 62 -
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes	- 69 -
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	- 72 -
4.1. Inversión Fija.....	- 72 -
4.1.1. Inversión Tangible	- 72 -
4.1.2. Inversión Intangible	- 73 -
4.2. Capital de Trabajo	- 73 -
4.3. Inversión Total.....	- 74 -
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento	- 74 -
4.5. Fuentes Financieras	- 75 -
4.6. Condiciones de Crédito	- 75 -
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	- 77 -
5.1. Presupuesto de los costos	- 77 -
5.2. Punto de equilibrio.....	- 78 -
5.3. Estado de ganancias y pérdidas.....	- 78 -
5.4. Presupuesto de ingresos.....	- 79 -
5.5. Presupuesto de egresos.....	- 79 -
5.6. Flujo de Caja proyectado.....	- 80 -
5.7. Balance general	- 81 -
CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN	82
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición	82
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	88
6.3. Evaluación Social	88
6.4. Impacto Ambiental.....	89
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
7.1. Conclusiones	90
7.2. Recomendaciones	91
BIBLIOGRAFÍA.....	92
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	- 14 -
CIIU de la empresa	- 14 -
Tabla N°2	- 19 -
Descripción de microempresa	- 19 -
Tabla N°3	- 19 -
Descripción de pequeña empresa	- 19 -
Tabla N°4:	- 19 -
Valor de UIT de los últimos 5 años.....	- 19 -
Tabla N°5	- 20 -
Comparación de micro y pequeña empresa.	- 20 -
Tabla N° 6	- 21 -
Responsabilidades y funciones de los colaboradores de Good Life.....	- 21 -
Tabla N°7	- 24 -
Escala remunerativa de la empresa en soles	- 24 -
Tabla N°8	- 24 -
Escala remunerativa de trabajadores por recibo por honorarios	- 24 -
Tabla N°9	- 24 -
<i>Escala remunerativa de practicante en soles</i>	- 24 -
Tabla N°10.....	- 38 -
Parámetros técnicos sobre los alimentos procesados	- 38 -
Tabla N°11	- 47 -
Cantidad de personas encuestadas según género.....	- 47 -
Tabla N°12.....	- 47 -
Número de integrantes según nivel socioeconómico	- 47 -
Tabla N°13.....	- 48 -
Rango de edad de residentes	- 48 -

Tabla N°14.....	- 48 -
Nivel socioeconómico de residentes.....	- 48 -
Tabla N°15.....	- 49 -
Consumo de productos de los residentes.....	- 49 -
Tabla N°16.....	- 49 -
Frecuencia de consumo de productos de los residentes.....	- 49 -
Tabla N°17.....	- 50 -
Pregunta 10 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un jugo?	- 50 -
Tabla N°18.....	- 50 -
Pregunta 23 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra postres(porción)?.....	- 50 -
Tabla N°19.....	- 51 -
Pregunta 28 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un sándwich?	- 51 -
Tabla N°20.....	- 51 -
Pregunta 13 Con respecto a consumir productos saludables, ¿Usted lo consume fuera del hogar?	- 51 -
Tabla N°21.....	- 52 -
Pregunta 31 ¿Cuándo compra en una fuente de soda, los productos	- 52 -
que adquiere informan sobre su valor nutricional?	- 52 -
Tabla N°22.....	- 52 -
Aceptación de interacción con un nutricionista.....	- 52 -
Tabla N°23.....	- 54 -
Características de los productos.....	- 54 -
Tabla N°24.....	- 58 -
Demanda anual de productos expresado en unidades.....	- 58 -
Tabla N°25.....	- 59 -
Demanda insatisfecha mensual expresado en unidades.....	- 59 -
Tabla N°26.....	- 60 -
Proyección de venta de Jugos	- 60 -

Tabla N°27	- 60 -
Proyección de venta de postres.....	- 60 -
Tabla N°28.....	- 60 -
Proyección de venta de postres.....	- 60 -
Tabla N°29.....	- 61 -
Demanda proyectada en unidades.....	- 61 -
Tabla N°30.....	- 65 -
Nro. de horas laboradas al mes	- 65 -
Tabla N°31	- 66 -
Demanda diaria de productos	- 66 -
Tabla N°32.....	- 67 -
Cuadro de requerimiento de Recursos humanos – Good Life.....	- 67 -
Tabla N°33.....	- 67 -
<i>Cuadro de requerimiento de Equipos –Good Life</i>	- 67 -
Tabla N°34.....	- 68 -
Cuadro de Muebles e Indumentaria – Good Life.....	- 68 -
Tabla N°35.....	- 68 -
<i>Cuadro de Tecnología – Good Life</i>	- 68 -
Tabla N°36.....	- 70 -
Evaluación de factores para la localización	- 70 -
Tabla N°37.....	- 72 -
Evaluación de factores para la localización	- 72 -
Tabla N°38.....	- 73 -
Cuadro de Activos Intangibles.....	- 73 -
Tabla N°39.....	- 73 -
Cuadro de Capital de trabajo.....	- 73 -
Tabla N°40.....	- 74 -
Estructura de la inversión total	- 74 -

Tabla N°42.....	- 78 -
Cuadro de punto de equilibrio de Good Life	- 78 -
Tabla N°43.....	- 78 -
Estado de ganancia y pérdidas.....	- 78 -
Tabla N°44.....	- 79 -
Presupuesto de ingresos.....	- 79 -
Tabla N°45.....	- 79 -
Presupuesto de egresos	- 79 -
Tabla N°46.....	- 80 -
Flujo de caja proyectado	- 80 -
Tabla N°47	- 81 -
Balance General.....	- 81 -
Tabla N°48.....	83
Valor actual neto.....	83
Tabla N°49.....	84
Tasa interna de retorno	84
Tabla N°50.....	85
Tabla de ingresos actualizados.....	85
Tabla N°51	85
Tabla de costos actualizados	85
Tabla N°52.....	85
Tabla N°53.....	88
Valor actual neto financiero	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Trámite Online de búsqueda y reserva de nombre	- 11 -
Figura 2: Trámite presencial de búsqueda y reserva de nombre.....	- 11 -
Figura 3: Ubicación del Condominio Torres de Los Olivos.	- 15 -
Figura 4: Organigrama de la empresa Good Life.....	- 21 -
Figura 5: Regímenes tributarios	- 28 -
Figura 6: Solicitud virtual de RUC.....	- 30 -
Figura 7: Componentes de Planilla electrónica.....	- 31 -
Figura 8: Regímenes tributarios	- 32 -
Figura 9: Infografía de alimentación y vida saludable en Lima	- 37 -
Figura 10: Población del distrito de Los Olivos 2019	- 39 -
Figura 11: Análisis interno - FODA.....	- 44 -
Figura 12: Población y hogares según distritos.....	- 45 -
Figura N°13: Consumidores de alimentación saludable	- 46 -
Figura 14: Marca de la empresa.....	- 55 -
Figura 15: Demanda de jugos en el Condominio Torres de Los Olivos	- 56 -
Figura 17: Demanda de sándwich en el Condominio Torres de Los Olivos	- 57 -
Figura 18: Proceso de compra de insumos	- 63 -
Figura 20: Características físicas del local para la elaboración de productos.....	- 69 -
Figura 21: Factores de macro y micro localización	- 70 -

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio plantea la creación de una fuente de soda saludable online en el condominio “Las Torres de los Olivos”. Good Life E.I.R.L es una fuente de soda saludable que también informa el valor nutricional de los productos adquiridos para que así los comensales estén informados sobre lo que consumen. El principal objetivo es brindar un servicio de comida saludable en cuatro condominios en la zona de Los Olivos para el año 2022.

En el año 2019 el INEI (Instituto Nacional de Estadística e informática) informó que el 37.8 % de la población peruana entre 15 años a más sufren de obesidad y el 3.9 % sufre de diabetes. El mismo año se llevó a cabo una investigación de IPSOS sobre la alimentación y vida saludable en Lima. Los resultados muestran que el 29% tiene sobrepeso y 18% obesidad. Sin embargo, IPSOS también informa un alza en la alimentación saludable, pues el 49% sabía que debía incluir verduras y vegetales en su alimentación. En la actual emergencia sanitaria, las cifras de obesidad y diabetes resultan alarmantes debido a que dichas poblaciones tienen un alto riesgo de contagio del Covid 19. Es necesario, entonces, que se mejoren los hábitos alimenticios de la población en general. Es importante mencionar que en el Perú se creó la Ley N° 30021, Ley de Promoción de la alimentación saludable. La ley explica qué es una alimentación saludable, qué debe incluirse en una dieta saludable y qué son los alimentos naturales y procesados.

Para poder decidir nuestro público objetivo, primero se identificó a la población general que consideraba tenía una alimentación saludable. Para esto, se accedió a la investigación de la consultoría Arellano Marketing y Kantar Worldpanel KWP

Perú la cual indica que los grupos 25 a 34 (23%), 35 a 44 (21%) y 45 a 54 (20%), principalmente, consideran que tienen una alimentación saludable.

Luego se procedió a decidir donde se establecería el plan de negocio. Ser residente en Las Torres de Los Olivos fue de ayuda para identificar la falta de opciones de alimentación saludable en los condominios y en los alrededores. Las torres cuentan con 24 bloques de 36 departamentos cada uno. Para poder establecer el público objetivo en las torres, se realizó una encuesta que me permitió conocer, por ejemplo, el rango de edad, el nivel socioeconómico, las preferencias alimenticias de los residentes, frecuencia de consumo, rango de precios, etc.

Se realizó el estudio técnico, el cual nos permitió establecer los requerimientos de muebles, insumos, personal entre otros para el inicio de operaciones. Así como la mejor ubicación a través del método cualitativo por puntos.

Para el negocio se establece una inversión de S/ 41,006.42, el 24% se financiará el cual corresponde a un préstamo de S/. 10,000. Según las evaluaciones realizadas con los flujos proyectados y estados de ganancias y pérdidas a cinco años los cuales nos permitió hallar el valor actual neto y TIR el cual nos mostró un resultado aceptable para el inicio de negocio.

CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

Según definición de la RAE, razón social es el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

En ese sentido, la razón social de la empresa es GOOD LIFE E.I.R.L, el cual nos permite identificarnos frente a la SUNAT u otras entidades para los trámites que se desee realizar en un futuro como persona jurídica.

“El nombre comercial es aquel signo distintivo que identifica al empresario, su establecimiento comercial o su actividad comercial. Esto quiere decir, que el nombre comercial permite diferenciar al empresario mismo de sus competidores, de tal manera que sus consumidores puedan determinar si están adquiriendo los productos o servicios del proveedor que ellos desean.”
Northcote, Cristhian,2012 (Pag.3).

Por consiguiente, la empresa llevará como nombre comercial Good Life, el cual se considera una palabra corta y concisa que permitirá ser recordada por nuestros clientes y que en español tiene como significado “buena vida”.

Para la constitución de la empresa bajo la sociedad indicada se deberá realizar los siguientes pasos:

Paso 1: Búsqueda y reserva de nombre

Es un paso previo a la constitución de una empresa (No es obligatorio). Este trámite puede ser online o presencial, se detallará los pasos para poder realizarlo.

- **Trámite Online:**



Figura 1: Trámite Online de búsqueda y reserva de nombre
Fuente: Adaptado de "Buscar y reservar el nombre de una empresa"
Elaboración: propia

- **Trámite Presencial:**

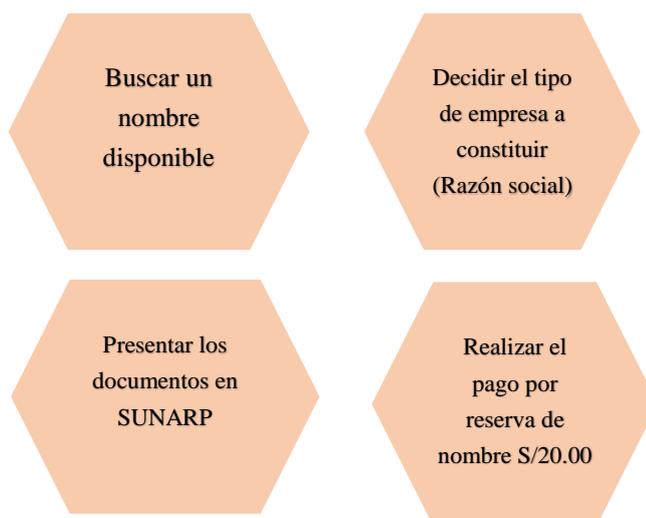


Figura 2: Trámite presencial de búsqueda y reserva de nombre
Fuente: Adaptado de "Buscar y reservar el nombre de una empresa"
Elaboración: propia

Paso 2: Elaborar el acto constitutivo(Minuta)

El Acto Constitutivo es un documento en el cual los miembros de una sociedad manifiestan su voluntad de constituir una empresa y en donde señalan todos los acuerdos respectivos.

Requisitos:

- 02 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 02 copias de Búsqueda y reserva de nombre.
- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Paso 3: Abono de capital y bienes

Si deseas constituir una empresa, es necesario aportar una cantidad de dinero o bienes (inmuebles o muebles) que se acreditarán con el documento expedido por una entidad financiera, la inscripción de la transferencia a favor de tu empresa o sociedad, con la escritura pública que certifique esta transferencia o con el informe de valorización detallado.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.

Paso 4: Elaboración de Escritura Pública

Una vez redactado el Acto Constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y eleve a Escritura Pública.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o voucher de abono en dinero.

Paso 5: Inscripción en registros públicos

Este procedimiento normalmente es realizado por el notario.

Paso 6: Inscripción al para persona Jurídica

Si has constituido una empresa, debes inscribirla en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de Sunat. Puedes hacer este trámite por Mesa de Partes Virtual (MPV) o en persona, a través de su representante legal o tercero autorizado y cumpliendo algunos requisitos.

El RUC es el registro que la Sunat lleva de tu información como contribuyente (persona, entidad o empresa), domicilio fiscal, actividad a la que te dedicas y otros datos. Este número es único, consta de 11 dígitos y debes utilizarlo en todo trámite que hagas ante la Sunat.

Esta gestión puede ser realizada mediante MPV – Sunat (mesa de partes virtual) o presencial.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) 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. En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

Según lo informado, la actividad económica que nos correspondería como empresa es 5610 - ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS

Tabla N° 1.
CIIU de la empresa

CIIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
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.

Fuente: (SUNAT, 2020)

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

1.3.1. Ubicación

La ubicación fue definida en base a nuestro público objetivo, por ello la ubicación será en el distrito de Los Olivos. Asimismo, se evaluaron los factores y accesos que nos permitan desarrollarnos de forma eficaz.

Entre los puntos evaluados tenemos lo siguiente:

- **Cercanía al público objetivo:** Los productos se ofrecerán vía delivery, por lo cual ubicarnos dentro de los condominios nos permitirá brindar una atención más rápida; en promedio 15 minutos, dependiendo del producto elegido por el cliente. Ubicación exacta: Av. Alfredo Mendiola 6821- Condominio Torres de los Olivos.

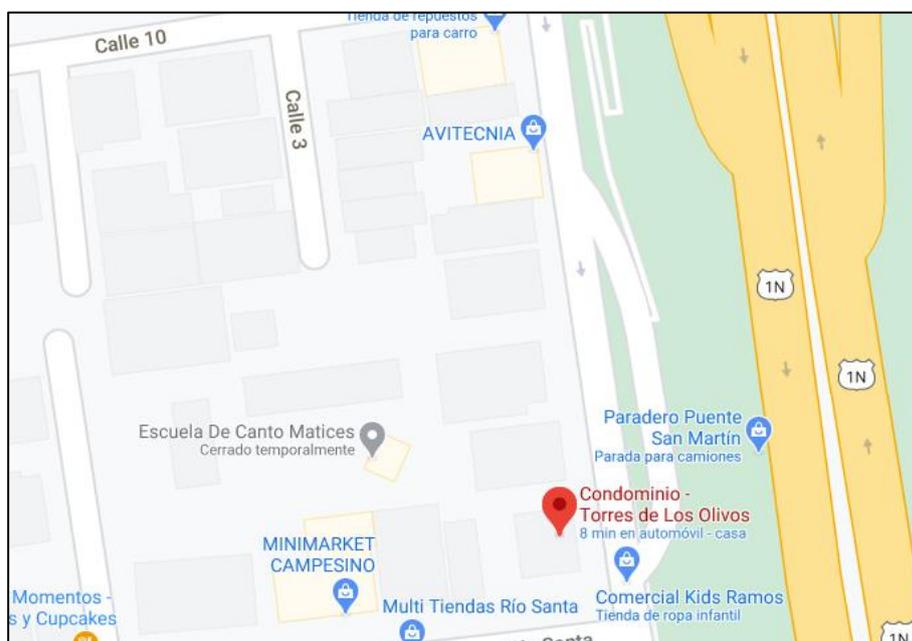


Figura 3: Ubicación del Condominio Torres de Los Olivos.

Fuente: Google Maps.

- **Cercanía a los proveedores:** Dentro del distrito contamos con mercados mayoristas donde encontramos nuestra materia prima para la elaboración de los productos.
- **Seguridad:** Dentro del condominio se tiene vigilancia las 24hrs del día, por lo cual se puede contar con un espacio seguro.

1.4.2. Factibilidad Municipal y sectorial

La Municipalidad de Los Olivos aprobó la ordenanza 493, con ello busca flexibilizar las normas técnicas y legales que regulan el procedimiento administrativo de licencias de funcionamiento en los establecimientos con las mismas características de homogeneidad urbana, a fin de mejorar la calidad de vida y alcanzando así el desarrollo económico y el crecimiento comercial del distrito, a efectos que puedan integrarse al mercado laboral formal.

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

Misión:

Good Life es una fuente de soda saludable que realiza actividades de servicio móvil de comidas para atender la necesidad de alimentación, en los condominios de Lima Metropolitana. Nuestra principal ventaja competitiva es el enfoque a las necesidades de nuestros clientes que le permita mantener una vida saludable.

Visión:

Ser una empresa líder en los condominios ubicados en el distrito de Los Olivos, reconocidos por la calidad de sus productos, al finalizar el 2022.

Objetivo General:

Ubicarnos en cuatro condominios en el distrito de Los Olivos para el año 2022.

Objetivo Específico:

1. Conocer las preferencias de los consumidores para incrementar las ventas.
2. Realizar un análisis del sector que consume productos saludables a fin de realizar un pronóstico de ventas.

Valores:

- Responsabilidad: Hacia el área interna y los clientes.
- Calidad: La empresa contará con productos de calidad que pasaran por un exhaustivo proceso de selección cuyo proceso involucra no solo la preparación sino también la selección de los productos y los trabajadores.

- Trabajo en equipo: La empresa se formará de un grupo de personas totalmente involucradas en el proyecto. Esto implica la comunicación y coordinación organizada de todos los trabajadores. Se compartirán los objetivos internos y externos de la empresa para así lograr su cumplimiento.
- Honestidad: Compromiso de la empresa y los colaboradores para siempre actuar con la verdad.
- Puntualidad: Tenemos la responsabilidad de cumplir con los plazos establecidos para la entrega de productos para los clientes y cumplir con los pagos de proveedores.

1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

El régimen laboral de la microempresa fue iniciado con la dación de la Ley N° 28015 del 03 de julio del 2003; posteriormente, el 28 de junio de 2008 fue aprobado el Decreto Legislativo N° 1086 y en este mismo año, los Decretos Supremos N°s. 007-2008-TR y 008-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE y sus respectivos reglamentos, ambos del 30 de setiembre de 2008. Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa (2008)

Características de la microempresa y pequeña empresa:

Tabla N°2
Descripción de microempresa

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: SUNAT (2008)

Tabla N°3
Descripción de pequeña empresa

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: SUNAT (2008)

Considerar que para el año 2020, el valor de UIT es S/. 4,300; según D.S. N° 380-2019-EF.

Tabla N°4:
Valor de UIT de los últimos 5 años

AÑO	VALOR (S/.)	BASE LEGAL	OBSERVACIONES
2020	4,300	D.S. N° 380-2019-EF	
2019	4,200	D.S. N° 298-2018-EF	
2018	4,150	D.S. N° 380-2017-EF	
2017	4,050	D.S. N° 353-2016-EF	
2016	3,950	D.S. N° 397-2015-EF	
2015	3,850	D.S. N° 374-2014-EF	

Fuente: SUNAT (2020)

Comparación de Micro empresa y pequeña empresa:

Tabla N°5
Comparación de micro y pequeña empresa.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados Remuneración por trabajo en sobretiempo Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso semanal y en días feriados Remuneración por trabajo en sobretiempo Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Cobertura Previsional Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (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.

Fuente: SUNAT

1.6. Estructura Orgánica

La estructura orgánica es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización.

Good life estará conformado por el siguiente equipo:

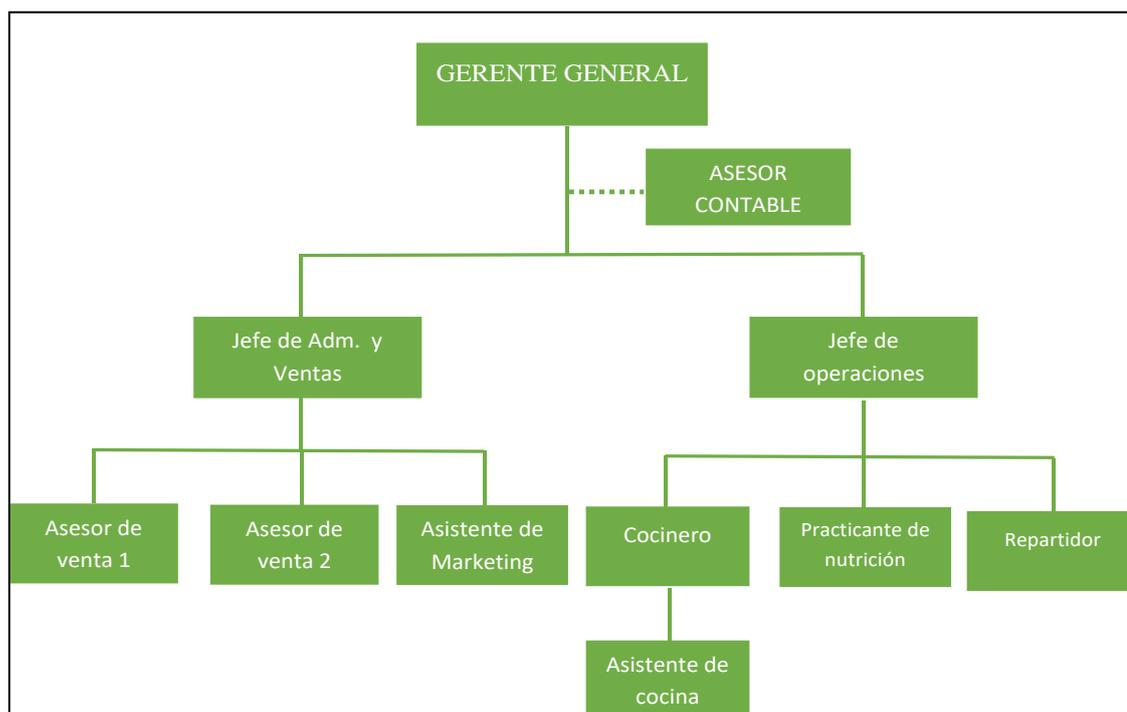


Figura 4: Organigrama de la empresa Good Life
Fuente: Elaboración propia

1.6.1. Descripción de perfil y funciones:

Las responsabilidades y funciones que tiene cada colaborador de la empresa se detalla en la siguiente Tabla 6.

Tabla N° 6
Responsabilidades y funciones de los colaboradores de Good Life

Cargo	Perfil del puesto	Funciones principales
Gerente General	<p>*Licenciado en Administración de empresas o Ingeniería industrial.</p> <p>*De 2 a 3 años de experiencia en el rubro.</p> <p>Competencias:</p> <p>Liderazgo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de actividades de la empresa y objetivos a corto y largo plazo. • Asegurar el cumplimiento de los procesos del negocio. • Otras funciones respecto al área.

	<p>Orientación a resultados Iniciativa Resolución de conflictos</p>	
Jefe de administración y ventas	<p>*Licenciado en Administración de empresas. * De 1 a 2 años de experiencia en jefatura. Competencias: Creatividad Iniciativa Liderazgo Orientación al cliente y resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estrategias de marketing • Control de ventas • Dirigir a los asesores de ventas y asistentes de Marketing.
Jefe de operaciones	<p>*Licenciado en Administración de empresas *De 1 a 2 años de experiencia en el área de Logística. Competencias: Relaciones interpersonales Organización Capacidad de trabajo en equipo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de la cadena de abastecimiento. • Coordinación con proveedores. • Gestión de compras.
Asesor de venta	<p>*Egresado de Telemarketing *De 6 meses a 2 años de experiencia en atención al cliente. *Competencias: Orientación al cliente Redacción Capacidad de comunicación oral y escrita</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atender consultas de los clientes y realizar post venta. • Llevar el control de incidencias o reclamos. • Realizar reporte diario de ventas.
Asistente de Marketing	<p>*Egresado de Marketing *De 6 meses a 2 años de experiencia en Marketing. Competencias: Organización Habilidades comunicativas Excelente redacción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los proyectos de marketing (eventos promocionales). • Manejo de redes sociales.
Cocinero	<p>*Egresado de Gastronomía, con especialización en repostería. *De 1 a 2 años de experiencia. Competencia: Responsabilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la preparación de los productos. • Revisar y controlar el uso de materiales. • Control de calidad de las compras

	Organización Trabajo en equipo	
Asistente de Cocina	*Egresado o estudiante de Gastronomía *De 6 meses a 1 año de experiencia. Competencias: Rapidez Eficiencia Organización y trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza del ambiente de trabajo. • Apoyo para la elaboración de los productos.
Practicante de nutrición	*Egresado de la carrera de nutrición *Conocimiento básico de Excel y Word Competencias: Iniciativa Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría nutricional • Elaboración de valor nutricional de los productos • Manejo de blog de la empresa.
Asesor contable	* Contador Público Colegiado * Especialización en tributación * Experiencia mínima de 3 años	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de las facturas • Realizar la Declaración y presentación de impuestos de manera mensual y anual • Elaborar los estados financieros • Elaboración de planillas
Repartidor	*Experiencia mínima de 3 meses en atención al cliente. *Conocimiento de manejo de POS Competencias: Trabajo en equipo Iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar reparto de pedidos dentro del condominio. • Realizar el cobro correspondiente de la compra. • Empaquetar el pedido.

1.7. Cuadro de asignación de personal

En este punto se muestra la asignación de personal que formará nuestra empresa, considerando que se contratará bajo el Régimen laboral especial MYPE y el tipo de contrato que se establecerá.

Tabla N°7
Escala remunerativa de la empresa en soles

Cargo en la empresa	No de personal	Horas de trabajo	Rem. mensual	Rem. Anual	CTS (15 Rem. diarias)	Gratificación (1/2 Rem. en el mes de Julio y Dic.)	Seguro ESSALUD (9%)	AFP Hábitat 11.73%	Total Anual
Gerente General	1	8	2200.00	26400.00	1100.00	2200.00	198.00	258.06	29639.94
Jefe de Adm. Y Vtas	1	8	1500.00	18000.00	750.00	1500.00	135.00	175.95	20209.05
Asist. de marketing	1	8	1000.00	12000.00	500.00	1000.00	90.00	117.30	13472.70
Jefe de operaciones	1	8	1500.00	18000.00	750.00	1500.00	135.00	175.95	20209.05
Cocinero	1	8	1000.00	12000.00	500.00	1000.00	90.00	117.30	13472.70
Asistente de cocina	1	8	930.00	11160.00	465.00	930.00	83.70	109.09	12529.61
Total									109,533.05

Fuente: Elaboración propia

- **Recibo por honorarios**

Tabla N°8
Escala remunerativa de trabajadores por recibo por honorarios

Cargo en la empresa	N° de personal	Horas de trabajo	Rem. mensual	Rem. Anual	Total Anual
Asesor de Vta. 1	1	8	930.00	11160.00	11160.00
Asesor de Vta. 2 Part time	1	4	465.00	5580.00	5580.00
Contador	1	-	600.00	7200.00	7200.00
Repartidor	1	8	930.00	11160.00	11160.00
Total					35,100.00

Fuente: Elaboración propia

- **Convenio de prácticas profesionales (Duración 6 meses)**

Tabla N°9
Escala remunerativa de practicante en soles

Cargo en la empresa	No de personal	Horas de trabajo	Rem. mensual	Rem. Por 6 meses	Total Anual
Practicante de nutrición	1	8	930.00	5580.00	5580.00
Total					5,580.00

Fuente: Elaboración propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa se inscribirá ante Registros Públicos como persona jurídica con el nombre de GOOD LIFE E.I.R.L, las características se escriben a continuación:

- Constituida por un titular
- El capital de la empresa está constituido por los bienes que aporta mediante una declaración jurada de la lista de bienes detallada, o también se puede aportar dinero en efectivo, dicho dinero se acredita mediante una declaración jurada.
- El titular o dueño de la empresa no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.
- El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma.
- El patrimonio de esta empresa es distinto al patrimonio del titular.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca es pieza fundamental para comenzar a crear clientes fieles, y con ello la identificación de nuestros empleados con la empresa. Por lo tanto, Indecopi es la entidad mediante la cual deberemos registrar dicha información y comenzar con nuestra comunicación. Para ello, se debe considerar lo siguiente:

1. Consignar el RUC
2. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
3. Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
4. Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
5. 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.

La Marca puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números o paquetes, objeto, emblema o elementos figurativos, la duración del proceso es de cuatro meses, y al realizar la validación de registro la marca tendrá 10 años de duración, renovables por iguales períodos.

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Al empezar un negocio en un local, propio o alquilado se requiere obtener una licencia de funcionamiento, el cual lo otorga las municipalidades donde se operará el negocio. Para el funcionamiento de nuestra fuente de soda saludable debemos proceder con los siguientes trámites administrativos;

- Licencia municipal de funcionamiento: La cual deberá ser otorgada por la Municipalidad de Los Olivos, con la finalidad de poder desarrollar nuestras actividades.
- Condiciones técnicas de seguridad establecidas por INDECI (Instituto nacional de Defensa Civil).
- Cumplir con la norma sanitaria, por lo tanto, debemos contar con carnet de sanidad.

Actualmente, la municipalidad de Los Olivos publicó la ORDENANZA N° 493-CDLO, con el cual facilita el otorgamiento de la licencia de funcionamiento en distintas zonas de Los Olivos.

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

El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

Tenemos los siguientes regímenes tributarios en el Perú:

	Nuevo Régimen Unico Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Si	Si	Si	Si
Persona Juridica	No	Si	Si	Si
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede 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
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Si	Si
Valor de activos fijos	70000	126000	Sin límite	Sin límite
	Con excepción de los predios y vehiculos	Con excepción de los predios y vehiculos		

Figura 5: Regímenes tributarios

Fuente: Plataforma digital única del estado peruano (2019)

Según lo indicado en la parte superior, se considerará el régimen tributario RMT (Régimen MYPE tributario) para nuestra empresa en marcha.

Para la obtención del RUC se puede realizar de dos formas Virtual o presencial, se detalla el proceso a seguir:

- **Forma Virtual:** Mesa de Partes Virtual (MPV-Sunat)
 - Formulario (guía) para inscripción o reactivación de personas jurídicas y otras entidades, lleno y escaneado.
 - Solicitud de acceso a clave SOL, lleno y escaneado.
 - Número de la partida electrónica de constitución de la empresa en Registros Públicos.

- Original de documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara, escaneado.

- **Forma Presencial:**

- DNI vigente, carné de extranjería, carné de identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, carné de permiso temporal de permanencia o pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana.
- Original de partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos, con antigüedad no mayor a 30 días calendario.
- Original de documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.
- Cumplir los requerimientos según el tipo de contribuyente a inscribir.

Debido a la situación que afronta el país SUNAT prioriza las solicitudes virtuales. A continuación, se muestra el formato a completar para la obtención de RUC virtualmente.

The image shows a web form titled "Registro de Expediente MPV". It contains several sections for data entry:

- Trámite:** A dropdown menu with "--Seleccione--".
- Asunto de la Solicitud:** A text input field with the placeholder "Ingrese de que trata la solicitud".
- Datos del Solicitante:** A section containing:
 - Tipo de Doc.:** A dropdown menu with "DNI".
 - Número de Doc.:** A text input field with "Número de Doc.".
 - Contenido:** A large text area with "Ingrese el contenido de su solicitud".
 - Dirección:** A text input field with "Ingrese la Dirección".
 - Correo Electrónico:** A text input field with "Ingrese el correo electrónico".
 - Celular:** A text input field with "Ingrese el Celular".
 - A checkbox area with the text: "Autorizo que las comunicaciones de la MPV-SUNAT se remitan a esta dirección de correo (en caso no cuente con Buzón SOL)".
- Archivos a Adjuntar:** A section for uploading files, including:
 - A "Seleccionar archivo" button.
 - A "Descripción del archivo:" text input field with "Ingrese la descripción de su archivo."
 - Instructions: "(Se permite hasta 10 archivos con un máximo de 10 Mb por cada uno)" and "* Solo se permiten los siguientes tipos de archivo: pdf,doc,docx,xls,xlsx,ppt,pptx,jpg,jpeg,xml,bt,xpl".
 - A table with columns "Archivo", "Tamaño", and "Descripción", currently empty with the message "Ningún dato disponible en esta tabla".
 - "Adjuntar" and "Eliminar" buttons.
 - A footer note: "Mostrando 0 de un total de 10 registros".

At the bottom of the form are two buttons: "Enviar" and "Limpiar".

Figura 6: Solicitud virtual de RUC.
Fuente: Sunat

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Según SUNAT:

La planilla electrónica es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

Tiene dos componentes:

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	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
PLAME	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 www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura 7: Componentes de Planilla electrónica
Fuente: SUNAT

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

La Ley **30056** (Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) así como el D. S. 013-2013-PRODUCE, son las normas que regulan sobre las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS –MYPES-, modalidad empresarial, que se diferencian únicamente por el nivel de ventas anuales.

Las micros empresas son aquellas cuyas ventas anuales no exceden de 150 UITs, mientras que las pequeñas empresas no pueden exceder los 1700 UITs.

La ley establece quienes no pueden acceder a los beneficios del Régimen Laboral MYPE, están excluidos:

- Las Empresas que constituyen grupo económico o vinculación económica.
- Las Empresas que tengan vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros, que no cumplan con dichas características.

- Las empresas que dividan sus unidades empresariales.
- Las empresas que Consignan información falsa.
- Empresas que se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines.

Se detalla las diferencias entre el Régimen laboral especial y Régimen laboral de MYPES.

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMUN	MICRO EMPRESA	PEQUENA 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 8: Regímenes tributarios
Fuente: Ministerio de Trabajo

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Un contrato de trabajo, como todo contrato, es un acuerdo en el que las partes firmantes concretan sus derechos y sus obligaciones sobre una determinada materia o hecho.

Se basa en tres elementos esenciales:

1. El servicio debe ser personal (no puede ser delegado)
2. Relación de subordinación entre el trabajador y el empleador,
3. Salario que el empleado recibe por el trabajo realizado.

Según el Ministerio de trabajo; tenemos las siguientes formas de contratación laboral.

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido
- Contratos de trabajo sujetos a modalidad,
 - ✓ Contrato por inicio o incremento de actividad
 - ✓ Contrato por necesidad de mercado.
 - ✓ Contrato por reconversión empresarial.
 - ✓ Contrato ocasional.
 - ✓ Contrato de suplencia.
 - ✓ Contrato de emergencia
 - ✓ Contrato por obra determinada o servicio específico.
 - ✓ Contrato intermitente
 - ✓ Contrato de temporada.

- Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial

Evaluando los contratos regulados por la Ley General del Trabajo, nuestra empresa contratará a su personal bajo la modalidad de contrato por Necesidad de mercado, se tendrá un contrato de trabajo a tiempo parcial y un convenio de prácticas para el puesto detallado en el punto de estructura orgánica.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Dentro del desarrollo de nuestra empresa se obtendrá los siguientes contratos comerciales:

- Contrato de proveedores: Se usará para nuestra compra de materia prima para la elaboración del desarrollo de nuestros productos.
- Contrato de Arrendamiento: Nuestra empresa se ubicará en un departamento alquilado, el cual se usará como taller para la elaboración de nuestros productos.
- Contrato de prestación de servicios: Se considera este contrato debido que nuestra contabilidad será tercerizada.
- Contrato de trabajo: Nuestros contratos a los trabajadores.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

El análisis al entorno del mercado es fundamental para identificar oportunidades y amenazas, con la finalidad de conocer las dificultades del ingreso al mercado y plantear estrategias que sean asertivas y positivas para la empresa.

2.1.1. Descripción de la salud poblacional

Según el INEI (Instituto Nacional de Estadística e informática), en el año 2019 el porcentaje de obesidad de las personas de 15 años a más y diabetes en la población peruana era 37.8 % y 3,9% respectivamente.

En el contexto actual, estas cifras resultan alarmantes para una gran parte de la población, ya que son componentes de alto riesgo de mortalidad si la persona se contagia del Covid 19 o requiere alguna otra intervención quirúrgica donde estas enfermedades preexistentes signifiquen una complicación de riesgo. Estos datos, entonces, nos demuestran que los peruanos debemos adoptar nuevos hábitos alimenticios, consumiendo lo que nos gusta, pero en cantidades moderadas e informándonos más sobre qué consumimos.

2.1.2. Descripción de consumo de los hogares peruanos

Según Kantar Worldpanel (KWP), La tendencia de buscar una alimentación saludable sigue en alza. el 54% de hogares peruanos se considera “saludable” o “muy saludable” en el estudio realizado sobre salud y etiquetado.

Ricardo Oie precisa:

Los consumidores saludables son aquellos que están cada vez más conscientes de lo que ellos mismos y sus familias comen. Son los que tratan de encontrar un balance en la alimentación, procuran que esta sea más sana y son más cuidadosos con lo que adquieren, leyendo las etiquetas. Además, señala que la alimentación “es un indicador clave” para que un consumidor se considere saludable o no.

En el año 2019, IPSOS realizó un estudio por el día de mundial de la alimentación, el cual nos muestra los resultados en la siguiente infografía:

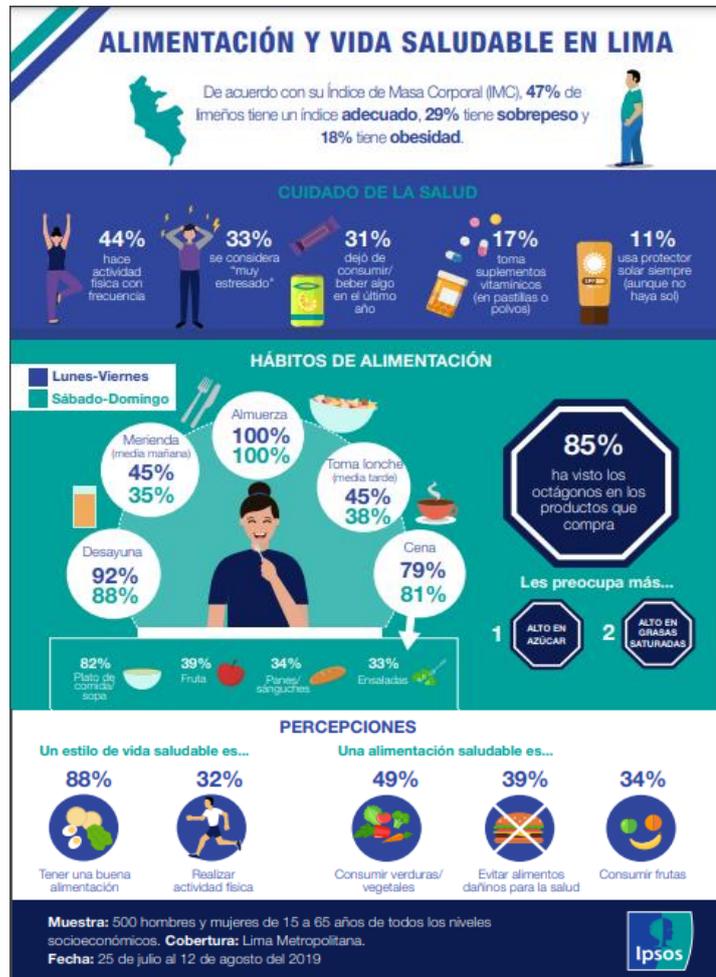


Figura 9: Infografía de alimentación y vida saludable en Lima
Fuente: Ipsos

En base a la infografía podemos seguir afirmando el alza que tiene la tendencia saludable, el 85% de las personas entrevistadas en dicho estudio, nos indican que visualizan la información de los octágonos al realizar su compra. Así como la percepción de una alimentación saludable, nos indica el 49% que una alimentación saludable es consumir verduras y vegetales.

2.1.3. Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

Con el decreto supremo N° 017-2017-SA se aprobó el reglamento de la Ley N° 30021, Ley de Promoción de la alimentación saludable.

Se resalta lo siguiente:

El reglamento precisa que una “alimentación saludable” es una alimentación variada las cuales contienen productos en estado natural o con procesamiento mínimo que aporte la energía y nutrientes que necesitamos para mantenernos sanos.

Por otro lado, nos indica las diferencias entre “alimentos naturales” y “alimentos procesados”, el primero hace referencia a todo aquello alimento obtenido en la fase de producción primaria de la cadena alimenticia en estado natural sin ser sometidos a transformación mientras los alimentos procesados son aquellos elaborados industrialmente.

Dentro de los parámetros técnicos que impone el reglamento se muestra:

Tabla N°10
Parámetros técnicos sobre los alimentos procesados

Parámetros Técnicos	Plazo de entrada en vigencia	
	A los seis (6) meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias	A los treinta y nueve (39) meses de la aprobación del Manual de Advertencias Publicitarias
Sodio en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 800 mg /100g	Mayor o igual a 400 mg /100g
Sodio en Bebidas	Mayor o igual a 100 mg /100ml	Mayor o igual a 100 mg /100ml
Azúcar Total en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 22.5g /100g	Mayor o igual a 10g /100g
Azúcar Total en Bebidas	Mayor o igual a 6g /100ml	Mayor o igual a 5g /100ml
Grasas Saturadas en Alimentos Sólidos	Mayor o igual a 6g /100g	Mayor o igual a 4g /100g
Grasas Saturadas en Bebidas	Mayor o igual a 3g /100ml	Mayor o igual a 3g /100ml
Grasas Trans	Según la Normatividad Vigente	Según la Normatividad Vigente

Fuente: Ley de Alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes

2.1.4. Análisis del entorno – Macro entorno

➤ Entorno demográfico

Según el estudio realizado por el Ministerio de salud(MINSA), nos indica que la población para el 2019 en el distrito de los Olivos fue 394.639 mil.

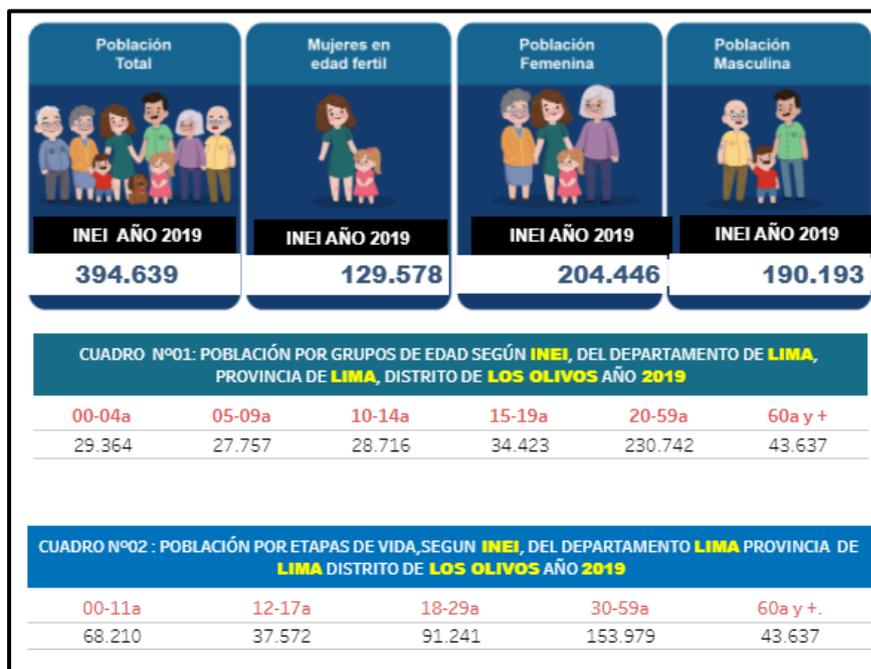


Figura 10: Población del distrito de Los Olivos 2019
Fuente: Ministerio de salud (Minsa)

➤ Entorno económico

En este punto analizaremos el PBI de la economía peruana y su frente hacia la pandemia que hemos vivido en el 2020 debido al Covid-19.

Entre el 2014 y el 2019, el crecimiento del PBI fue más lento, a una tasa promedio de 3.1 por ciento anual, en gran medida debido a la caída del precio internacional de las materias primas, entre ellas el cobre, el primer producto de exportación del país.

El Perú se ha visto gravemente afectado por la pandemia del COVID-19. Una estricta cuarentena generalizada llevó a un descenso del PBI de 17.4 % durante el primer semestre del 2020. De acuerdo a las encuestas de alta frecuencia del Banco Mundial, los hogares peruanos experimentaron una de las mayores pérdidas de empleo e ingresos de toda América Latina. Las pérdidas de empleo y la aversión al riesgo afectarán el consumo en lo que queda del año, mientras que la incertidumbre seguirá entorpeciendo la recuperación de la inversión privada.

➤ Entorno tecnológico

En nuestro país el crecimiento del sector tecnológico no ha sido ajena para los pequeños y medianos negocios, dichas empresas han empezado a invertir por las diversas posibilidades de crecimiento que les ofrece.

➤ Entorno Político - Legal

Tal como se mencionó en el análisis del entorno del mercado, actualmente se tiene la Ley de Alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. En el cual se cuenta con el manual de advertencias publicitarias el cual establece que los alimentos saludables deben llevar octógonos que adviertan altos niveles de azúcar, sodio, grasas saturadas y grasas trans.

➤ Entorno cultural

Actualmente nuestra sociedad por la llegada del COVID-19, optó por nuevas conductas, y el cumplimiento de las normas impuestas por el estado para mitigar el contagio.

A inicios de año se afrontó la cuarentena, el cual afectó varios sectores de nuestra economía, una de las más golpeadas fue el sector turismo, ya que se cancelaron los vuelos provenientes del exterior.

No obstante, pese a todas las restricciones impuestas por gobierno para mitigar la expansión de la pandemia, se declaró que no afectaría el abastecimiento de artículos de primera necesidad, los negocios de alimentos, medicinas y servicios financieros continúan operando, pero teniendo en cuenta las normas y protocolos de seguridad impuestas por el ejecutivo.

Analizando dicho panorama, podemos decir que un emprendimiento en estos tiempos es favorable ya que la población busca satisfacer sus necesidades evitando el contagio, y en base a eso ofrecemos nuestros productos saludables vía delivery.

2.1.5. Análisis del entorno – Micro entorno

Para el siguiente análisis procederemos a usar las cinco fuerzas de Porter, el cual es un modelo de análisis competitivo que fue creado por Michael Porter en el año 1979, en Harvard Business Review, dicho modelo nos permite analizar y

medir los recursos que contamos como empresa frente a cada fuerza identificada. Así nos encontraremos preparados para establecer y planificar estrategias.

➤ Poder de negociación de los clientes

En este análisis podemos decir que debido a la información que los clientes tienen acerca de la alimentación saludable, se formó una conciencia de la adquisición de este tipo de productos para que puedan tener un buen balance en su alimentación, he ahí donde se basa el poder de negociación ya que nuestros clientes están demostrando a través del alza en la tendencia saludable lo importante que es tener una vida saludable.

➤ Poder de negociación de los proveedores

En el sector de proveedores para nuestra empresa contamos con los mercados mayoristas el cual nos ofrecen las frutas a un precio por mayor. Para la elaboración de otros insumos contamos con proveedores que se encuentran brindando sus servicios por años dentro del mercado.

➤ Amenaza de nuevos competidores entrantes

El ingreso de un nuevo competidor en el sector no tiene tantas barreras de entrada, sin embargo, son pequeños emprendimientos que pueden comenzar a surgir después de la evaluación del nicho de mercado.

➤ Amenaza de nuevos productos sustitutos

Existe amenaza de productos sustitutos, como lo son las fuentes de sodas o venta de postres por las tiendas, pero no cuentan con la marca “saludable” que nuestra empresa brinda. Nosotros ofreceremos al cliente la información de valor nutricional y productos que apoyen a su vida saludable.

➤ Rivalidad entre los competidores

En la actualidad la industria de alimentos saludables en Los Olivos no se encuentra con muchos competidores directos. Sin embargo, si se cuenta con fuentes de sodas que tratan de ofrecer lo principal a los clientes, sin tener en cuenta el valor agregado que nosotros hemos identificado. Asimismo, no somos indiferentes a las empresas que a raíz de la tendencia saludables decidan incursionar en la zona. Por ello, como empresa nosotros buscamos lograr un rápido posicionamiento en el mercado para ser líderes.

2.1.6. Análisis de la empresa – FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.

El éxito de la dirección es diseñar estrategias a partir de las que la organización realiza de la mejor manera, obviamente tratando de evitar las

estrategias cuya probabilidad de éxito se encuentre en función de los pasivos competitivos (Wilhelm, 1992).

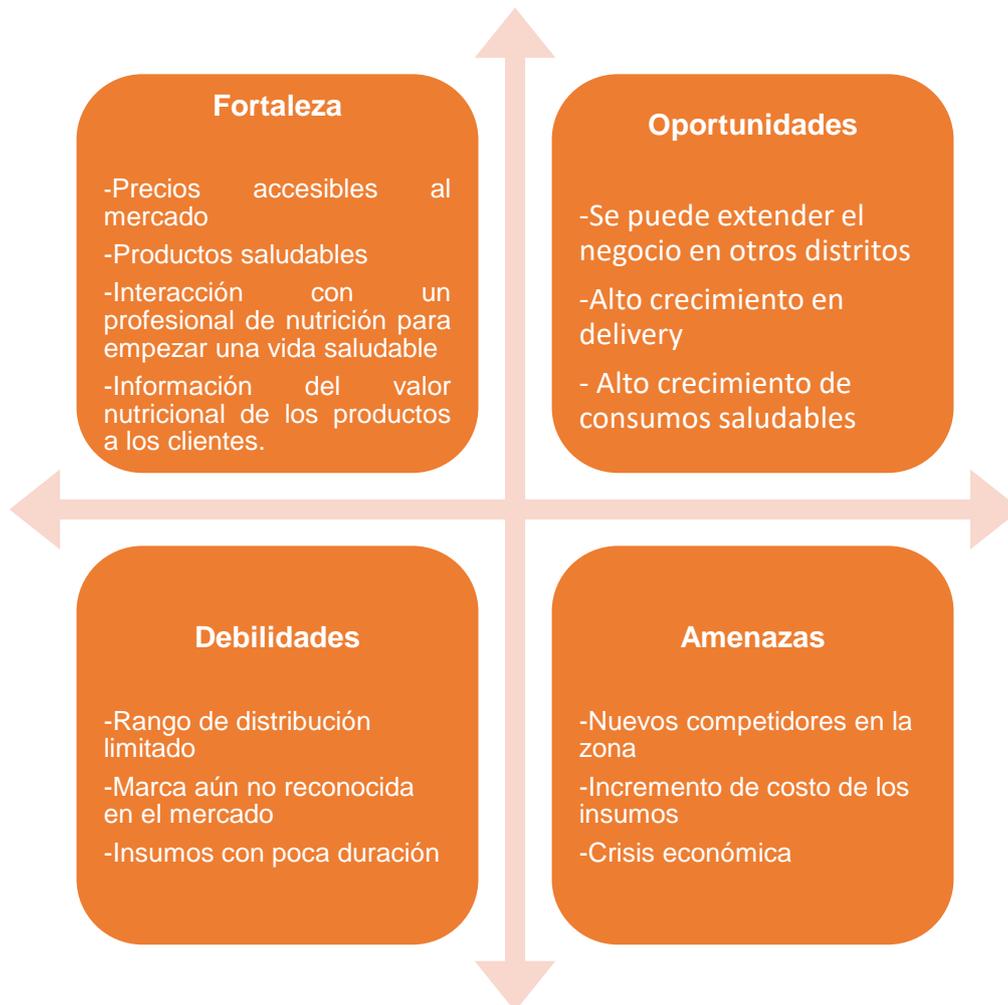


Figura 11: Análisis interno - FODA
Fuente: Elaboración propia

2.2. Ámbito de acción del negocio

2.2.1. Tamaño del mercado total

Para el total del tamaño de mercado y como parte de la segmentación de nuestro Público Objetivo, se toma la total población del distrito de los Olivos, según el censo realizado por CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado Y Opinión Pública).

Lima metropolitana 2019: Población y hogares según distritos				
(En miles de personas/ hogares)				
No.	DISTRITO	Población	%	Hogares
1	San Juan de Lurigancho	1,157.6	11.0	286.7
2	San Martín de Porres	724.3	6.8	183.7
3	Ate	667.2	6.3	172.5
4	Comas	575.8	5.4	137.9
5	Villa María del Triunfo	442.2	4.2	107.7
6	Villa El Salvador	437.1	4.1	99.0
7	San Juan de Miraflores	393.3	3.7	92.9
8	Puente Piedra	367.7	3.5	91.5
9	Carabayllo	365.8	3.5	89.4
10	Los Olivos	360.5	3.4	93.3

Figura 12: Población y hogares según distritos

Fuente: Compañía Peruana de estudios de mercado y opinión pública

2.2.2. Tamaño del mercado disponible

Para poder identificar nuestro mercado disponible, consideraremos las personas dispuestas a optar por una alimentación saludable en una fuente de soda.

Según el estudio elaborado por la consultoría Arellano Marketing y Kantar Worldpanel KWP Perú, muestra las siguientes edades de las personas que consideran que tienen alimentación saludable: 18 a 24 (18%), 25 a 34 (23%), 35 a 44 (21%) y 45 a 54 (20%).

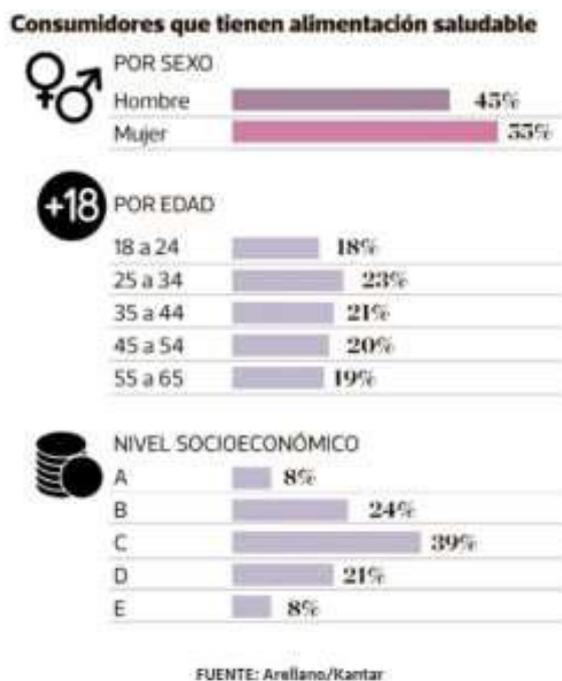


Figura N°13: Consumidores de alimentación saludable
Fuente: Arellano/Kantar

2.2.3. Mercado objetivo

La empresa se ubicará en el Condominio Torres de los Olivos, que está conformado por veinticuatro blocks (24) de treinta y seis departamentos cada uno teniendo un total de 864 hogares. Se consideraron las siguientes características para la determinación de nuestro público objetivo:

Lugar de Residencia: Condominio Torres de los Olivos

Rango de edad: Entre 18 años a más

Nivel socio – económico: Nivel A, B y C

Mi público objetivo serán los jóvenes y adultos. Según las encuestas realizadas se pudo identificar diversos factores que me permitieron conocer la

demanda que se tiene dentro del condominio y el poder adquisitivo de las familias que conforman el mercado.

Se realizaron sesenta encuestas, la encuesta se estructuró con preguntas que nos llevaron a conocer las preferencias de los residentes, así como el nivel socioeconómico entre otros aspectos relevantes que nos permiten conocer a nuestro mercado objetivo.

En la primera parte, se identificó el género de los residentes teniendo el 43% masculino, y el 57% femenino (ver Tabla 11).

Tabla N°11

Cantidad de personas encuestadas según género

Género	TOTAL	Porcentaje%
Femenino	34	57%
Masculino	26	43%
Total general	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, se identificó el número de integrantes de las familias según nivel socioeconómico, teniendo un 35% de familias con tres integrantes el porcentaje mayor dentro de nuestra tabla y en una minoría un 2% de un solo integrante (ver Tabla 12).

Tabla N°12

Número de integrantes según nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico/N° de integrantes	1	2	3	4	5	6	Total general
Nivel A			4	1	6	3	14
Nivel B		1	5	9	4	1	20
Nivel C	1	6	12	4	3		26
Total general	1	7	21	14	13	4	60
Porcentaje %	2%	12%	35%	23%	22%	7%	100%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al rango de edades, identificamos que el rango de edad con mayor porcentaje es de 25 a 35 años el cual representa un 45% de nuestros encuestados (ver Tabla 13).

Tabla N°13

Rango de edad de residentes

Nivel socioeconómico	Rango de 18-24	Rango de 25-35	Rango de 36-49	Rango de 50 a más	Total general
Nivel A	1	2	6	5	14
Nivel B	0	10	8	2	20
Nivel C	6	15	3	2	26
Total	7	27	17	9	60
Porcentaje	12%	45%	28%	15%	100%

Fuente: Elaboración propia

Dentro de nuestros encuestados, podemos identificar tres niveles socioeconómicos el cual el 43% se encuentra en el nivel C, siendo la mayoría de nuestros encuestados. Mientras que el nivel B y A corresponde el 33% y 23% respectivamente (ver Tabla 14).

Tabla N°14

Nivel socioeconómico de residentes

Nivel socioeconómico	Total	Porcentaje
Nivel A	14	23%
Nivel B	20	33%
Nivel C	26	43%
Total General	60	100%

Fuente: Elaboración propia

En la segunda parte de nuestra encuesta, nos enfocamos en conocer acerca del consumo de nuestros clientes respecto a los productos a ofrecer. Para ellos tenemos la siguiente información:

Para el consumo de los productos a ofrecer, podemos visualizar según los resultados que se tiene una gran aceptación para los tres productos que tendremos en nuestra carta como lo son los jugos, postres y sándwiches (ver Tabla 15).

Tabla N°15
Consumo de productos de los residentes

Consumo de productos	SI	Porcentaje	NO	Porcentaje	Total	Porcentaje
¿Consume jugos de fruta fuera de su hogar?	56	93%	4	7%	60	100%
¿Consume postres fuera de su hogar?	58	97%	2	3%	60	100%
¿Consume sándwiches fuera de su hogar?	55	92%	5	8%	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Se identificó la frecuencia de consumo respecto a los productos antes mencionados, para lo cual se obtuvo una frecuencia de consumo de dos veces por semana para los jugos, y una vez por semana para postres y sándwiches en general (ver Tabla 16).

Tabla N°16
Frecuencia de consumo de productos de los residentes

Frecuencia de compra	¿Con qué frecuencia compra jugos fuera de su hogar?		¿Con qué frecuencia compra postres fuera de su hogar?		¿Con qué frecuencia compra Sándwiches fuera de su hogar?	
		%		%		%
1 vez a la semana	21	35%	30	50%	26	43%
2 veces a la semana	23	38%	24	40%	23	38%
3 veces a la semana	11	18%	4	7%	11	18%
4 veces a la semana	1	2%	2	3%	0	0%
Más de 4 veces a la semana	4	7%	0	0%	0	0%
Total general	60	100%	60	100%	60	100%

Fuente: Elaboración propia

A los clientes se les consultó acerca de los precios promedio que pagan por los productos para lo cual tenemos la siguiente información;

Por un vaso de jugo los residentes en un 52% pagan en promedio S/ 6.00 a S/ 8.00, mientras que el 48% pagan entre S/9.00 a S/ 12.00 (ver Tabla 17).

Tabla N°17

Pregunta 10 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un jugo?

Rango de precio	¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un jugo?	Porcentaje
a) S/ 6.00 a S/ 8.00	31	52%
b) S/ 9.00 a S/ 12.00	29	48%
Total	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Por una porción de postre los residentes en un 57% pagan S/ 6.00 a S/ 8.00, y un 8% paga de S/8.00 a más (ver Tabla 18).

Tabla N°18

Pregunta 23 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra postres(porción)?

Rango de precio	¿Qué precio promedio paga usted cuando compra postres(porción)?	Porcentaje
a) S/ 5.00 a S/6.00	21	35%
b) S/ 6.00 a S/8.00	34	57%
c) S/ 8.00 a más	5	8%
Total general	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Por un sándwich los residentes en un 88% pagan entre S/8.00 a S/ 10.00, y tenemos un 2% que paga entre S/ 13.00 a más (ver Tabla 19).

Tabla N°19
Pregunta 28 ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un sándwich?

Rango de precio	¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un sándwich?	Porcentaje
S/ 10.00 a S/13.00	6	10%
S/ 8.00 a 10.00	53	88%
S/13.00 a más	1	2%
Total general	60	100%

Fuente: Elaboración propia

En una tercera parte, se consultó a los encuestados acerca de su consumo de productos saludables para lo cual se obtuvo la siguiente información;

Acerca del consumo de productos saludables tenemos un 78% de los residentes quienes suelen consumir este tipo de productos (ver Tabla 20).

Tabla N°20
Pregunta 13 Con respecto a consumir productos saludables, ¿Usted lo consume fuera del hogar?

	Si	Porcentaje	No	Porcentaje	Total	%
Con respecto a consumir productos saludables ¿Usted lo consume fuera del hogar?	47	78%	13	22%	60	100%

Fuente: Elaboración propia

Según lo informado por los encuestados, el 85% de los residentes no tienen la información del valor nutricional por los productos que adquieren (ver Tabla 21).

Tabla N°21

Pregunta 31 ¿Cuándo compra en una fuente de soda, los productos que adquiere informan sobre su valor nutricional?

Respuesta	¿Cuándo compra en una fuente de soda, los productos que adquiere informan sobre su valor nutricional?	Porcentaje
a) Sí	9	15%
b) No	51	85%
Total general	60	100%

Fuente: Elaboración propia

La empresa adicional a los productos a vender, para seguir impulsando el consumo de productos saludables, tendrá a disposición de nuestros clientes un blog para interactuar con un nutricionista y tener consejos diarios para continuar con este estilo de vida. Por lo cual, se consultó a nuestros encuestados acerca de su aceptación y se obtuvo un 73% totalmente de acuerdo a la interacción (ver Tabla 22).

Tabla N°22

Aceptación de interacción con un nutricionista

Etiquetas de fila	¿Qué le parecería interactuar con una nutricionista a través de un blog para el inicio de una alimentación saludable?	Porcentaje
a) Totalmente de acuerdo	44	73%
b) De acuerdo	13	22%
c) Neutral	3	5%
Total general	60	100%

Fuente: Elaboración propia

2.3. Descripción del bien o del servicio

La empresa es una fuente de soda, el cual ofrecerá a sus clientes postres, sándwiches y jugos saludables, nuestra idea es brindar a los comensales información del valor nutricional de cada producto ya que buscamos puedan consumir porciones balanceadas que ayuden a mantener la vida saludable que tienen o deseen iniciar.

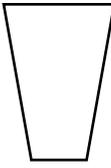
Además de ello, contaremos con un blog donde nuestros clientes podrán interactuar con una nutricionista y también contarán con información relacionada a nuestra idea de negocio.

Para poder cumplir con nuestro objetivo y el cliente se encuentre informado, en los pedidos a entregar se colocará la información de las calorías, y dentro de nuestra página web podrá visualizar el valor nutricional.

2.3.1. Características principales del producto

Dentro de nuestra carta como se detalló en el punto 2.3 tenemos tres categorías principales, el cual tiene una presentación para nuestro público según el detalle del cuadro:

Tabla N°23
Características de los productos

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRESENTACIÓN
Jugos	Nuestros jugos serán a base de fruta, para la elaboración se usarán insumos de calidad.	Grande 700ml  21oz
Postres	Nuestros postres serán elaborados con productos bajos en calorías.	Tamaño único
Sándwich	Nuestros sándwiches serán elaborados con nutrientes y usando productos bajos en calorías.	Tamaño único

Fuente: Elaboración propia

Los clientes al ingresar a nuestra página web podrán visualizar el detalle de los productos e imágenes referenciales. Según lo indicado en la tabla, solo se tendrá un tamaño único para la presentación de nuestros jugos el cual será de 21oz. los postres y sándwiches se venderán por porciones.

2.3.2. Marca

La marca en una empresa es importante ya que nos permite poco a poco ganar la confiabilidad de nuestros clientes e iniciar una identificación de nuestros colaboradores hacia la empresa. Por ello, debe ser fácil y sencillo de recordar.

A continuación, se muestra la Marca y slogan a usar dentro de nuestra empresa.



Figura 14: Marca de la empresa
Fuente: Elaboración propia

2.4. Estudio de la demanda

2.4.1. Definición de demanda

Kotler (2002), afirma que "la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago" (Pág. 54).

Diversos autores han definido la demanda y la coincidencia se da en señalar la importancia para el inicio de actividades de una empresa. Partiendo de ellos, identificamos el conjunto de partes que conforma la demanda.

- Cantidad de bienes y servicios
- Compradores o consumidores
- Necesidad y deseo
- Disposición de adquisición
- Capacidad de pago
- Precio y lugar establecido

Partiendo de las encuestas, se pudo identificar la demanda que tenemos en el Condominio Torres de Los Olivos, se procede a detallar por cada producto:

En el caso de jugos, por cada segmento se pudo identificar la frecuencia de consumo lo cual nos permitió realizar el cálculo de demanda. Anualmente, tendríamos un valor en unidades de 87,335 jugos y mensualmente nuestra demanda de jugos sería 7,278.

SEGMENTOS	CONDOMINIO TORRES DE LOS OLIVOS		CONSUMO DE JUGOS				FRECUENCIA ANUAL DE COMPRA	TOTAL COMPRA EN CONDOMINIO MES	PRECIO POR JUGO [VASO 210Z]	VALOR DEL MERCADO ANUAL	VALOR DEL MERCADO EN UNIDADES - ANUAL
	%	Total Hogares - Dpto	%	Hogares	Cantidad media de consumo	Frecuencia de consumo	VECES AL AÑO	JUGO 21oz	SOLES	MILES DE SOLES	UNIDADES
A	24	207	100	207	3.0	12	144	36	7.00	625,968.00	29,808
B	33	285	90	257	3.0	8	96	24	7.00	518,112.00	24,672
C	43	372	92	342	2.0	8	96	16	7.00	459,970.6	32,855
TOTAL	100	864	93	806	3	9	67	25	7.00	1,604,050.56	87,335

Figura 15: Demanda de jugos en el Condominio Torres de Los Olivos
Fuente: Elaboración propia

En el caso de postres, nuestra demanda anual identificada en el Condominio es 48,612 unidades, obteniendo una demanda mensual de 4,051 porciones de postres.

SEGMENTOS	CONDominio TORRES DE LOS OLIVOS		CONSUMO DE POSTRES				FRECUENCIA ANUAL DE COMPRA	TOTAL COMPRA EN CONDOMINIO MES	PRECIO POR PORCIÓN	VALOR DEL MERCADO ANUAL	VALOR DEL MERCADO EN UNIDADES - ANUAL
	%	Total Hogares - Dpto	%	Hogares	Cantidad media de consumo por vez	Frecuencia de consumo mes	VECES al año	PORCIÓN	SOLES	MILES DE SOLES	UNIDADES
A	24	207	100	207	2.0	8	96	16	7.50	298,080.00	19,872
B	33	285	90	257	2.0	4	48	8	7.50	184,680.00	12,312
C	43	372	92	342	2.0	4	48	8	7.50	246,412.8	16,428
TOTAL	100	864	93	806	2.00	5	38.4	10.7	7.50	729,172.80	48,612

Figura 16: Demanda de postres en el Condominio Torres de Los Olivos
Fuente: Elaboración propia

En el caso de sándwich, nuestra demanda anual identificada en el condominio es de 70,860 unidades, con una demanda mensual de 5,905 unidades de sándwiches.

SEGMENTOS	CONDominio TORRES DE LOS OLIVOS		CONSUMO DE SANDWICH				FRECUENCIA ANUAL DE COMPRA	TOTAL COMPRA EN CONDOMINIO MES	PRECIO POR SANDWICH	VALOR DEL MERCADO ANUAL	VALOR DEL MERCADO EN UNIDADES - ANUAL
	%	Total Hogares - Dpto	%	Hogares	Cantidad media de consumo por vez	Frecuencia de consumo mes	VECES al año	UNIDAD	SOLES	MILES DE SOLES	UNIDADES
A	24	207	100	207	4.0	12	144	48	9.00	1,073,088.00	29,808
B	33	285	90	257	3.0	8	96	24	9.00	664,848.00	24,624
C	43	372	92	342	2.0	4	48	8	9.00	295,695.4	16,428
TOTAL	100	864	93	806	3.00	8.00	58	26.7	9.00	2,033,631.36	70,860

Figura 17: Demanda de sándwich en el Condominio Torres de Los Olivos
Fuente: Elaboración propia

2.5. Estudio de la oferta

En la actualidad, el condominio Torres de los Olivos no cuenta con variedad de negocios a sus alrededores. Sin embargo, se puede encontrar tiendas con productos de primera necesidad y algunos postres, así como un boulevard pequeño donde se ubica un negocio ofreciendo desayunos y jugos, y en algunas ocasiones cena. Asimismo, se cuenta con emprendedores dentro del condominio sin embargo no ofrecen los productos que nosotros tendremos en nuestra carta.

Tomando en cuenta el negocio que podría ser considerado como un competidor directo a nuestra empresa ya que ofrece jugos y desayunos, podemos decir que debido al tamaño del negocio y a la cantidad de hogares no estaría cumpliendo con la demanda identificada.

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para poder realizar el cálculo de nuestra demanda insatisfecha, tomamos los datos obtenidos en la encuesta. Teniendo como figura los siguientes datos:

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

Tabla N°24
Demanda anual de productos expresado en unidades

SEGMENTOS	VALOR DEL MERCADO EN UNIDADES - ANUAL		
	JUGOS	POSTRES	SANDWICH
A	29,808	19,872	29,808
B	24,672	12,312	24,624
C	32,855	16,428	16,428
TOTAL	87,335	48,612	70,860

Fuente: Elaboración propia

Evaluando la oferta que se tiene acerca de estos productos, como se mencionó anteriormente no contamos una competencia directa. Sin embargo, se evalúa las opciones que tienen los residentes del condominio para satisfacer la necesidad de una fuente de soda. Para ello se considera lo siguiente:

Oferta Mensual: Fuente de Soda “Teresa”

Jugos: 1500 unidades mensuales

Postres: 1000 unidades mensuales

Sándwiches: 800 unidades mensuales

Demanda Mensual: Condominio Torres de Los Olivos

Jugos: 7,278 unidades mensuales

Postres: 4,051 unidades mensuales

Sándwiches: 5,905 unidades mensuales

En consecuencia, tendríamos la siguiente demanda insatisfecha mensual por producto a ofrecer en el Condominio.

Tabla N°25
Demanda insatisfecha mensual expresado en unidades

Producto	Demanda mensual	Oferta mensual	Demanda insatisfecha Mensual	Demanda insatisfecha Anual
Jugos	7278	1500	5778	69,336
Postres	4051	1000	3051	36,612
Sándwich	5905	800	5105	61,260
		Total	13934	167,208

Fuente: Elaboración propia

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Según nuestras evaluaciones, se busca un crecimiento del 3% para los 5 primeros años, lo cual nuestra provisión de ventas anuales sería la siguiente:

Producto Jugos:

Tabla N°26

Proyección de venta de Jugos

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a Vender	19,200	19,776	20,369	20,980	21,610

Fuente: Elaboración propia

Producto Postres:

Tabla N°27

Proyección de venta de postres

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a Vender	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506

Fuente: Elaboración propia

Producto Sándwich:

Tabla N°28

Proyección de venta de postres

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a Vender	11,760	12,113	12,476	12,850	13,236

Fuente: Elaboración propia

2.8. Descripción de la política comercial

Se establecerá políticas comerciales que permita al mercado poder apreciarnos, y elegir nuestros productos entre otros parecidos.

- **Precio:** Nuestra política de precio se adaptará a las características del producto, asimismo el precio indicado incluirá IGV. Esta política se mantendrá y asumiendo el crecimiento del negocio, existirán mayores ingresos por lo que aumentará la disposición para invertir en campañas.

- **Condiciones de venta:** Se considerará ventas con pagos al contado o contra entrega y créditos de 7 días.
- **Política de remuneración:** Los sueldos serán mensuales y se establecerá una remuneración fija, no se realizará pago de bonos por venta.
- **Tipo de pago:** Los clientes tendrán la opción de realizar pagos en efectivo, transferencia o aplicativos de pago de BCP.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

El cuadro de la demanda proyectada para el negocio se realizó bajo el método de proyección porcentual utilizando la frecuencia de compra anual de los hogares, por el 3% de crecimiento propuesto evaluando la aceptación de nuestros consumidores.

Tabla N°29
Demanda proyectada en unidades

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JUGOS	19,200	19,776	20,369	20,980	21,610
POSTRES	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
SANDWICH	11,760	12,113	12,476	12,850	13,236
TOTAL ANUAL	42,960	44,249	45,576	46,943	48,352
TOTAL					
MENSUAL	3580	3687	3798	3912	4029
TOTAL DIARIO	119	123	127	130	134

Fuente: Elaboración propia

La demanda proyectada en unidades para el negocio en el año 2025 es de 48,352 expresada en unidades, se mantendrá el precio establecido para los tres productos.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, factores determinantes

La determinación del tamaño de una inversión se relaciona con las proyecciones sobre tendencias de la demanda del producto generado con el proyecto.

Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto al mercado:

1. La cantidad demandada total sea inferior a la menor de las unidades productoras posibles de instalar
2. La cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar,
3. La cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

3.2. Proceso y Tecnología

En este capítulo se toma en cuenta los recursos y aquellos equipos que son necesarios para la implementación de la fuente de soda. Se analiza cada factor para poder identificar y establecer los procesos que tendrá nuestra empresa.

3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Identificar nuestros procesos claves nos permitirá determinar los principales componentes, y ordenar nuestras actividades. Asimismo, el conocer nuestras actividades nos permite ver oportunidades de mejora para que el proceso se simplifique y obtener mayores resultados.

Proceso de compra de insumos

1. Crear requerimiento de compra
2. Revisión de la solicitud
3. Aprobación
4. Evaluación de cotización de proveedores
5. Selección de proveedor
6. Negociación y cierre de compra
7. Recepción

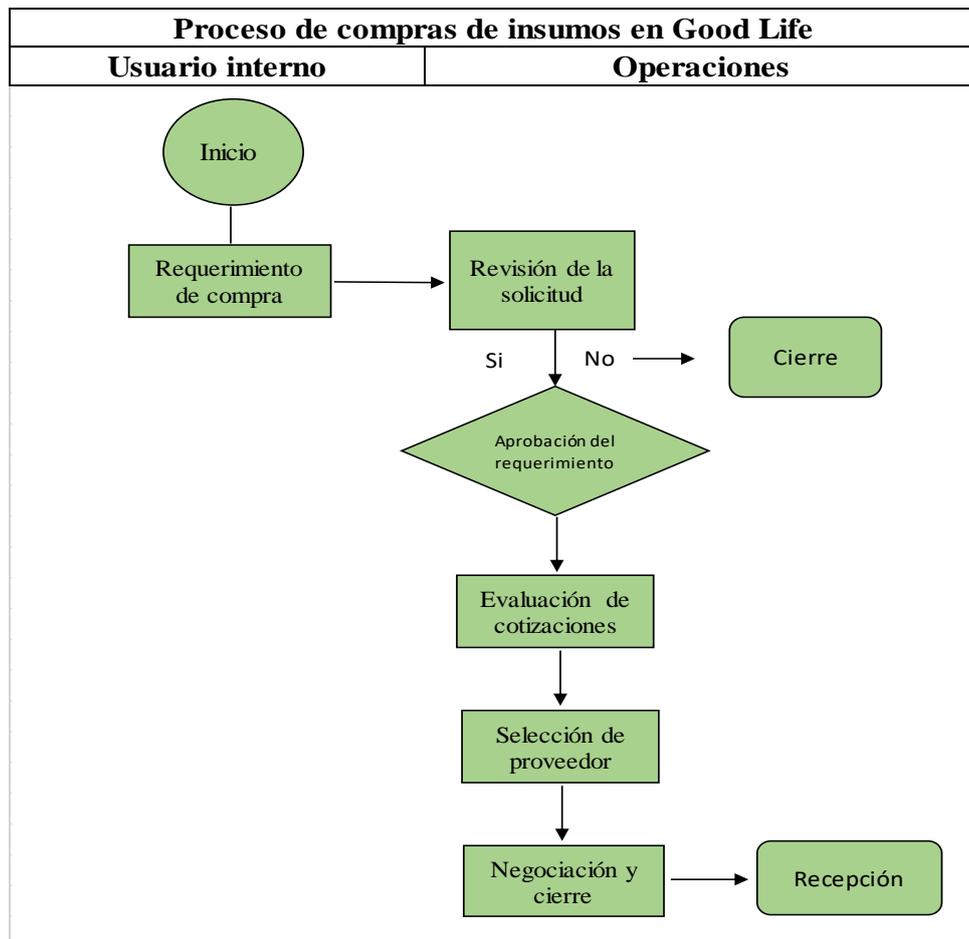


Figura 18: Proceso de compra de insumos
Fuente: Elaboración propio

Proceso de venta online

1. Ingreso a la web
2. Buscar producto
3. Elección del producto
4. Elección de la forma de pago
5. Registro de compra en el sistema
6. Preparación del producto
7. Emisión de la boleta o factura
8. Entrega de producto

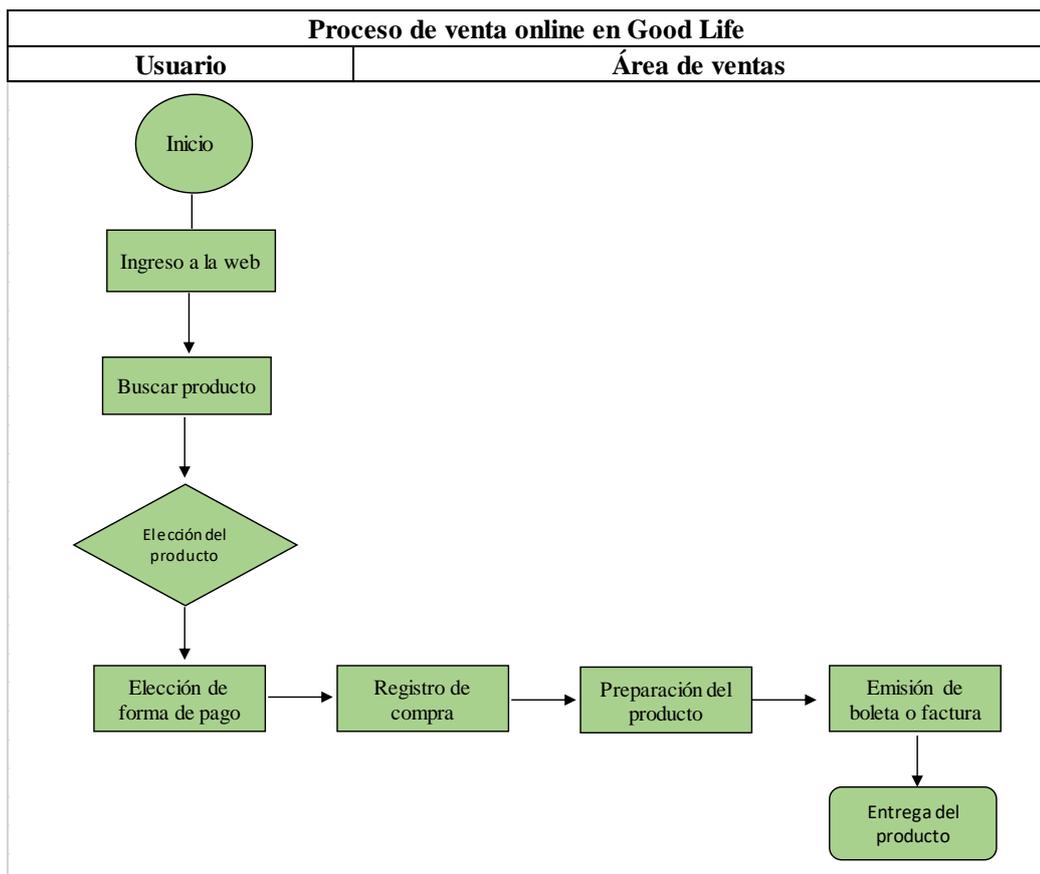


Figura 19: Procedo de venta de la empresa
Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

3.2.2.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es un concepto muy utilizado cuando de programar procesos productivos se requiere y hace referencia a la disponibilidad de los medios de producción necesarios para poder operar o prestar un servicio sin contratiempos y con los mayores niveles posibles para obtener la máxima ganancia

Según la investigación realizada, se considerarán 6 días a la semana para la venta de los productos. En base a ello, tenemos la siguiente tabla que nos mostrará las horas laboradas al mes;

Tabla N°30
Nro. de horas laboradas al mes

Variable	U/M	Horas al día	Horas a la semana	Horas al mes
(+) N° de días laborables al mes	26 días	10 hrs	60 hrs	260 hrs
(+) N° horas disponibles al mes				260hrs

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la capacidad instalada del establecimiento, se cuenta con 75m² de los cuales seis espacios serán usados para las operaciones de nuestra empresa. Y los colaboradores podrán contar con un espacio para el descanso. Por lo cual se estaría usando por la capacidad máxima del establecimiento.

La capacidad instalada de la empresa está en base a la demanda identificada según las encuestas realizadas, dentro de los tres productos se ingresaría al mercado 119 unidades por producto para la venta diaria. Considerando ventas más altas los fines de semanas en el cual se tiene mayor consumo según la investigación.

Dentro de nuestra capacidad operativa, se tendrá dos encargados de la elaboración de los productos los cuales se encontrarán dentro del rango de horario de apertura de la fuente de soda, el cual nos permitirá cumplir con la demanda.

Tabla N°31
Capacidad diaria de productos

CAPACIDAD DIARIA	JUGOS	POSTRES	SÁNDWICH	TOTAL
	53	33	33	119
CAPACIDAD MENSUAL	1600	1000	980	980

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

La planeación de personal es el proceso de anticipar la contratación de personas para que la empresa inicie su curso, y así pueda comenzar a cumplir sus metas. El requerimiento de personal consiste en la solicitud que realiza una empresa para poder contratar profesionistas de diferentes niveles y orientaciones.

Tabla N°32

Cuadro de requerimiento de Recursos humanos – Good Life

NO	Cargo en la empresa	No de personal	Sueldo	Total S/
01	Gerente General	1	2200	2200
	Jefe de administración y	1	1500	1500
02	ventas			
03	Asesor de venta 1	1	930	930
04	Asistente de marketing	1	1000	1000
05	Jefe de operaciones	1	1500	1500
06	Cocinero	1	1000	1000
07	Asistente de cocina	1	930	930
08	Repartidor	1	930	930
09	Asesor de Ventas-Part time	1	465	465
10	Practicante de nutrición	1	930	930
11	Contador	1	600	600
			Total	11,985

Fuente: Elaboración propia

En los siguientes cuadros se detalla los equipos, muebles e indumentaria necesarias para la implementación en la empresa. Se detallan los costos finales por cada ítem mencionado, así como el costo total que nos conlleva la adquisición de cada equipo.

Tabla N°33

Cuadro de requerimiento de Equipos –Good Life

N/O	Artículos	Cantidad	Total S/.
01	Refrigeradora	1	749
02	Cocina	1	599
03	Artefactos(Batidora,Licuadaora,Sandwichera)	4	616
04	Mesa de repostería	1	1800
05	Vitrina refrigerada	1	2150
06	Filtrador de agua	1	119
07	Comedor	1	269
08	Cooler	1	60
09	Balanza	2	30
10	Moldes y utensilios	varios	550
11	Televisor + instalación	1	700
Total			7,642

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°34
Cuadro de Muebles e Indumentaria – Good Life

N/O	Artículos	Cantidad	Total S/.
01	Escritorios para PC	4	600.00
02	Sillas de escritorio	3	354.00
03	Uniformes	9	465.00
04	Sillones puf	2	279.80
Total			1,698.80

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°35
Cuadro de Tecnología – Good Life

N/O	Artículos	Cantidad	Total S/.
01	Celulares	2	400
02	Laptops	3	4500
03	Impresora	1	300
Total			5,200

Fuente: Elaboración propia

Se tiene un costo final total entre los equipos, muebles e indumentaria y tecnología de S/ 14,540.80 Son los equipos necesarios para poder iniciar nuestras operaciones.

3.2.4. Infraestructura y características físicas

Para la apertura de nuestra fuente de soda, se debe cumplir con las normas establecidas por la Municipalidad de Los Olivos, el cual es el distrito donde se operará. Nuestra infraestructura será un departamento dentro del Condominio Torres de Los Olivos.

Se realizó la distribución del área según lo evaluado para el negocio, se contará con ocho espacios que se usarán para el área de operaciones y el área administrativa. Cada uno de ellos contará con los equipos necesarios para la realización de sus actividades. A continuación, se detalla cada división dentro del departamento que cuenta con 75m²:

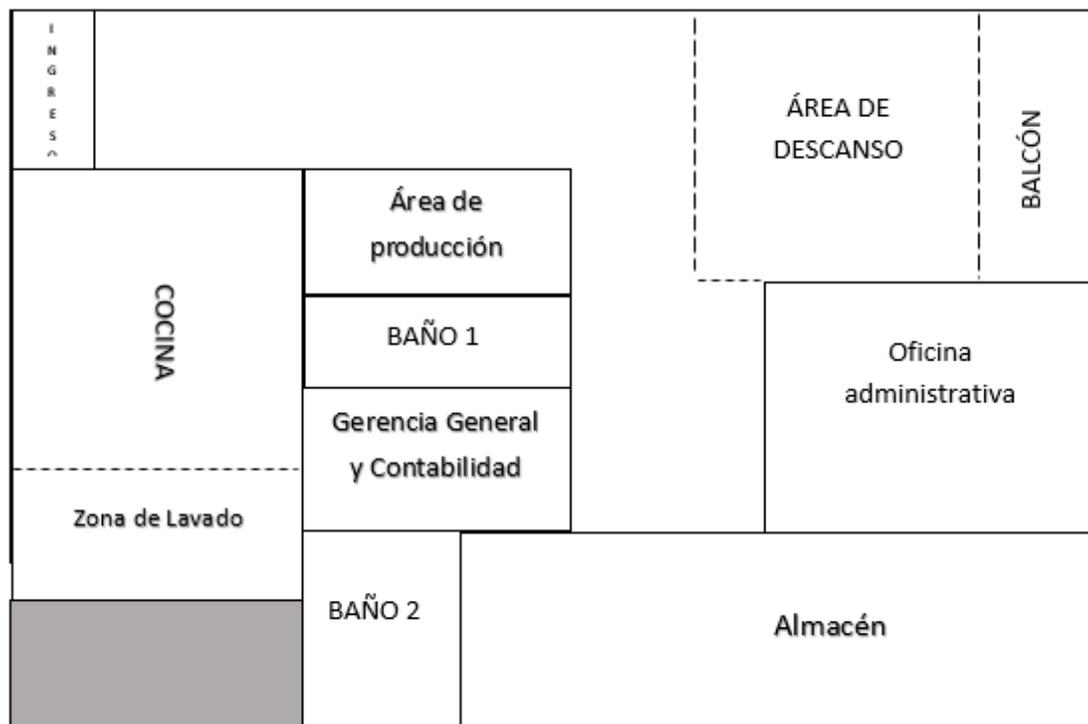


Figura 20: Características físicas del local para la elaboración de productos.
 Medida: 75m²
 Fuente: Elaboración propia

El área administrativa estará ubicada en dos oficinas para desarrollar sus actividades principales. La parte de producción contará con tres espacios, la cocina, área de producción y almacén. Dichos espacios son indispensables para el inicio y finalización del producto hasta la entrega.

Para los colaboradores se contará con un área de descanso el cual estará dividido entre una sala estar y un comedor pequeño.

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

La localización es un punto fundamental para la viabilidad de nuestro negocio, una ubicación estratégica nos brinda beneficios a la empresa, así como también escogerla de forma incorrecta nos puede llevar al fracaso o gastos

innecesarios para una reubicación. Para poder tomar una decisión debemos evaluar diversos aspectos, y que ellos nos lleven a poder lograr nuestros objetivos.

Respecto a la evaluación de macro localización se evaluó los distritos dentro de Lima, para que con ello podamos escoger un distrito de ubicación. Una vez elegido el lugar se evaluó las zonas específicas lo que llevo a ubicar el negocio en el condominio Torres de Los Olivos.

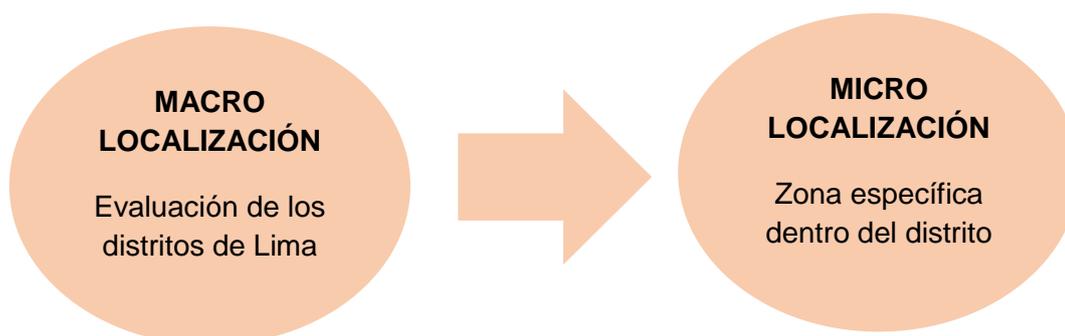


Figura 21: Factores de macro y micro localización
Fuente: Elaboración propia

En nuestro panorama tenemos al Condominio Torres de Los Olivos el cual cuenta con cuatro etapas. Por ello, para poder evaluar cuál sería la localización óptima consideraremos las tres primeras etapas. Obteniendo lo siguiente:

Tabla N°36
Evaluación de factores para la localización

Factor de localización	Factor de ponderación	1era etapa		2da etapa		3era etapa	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía a clientes	0.30	5	1.50	4	1.20	2	0.60
Cercanía a proveedor	0.25	3	0.75	5	1.25	3	0.75
Costo de alquiler	0.15	3	0.45	3	0.45	4	0.60
Espacio disponible	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30
Seguridad	0.20	3	0.60	3	0.60	2	0.40
Totales	1.00		3.50		3.90		2.65

Fuente: Elaboración propia

Según nuestra evaluación, tenemos como mejor opción un departamento que se ubica en la segunda etapa con un puntaje de 3.90. Ubicarnos en este punto nos permitirá tener una flexibilidad para nuestras actividades.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

4.1.1. Inversión Tangible

Los activos tangibles son activos físicos. Los activos tangibles se utilizan como ayuda en las operaciones diarias de una empresa y pueden convertirse en efectivo si es necesario.

Tabla N°37
Evaluación de factores para la localización

N/O	Artículos	Cantidad	Total S/.
01	Refrigeradora	1	749
02	Cocina	1	599
03	Artefactos(Batidora,Licuadaora,Sandwichera)	4	616
04	Mesa de repostería	1	1800
05	Vitrina refrigerada	1	2150
06	Filtrador de agua	1	119
07	Comedor	1	269
08	Sillones puf	2	279.8
09	Celulares	2	400
10	Laptops e impresora	3	4800
11	Escritorios para PC	4	600
12	Cooler	1	60
13	Moldes y utensilios	varios	550
14	Balanza	2	30
15	Uniformes	9	465
16	Televisor + instalación	1	700
17	Sillas de escritorio	3	354
		Total	14540.80

Fuente: Elaboración propia

Se tiene una inversión total para los activos tangibles de S/ 14540.80, cada artículo es requerido según el estudio para el inicio de actividades.

4.1.2. Inversión Intangible

Un activo intangible es aquel activo que no tiene forma física, es decir no podemos ver ni tocar. Dentro de ellos, podemos encontrar la marca, dominios de internet, licencias entre otros.

Tabla N°38
Cuadro de Activos Intangibles

N/O	Activos intangibles	Total S/.
01	Registro de marca + Diseño	894.90
02	Constitución de empresa	480.00
03	Dominio Web/Hosting	411.82
04	Gastos de publicidad(volantes)	200.00
05	Diseño de página web	1000.00
Total		2986.72

Fuente: Elaboración propia

Dentro de estos activos estamos considerando lo que se requiere para la constitución de la empresa, nuestro desarrollo de página web y gastos de publicidad. Esta inversión es necesaria para poner en marcha el negocio.

4.2. Capital de Trabajo

Son los recursos financieros con los que contará la empresa para operar, asimismo el cual nos permitirá mantenerlo.

Tabla N°39
Cuadro de Capital de trabajo

N/O	Inversión	Monto S/.
01	Materias Primas	11,070.00
02	Costos y Gastos Fijos	12,606.90
Total, Capital de Trabajo		23,676.90

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la capital de trabajo, consideramos el gasto de materia prima por un mes además de los costos y gastos fijos a lo que incurrimos para la apertura.

4.3. Inversión Total

El monto de inversión total requerido para el plan de negocio de la fuente de soda Saludable se resume a continuación:

Tabla N°40
Estructura de la inversión total

Inversiones	Rubro de inversiones	Inversión desagregada	Inversiones parciales	Total, S/.	%
Inversión fija	Inversión tangible	Maquinaria y Equipo	7642.00	14,540.80	35%
		Muebles y enseres	1698.80		
		Equipos en Tecnología	5200.00		
	Inversión intangible	Registro de marca + Diseño	894.90	2,986.72	7%
		Constitución de empresa	480.00		
		Dominio Web/Hosting	411.82		
		Gastos de publicidad(volantes)	200.00		
	Diseño de página web	1000.00			
Capital de Trabajo	Materias Primas	11,808.40	24,930.44	57%	
	Costos y Gastos Fijos	13,122.04			
			Total	42,457.96	100%

Para la inversión total se requiere un total de S/ 42,457.96 lo cual está conformado por la inversión fija y capital de trabajo.

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión inicial para el plan de negocio asciende a S/ 41,204.42 para el financiamiento de los activos fijos tangibles e intangibles y el para el capital de trabajo para un mes. Del total de la inversión, se realizará un préstamo de 10,000 soles y el resto de la inversión será realizada por los ahorros obtenidos.

4.5. Fuentes Financieras

Según las evaluaciones realizadas, se procederá a adquirir un préstamo de 10,000 soles los cuales serán financiados a 24 meses. Se tendrán las siguientes condiciones para el préstamo:

4.6. Condiciones de Crédito

Se realizó la amortización de la deuda por lo cual se realizaría el pago durante cuatro años, por lo cual quedaría de la siguiente forma:

Importe del Préstamo: S/ 10,000.00

Plazo del crédito: 24 meses

Tasa Efectiva Anual (TEA): 32.00% (Tasa Fija)

Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA): 38.98%

Fecha Tentativa de Desembolso del Crédito: 27/12/2020

Cuota Doble: No

Periodo de gracia: No

Tabla N°41

Cuadro de amortización de la deuda

N° Cuota	F. Vencimiento	Días	Amortización	Interés	Comisiones	Seguro de Desgravamen	Cuota	Saldo pendiente
1	26/01/2021	30	319.91	236.33	11.00	0.00	567.24	10,097.18
2	26/02/2021	31	319.68	236.56	11.00	0.00	567.24	9,777.27
3	26/03/2021	28	349.80	206.44	11.00	0.00	567.24	9,457.59
4	26/04/2021	31	335.87	220.37	11.00	0.00	567.24	9,107.79
5	26/05/2021	30	350.93	205.31	11.00	0.00	567.24	8,771.92
6	26/06/2021	31	352.49	203.75	11.00	0.00	567.24	8,420.99
7	26/07/2021	30	367.39	188.85	11.00	0.00	567.24	8,068.50
8	26/08/2021	31	369.91	186.33	11.00	0.00	567.24	7,701.11
9	27/09/2021	32	373.07	183.17	11.00	0.00	567.24	7,331.20
10	26/10/2021	29	398.87	157.37	11.00	0.00	567.24	6,958.13

11	26/11/2021	31	397.54	158.70	11.00	0.00	567.24	6,559.26
12	27/12/2021	31	407.16	149.08	11.00	0.00	567.24	6,161.72
13	26/01/2022	30	421.55	134.69	11.00	0.00	567.24	5,754.56
14	26/02/2022	31	427.21	129.03	11.00	0.00	567.24	5,333.01
15	26/03/2022	28	449.15	107.09	11.00	0.00	567.24	4,905.80
16	26/04/2022	31	448.41	107.83	11.00	0.00	567.24	4,456.65
17	26/05/2022	30	462.42	93.82	11.00	0.00	567.24	4,008.24
18	27/06/2022	32	467.65	88.59	11.00	0.00	567.24	3,545.82
19	26/07/2022	29	486.62	69.62	11.00	0.00	567.24	3,078.17
20	26/08/2022	31	493.54	62.70	11.00	0.00	567.24	2,591.55
21	26/09/2022	31	505.48	50.76	11.00	0.00	567.24	2,098.01
22	26/10/2022	30	518.97	37.27	11.00	0.00	567.24	1,592.53
23	26/11/2022	31	530.26	25.98	11.00	0.00	567.24	1,073.56
24	26/12/2022	30	543.30	12.72	11.00	0.00	567.02	543.30
	TOTAL		10,097.18	3,252.36	264.00	0.00	13,613.54	0.00

Fuente: Banco Scotiabank

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1. Presupuesto de los costos

Luego de determinar las inversiones y fuentes de financiamiento para implementar y poner en marcha el proyecto Para la estructura de nuestro negocio tenemos los siguientes costos:

1. Costo de producción: El cual incluye los costos y gastos de fabricación de nuestros productos.

Se detalla de la siguiente forma:

- Materia Prima
 - Mano de Obra
 - Otros gastos de fabricación.
2. Gastos de Venta: Los gastos que se realizan por publicidad, incluimos también los salarios de vendedores y si se tuviera comisiones por ventas.
 3. Gastos de Administración: Los sueldos de nuestro personal administrativo.
 4. Gastos financieros: Los gastos realizados con el fin de llevar a cabo las actividades de la empresa.

5.2. Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es el nivel de ventas mínimas que iguala los costes totales a los ingresos totales. Para lo cual se hizo un cálculo mensual y anual obteniendo lo siguiente:

Tabla N°42
Cuadro de punto de equilibrio de Good Life

PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS POR MES	PUNTO DE EQUILIBRIO S/	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES (MESES)	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES (ANUAL)
JUGOS	1600	S/ 2,513.73	359	4309
POSTRES	1000	S/ 2,641.98	352	4227
Sándwich	980	S/ 2,652.51	295	3537
TOTALES	3580	S/ 5,155.71	1006	12073

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio es de 12073 unidades anuales, entre los tres productos que se comercializará en la fuente de soda. Y lo cual se está cumpliendo debido que en el primer año se prevé vender 42,960 unidades.

5.3. Estado de ganancias y perdidas

Se presenta el estado de ganancia y perdidas de los tres primeros años

Tabla N°43
Estado de ganancia y pérdidas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	330,240.00	340,147.20	350,351.62	360,862.16	371,688.03
(-) Costo de Producción	141,700.80	145,951.82	150,330.38	154,840.29	159,485.50
(=) Utilidad Marginal	188,539.20	194,195.38	200,021.24	206,021.87	212,202.53
(-) Costos de					
Administración	170,904.50	176,378.95	181,999.64	187,253.10	188,382.22
(-) Costos de Ventas	2,400.00	3,000.00	3,600.00	4,200.00	4,800.00
(-) Costos Financieros	6,806.88	6,806.66			
(=) Utilidad Bruta	8,427.82	8,009.76	14,421.60	14,568.78	19,020.32
(-) Imp. renta 30%	2,486.21	2,362.88	4,254.37	4,297.79	5,610.99
(=) Utilidad Neta	5,941.61	5,646.88	10,167.23	10,270.99	13,409.32
(+) Depreciación	1,906.67	1,906.67	1,906.67	1,906.67	1,906.67
TOTAL NETO DE EFECTIVO	7,848.29	7,553.56	12,073.90	12,177.66	15,316.00

Fuente: Elaboración propia

5.4. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos del presente plan de negocio está condicionado, principalmente, por los ingresos que se obtenga de las ventas de postres y jugos en los primeros 5 años.

Tabla N°44
Presupuesto de ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTA TOTAL ANUAL	330,240.00	340,147.20	350,351.62	360,862.16	371,688.03
COSTO TOTAL ANUAL	141,700.80	145,951.82	150,330.38	154,840.29	159,485.50

Fuente: Elaboración propia

5.5. Presupuesto de egresos

Respecto a la evaluación los egresos se realizaron la sumatoria de los costos que conlleva la realización por lo cual sería un total de 330,132.82.

Tabla N°45
Presupuesto de egresos

Egresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción		141,700.80	145,951.82	150,330.38	154,840.29	159,485.50
Costos Fijos		168,504.50	173,378.95	178,399.64	183,173.10	183,582.22
Gastos en ventas		2,400.00	3,000.00	3,600.00	4,200.00	4,800.00
Compra activos	14,540.80					
Gastos de pre inversión	2,986.72					
Total Egresos	17,527.52	330,132.82	322,330.78	332,330.01	342,213.39	347,867.71

Fuente: Elaboración propia

5.6. Flujo de Caja proyectado

En resumen, el flujo de caja considera tres aspectos importantes como son los ingresos, egresos y financiamiento. Es decir, todo aquello que signifique movimiento de dinero en efectivo en un periodo de tiempo determinado. El resultado del flujo de caja será utilizado para la evaluación económica y para determinar la rentabilidad.

Tabla N°46
Flujo de caja proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL		35,758.26	51,088.48	64,855.71	79,242.10
Ingresos					
Ventas de Contado	330,240.00	340,147.20	350,351.62	360,862.16	371,688.03
Ventas a crédito					
Desembolso dinero	42,457.96				
Total Ingresos	372,697.96	340,147.20	350,351.62	360,862.16	371,688.03
Egresos					
2. Costos de Producción					
- Materia Prima (Insumos + Envase)	141,700.80	145,951.82	150,330.38	154,840.29	159,485.50
3. Costos Fijos					
- Sueldo Gerente	29,898.00	30,794.94	31,718.79	32,591.05	32,591.05
- Sueldos Administrativo	120,103.70	123,706.81	127,418.02	130,922.01	130,922.01
- Servicios Públicos	12,480.00	12,854.40	13,240.03	13,637.23	14,046.35
- Materiales para Elaboración	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
- Papelería y gastos protocolo covid	3,992.40	3,992.40	3,992.40	3,992.40	3,992.40
Cable e internet	2,030.40	2,030.40	2,030.40	2,030.40	2,030.40
- Transporte	0.00	0.00	0.00	0	0.00
Gastos en ventas	2,400.00	3,000.00	3,600.00	4,200.00	4,800.00
- Compra activos	14,540.80				
Gastos de pre inversión	2,986.72				
Total Egresos	330,132.82	322,330.78	332,330.01	342,213.39	347,867.71
Flujo Neto=Ingresos-Egresos	42,565.14	17,816.42	18,021.60	18,648.78	23,820.32
4. Costos Financieros (Banco)	6,806.88	6,806.66			
Impuesto a la renta 29.5%		2,486.21	4,254.37	4,262.39	5,610.99
SALDO FINAL	35,758.26	15,330.22	13,767.23	14,386.39	18,209.32

Fuente: Elaboración propia

5.7. Balance general

El balance general está conformado por las cuentas de activo, pasivo y patrimonio. Este reporte por lo general es realizado al finalizar el ejercicio de la empresa anualmente. Por lo cual, la siguiente información retrata nuestra situación contable para el inicio de operaciones.

Tabla N°47
Balance General

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivo corriente	
Caja	13,122.04	Préstamo bancario	10,000.00
Inv. Materias Primas	11,808.40		
Total de Activo corriente	24,930.44	Total, pasivo	10,000.00
Activo fijos		Patrimonio	
Maquinaria y Equipo	7,373.00	Capital Social	32,457.96
Muebles y enseres	5,200.00		
Equipos en Tecnología	1,967.80		
Total de Activos fijos	14,540.80		
Otros activos			
Gastos pago por anticipado	2,986.72		
Total de Otros activos	2,986.72		
Total Activos	42,457.96	Total, pasivos y patrimonio	42,457.96

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 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).

6.1.1. Valor Actual Neto (VANE)

El VAN o valor actual neto es el valor económico que genera un proyecto por encima de nuestra mejor alternativa de inversión. En otras palabras, se usa para evaluar la cantidad de dinero que generará una inversión en comparación con el costo ajustado por el valor del dinero en el tiempo.

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.

Se consideró:

Inversión 41,204.42
Cok 15.70%

Según los cálculos realizados para el VAN y TIR tenemos el siguiente resultado;

Tabla N°48
Valor actual neto

AÑOS	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	-S/. 42,457.96		
1	S/. 42,565.14	0.8643	36,788.91
2	S/. 15,330.22	0.7470	11,451.81
3	S/. 13,767.23	0.6456	8,888.64
4	S/. 14,386.39	0.5580	8,027.92
5	S/. 18,209.32	0.4823	8,782.30
			73,939.58
VANE			31,481.62

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados mostrados en la tabla, se acepta el plan de negocio, debido al valor de VANE obtenido es mayor a cero, por lo cual se acepta el proyecto, el cual nos demuestra un incremento en nuestros beneficios durante el periodo establecido.

6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIRE)

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

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.

Tabla N°49
Tasa interna de retorno

AÑOS		Flujo de caja económico
0	-S/.	42,457.96
1	S/.	42,565.14
2	S/.	15,330.22
3	S/.	13,767.23
4	S/.	14,386.39
5	S/.	18,209.32
TIRE		54.16%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el resultado de la tabla, El TIRE (54.16%) es mayor a la tasa de descuento (15.70%) por lo tanto, el plan de negocio es rentable y se acepta el plan.

6.1.3 Relación Beneficio Costo (B - C)

La relación Beneficio-Costo (B/C) se mide con la comparación de los beneficios versus todos los costos asociados a un proyecto, el resultado ayuda a determinar de manera concreta la rentabilidad o pérdida de la inversión; convirtiéndose en una gran herramienta para la planeación empresarial.

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.

Se tiene los siguientes datos:

Tabla N°50
Tabla de ingresos actualizados

AÑOS	INGRESOS	FSA	Ingresos netos actualizados
0			
1	330,240.00	0.864297	285,425.36
2	340,147.20	0.747009	254,092.98
3	350,351.62	0.645637	226,200.10
4	360,862.16	0.558022	201,369.13
5	371,688.03	0.482297	179,263.97
Fuente: Elaboración propia			1,146,351.55

Tabla N°51
Tabla de costos actualizados

AÑOS	COSTOS	FSA	Costos netos actualizados
0			
1	330,132.82	0.86	285,332.73
2	322,330.78	0.75	240,783.96
3	332,330.01	0.65	214,564.68
4	342,213.39	0.56	190,962.70
5	347,867.71	0.48	167,775.51
Fuente: Elaboración propia			1,099,419.57

Tabla N°52
Tabla de beneficios netos

AÑOS	Beneficios netos (Ingresos - Costos)	FSA	Beneficios netos actualizados
0	-42,457.96		
1	107.18	0.86	92.64
2	17,816.42	0.75	13,309.03
3	18,021.60	0.65	11,635.42

4	18,648.78	0.56	10,406.43
5	23,820.32	0.48	11,488.46
			46,931.98

Fuente: Elaboración propia

$$\mathbf{B/C} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}} + \frac{\text{V. recuperación actualizado}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$\mathbf{B/C} = \frac{1,146,351.55}{1,099,419.57} + \frac{0}{42,457.96}$$

$$\mathbf{B/C} = \frac{1,146,351.55}{1,141,877.53}$$

$$\mathbf{B/C} = 1.003918123$$

6.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Económico

Año	0	1	2	3	4	5
FCE	-42,457.96	42,565.14	15,330.22	13,767.23	14,386.39	18,209.32
COK	15.70%					

Actualizar

FSA		0.8643	0.7470	0.6456	0.5580	0.4823
-----	--	--------	--------	--------	--------	--------

Año	0	1	2	3	4	5
FCE Actualizado	-42,457.96	36,789	11,452	8,889	8,028	8,782
Flujo acumulado	-42,457.96	36,789	11,452	8,889	8,028	

$$\frac{-79,247}{11,451.81} = -6.92$$

PR= 1 año, 5 meses y 8 días

Dado el resultado, el periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 5 meses y 8 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.Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

En el caso de la fuente soda, la financiación se cancelará en dos años, según la evaluación realizada con el banco. Para ellos tendríamos la siguiente información:

Tabla N°53
Valor actual neto financiero

AÑOS	Flujo de caja financiero	FSA	VAN
0	-32,457.96		
1	35,758.26	0.8643	30,906.02
2	15,330.22	0.7470	11,452.01
3	13,767.23	0.6457	8,888.87
4	14,386.39	0.5580	8,028.20
5	18,209.32	0.4823	8,782.68
			68,057.77

Fuente: Elaboración propia

VANF 25,599.81
TIRF 69.02%

6.3.Evaluación Social

Fontaine (2008), sostiene que la evaluación social “Consiste en comparar los beneficios con los costos que dichos proyectos implican para la sociedad, es decir, consiste en determinar el efecto que el proyecto tendrá sobre el bienestar de la sociedad (bienestar social de la comunidad).

A continuación, se describen algunos de los compromisos que se deben cumplir:

Se generará impacto de empleo directo ya que necesitamos de personal para cumplir con nuestras operaciones, e indirectamente ya que requerimos de proveedores.

La contratación de nuestro personal, se tendrá prioridad a las personas que vivan cerca al distrito o en su defecto a amas de casa que necesiten laborar ya que contaremos con un puesto part time, lo cual les permite desarrollar sus actividades y generar ingresos.

La alimentación saludable contribuye que la población pueda concientizarse e iniciar un consumo de productos que le permitan sentirse mejor y saludablemente.

6.4. Impacto Ambiental

Nuestro negocio será venta a través de delivery, sin embargo, se contará con un taller donde se elaborará los productos a vender. Como empresa, tenemos la responsabilidad de contribuir al cuidado de nuestro medio ambiente, por ello se buscará el reciclaje de todo lo que se pueda. Asimismo, se usará productos ecológicos para la reducción del impacto. Nuestros inventarios serán frecuentes, con la finalidad de reducir la basura, y en caso existiera un alto índice de residuos por la demanda, se conoce que los residuos de comida son orgánicos por lo cual buscaremos alianza con empresas dedicada a la gestión de residuos con la finalidad de minimizar el impacto por ese medio. Asimismo, se optará medidas para convertirnos en una empresa ecológica en un 100%.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Implementar una fuente de soda saludable es una nueva opción de consumo de para los comensales, donde el cliente tendrá toda la información necesaria para el inicio de una vida saludable. El público tendrá un lugar online rápido y accesible para realizar sus compras sin necesidad de acercarse a una tienda presencialmente.

En cuanto a la factibilidad sectorial y municipal nuestra empresa debe tramitar los permisos correspondientes los cuales se realizarán cumpliendo todo los parámetros y requisitos necesarios según la municipalidad del distrito.

De acuerdo a la investigación de mercado en donde se analizó y determinó la demanda de nuestros productos (jugos, postres, sándwich) se identificó la demanda insatisfecha es 167,208 unidades (69,336 jugos, 36,612 postres, 61,260 sándwiches); y que de acuerdo a nuestra capacidad instalada (colocar cantidades) vamos a atender 21.98% del mercado de jugos, 25% de postres y 17% de sándwiches.

Según los resultados de análisis económico y financiero determinó que la empresa es rentable ya que el **VANE es S/ 31,481.62** además de una **TIR del 54.16%**. Por tanto, concluimos que nuestro proyecto es viable.

El impacto ambiental es un punto importante para la empresa por ello se buscará trabajar con empresas que ayuden a la conversión de los residuos generados por

la merma de la producción, apoyando de esta forma al cuidado de nuestro ambiente.

7.2.Recomendaciones

Para el presente plan de negocio se debe tomar en cuenta la estacionalidad de las frutas, con el fin de poder manejar stocks, promociones y los productos a ofrecer.

Nuestro posicionamiento de marca debe enfatizarse en el primer año, es decir se debe invertir en más publicidad y promociones que nos lleven a cumplir con nuestro crecimiento de venta anual.

Realizar una actualización de datos en la investigación de mercado, para que podamos recolectar mayor información acerca de los consumos de nuestros clientes.

Invertir en la publicidad de la fuente de soda, y en el tercer año evaluar trabajar con una empresa de publicidad especializada en MYPES.

Replicar esta idea de negocios en otros distritos previa investigación de mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Arellano (2019). En tiempos de octógonos ¿al consumidor peruano le importa tener un consumo saludable? Recuperado de: <https://www.arellano.pe/en-tiempos-de-octogonos-al-consumidor-peruano-le-importa-tener-un-consumo-saludable/>

Arce, E. (2006). Estabilidad Laboral y contratos Laborales. Cuaderno de Trabajo en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: Perú. Recuperado de: https://departamento.pucp.edu.pe/derecho/wp-content/uploads/2019/05/estabilidad_laboral-y-contratos-temporales.pdf

Banco Mundial. (2019). El Banco Mundial en Perú. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Bautista, R. (2020). Comercialización de gas licuado de petróleo a granel. (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres.

Cristhian Northcote Sandoval. (2012). Principales diferencias entre la denominación o razón social, el nombre comercial y la marca. *Actualidad Empresarial* (No 267). Recuperado de: https://nanopdf.com/download/principales-diferencias-entre-la-denominacion-o-razon-social-el_pdf

CPI Market Report (2019). Perú: Población 2019. Recuperado de: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

Conexión ESAN. (2019). Mundo empresarial: ¿Qué tecnologías marcarán la pauta el 2020? Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/12/19/mundo-empresarial-que-tecnologias-marcaran-la-pauta-el-2020/>

Comex Perú. (2020). ¿Cómo va la alimentación saludable? Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/como-va-la-alimentacion-saludable>

Hurtado, U. & Samanez, T.(2015). Plan de negocios para una juglería temática en el distrito de San Miguel. (Tesis de Postgrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Recuperado de:

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2629/1/2017_Hurtado_Plan_de_negocios_para_una_jugueria.pdf

Indecopi (s.f.) Guía Aprende a Registrar tu Marca. Recuperado de: https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA

Inga C. (2019). En tiempos de octógonos, ¿al consumidor peruano le importa tener un consumo saludable? Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/en-tiempos-de-octogonos-al-consumidor-peruano-le-importa-tener-un-consumo-saludable-noticia/>

Inga C. (2019). La migración al consumo saludable. Recuperado de https://www.arellano.pe/wp-content/uploads/2019/10/elcomercio_2019-10-14_04.pdf

Ipsos (2019). Alimentación y vida saludable en Lima. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/alimentacion-y-vida-saludable-en-lima>

Jaramillo, M. & Campos D. (2019) Contratos laborales en el Perú: dinámica y determinantes. Lima: Grupo de Análisis para el Desarrollo. Recuperado de: https://www.grade.org.pe/wp-content/uploads/GRADE_di98.pdf

La Ley (2017). Las 7 cosas que debes saber sobre el Reglamento de alimentación saludable: cuáles son las reglas publicitarias que deben seguir los anunciantes. Recuperado de: <https://laley.pe/art/4030/las-7-cosas-que-debes-saber-sobre-el-reglamento-de-alimentacion-saludable>

Ley N° 30021. Diario oficial del Congreso del Perú, Lima, Perú, 17 de mayo del 2013. Recuperado de: <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30021.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018). Beneficios sociales del régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_peque%C3%B1a_empresa_-_Final.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (s.f.). Derechos laborales de los trabajadores. Recuperado de

https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf

O'Hara, G. (2019). Obligaciones laborales: Lo que se viene para el 2020. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/obligaciones-laborales-de-las-micro-y-pequenas-empresas-son-mas-de-281-noticia/?ref=gesr>

Perú Retail (2019). Perú: El 54% de los hogares peruanos se considera “saludable”, según KWP. Lima: Perú. Recuperado <https://www.peru-retail.com/peru-el-54-de-los-hogares-peruanos-se-considera-saludable-segun-kwp/>

Pro Inversión (s.f.). Régimen laboral de la actividad privada en el Perú. Recuperado de: <http://www.proinversion.gob.pe/apec/pdf/4%20Regimen%20Laboral.pdf>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). Regímenes tributarios. Recuperado de: <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). Registrar o constituir una empresa. Recuperado de: <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

SUNAT (s.f.). Registro de expediente MPV. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/ol-at-ittramitedoc/registro/iniciar>

SUNAT (s.f.). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT (s.f.). Registro de expediente MPV. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/ol-at-ittramitedoc/registro/iniciar>

SUNAT (s.f.). CIIU (CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL. Recuperado de: <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>

Valenzuela, R. (2020). El contrato sujeto a modalidad por necesidad de mercado, ¿una alternativa para el reinicio de las actividades económicas empresariales? Recuperado de: <https://lpderecho.pe/contrato-sujeto-modalidad-necesidad-mercado-alternativa-reinicio-actividades-economicas-empresariales/>

Veletanga, G. (2012). Política Comercial. Recuperado de:
<http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/74-politica-comercial>

ANEXOS

1.



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI¹ 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.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A. ASOCIACIÓN S.R.L. COMITÉ S. CIVIL

S.A.C. E.I.R.L. COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

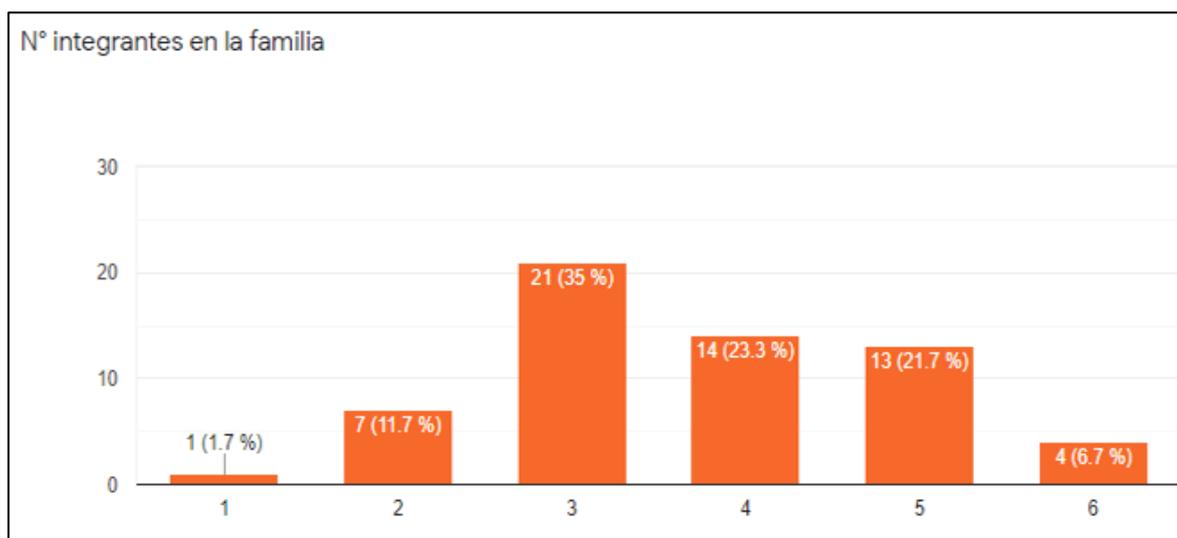
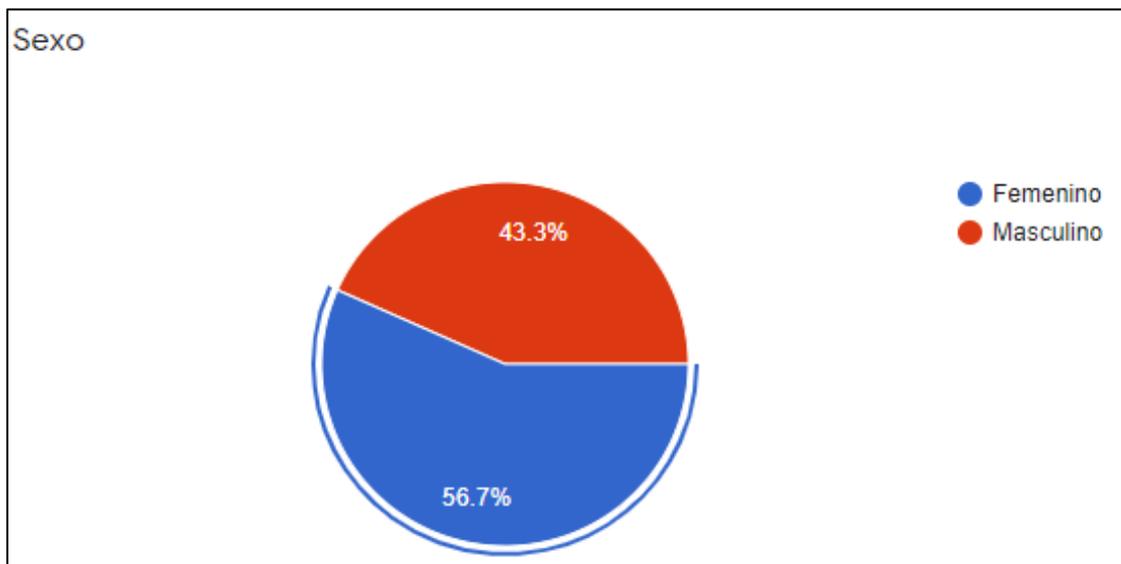
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, _____ de _____ del 20 ____

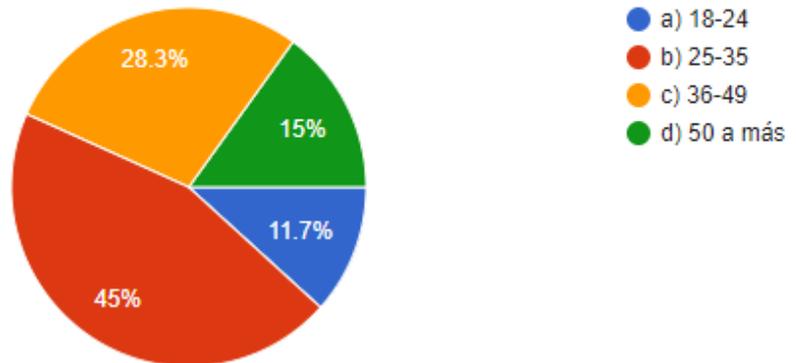
Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

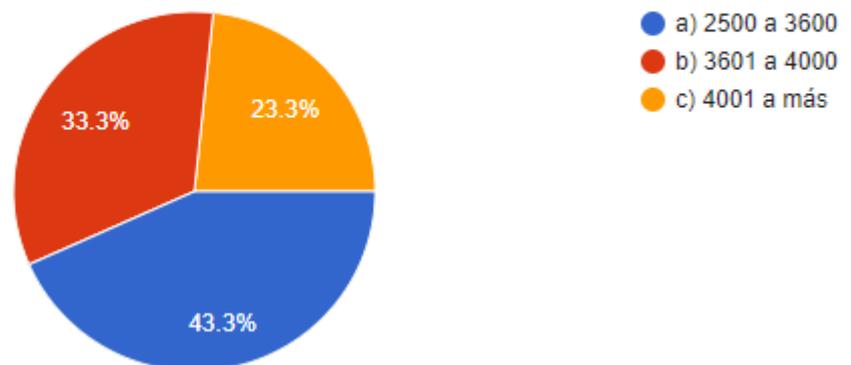
2. Cuestionario y resultados de encuesta dirigida a residentes del Condominio Torres de los Olivos.



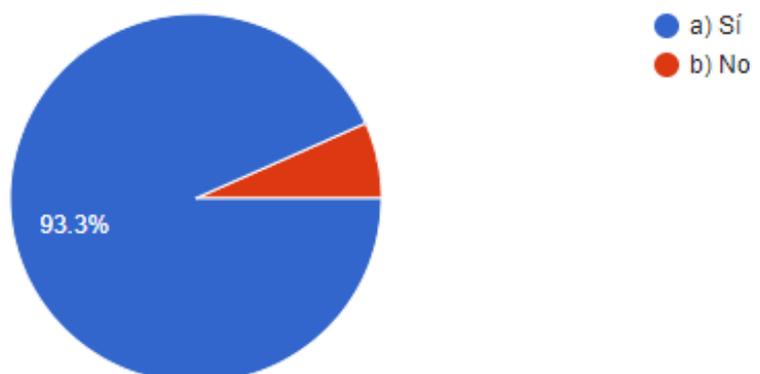
1. En que rango de edad se encuentra:



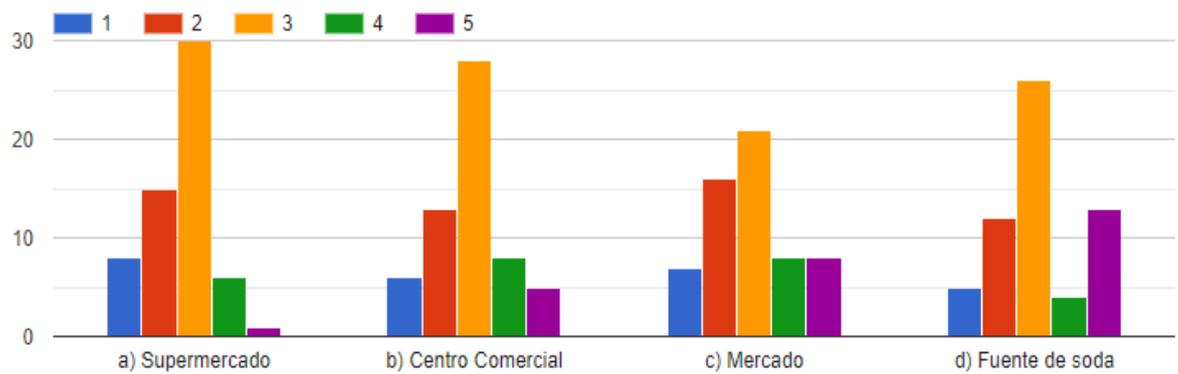
2. ¿En qué rango de ingreso familiar mensual se encuentra su hogar?



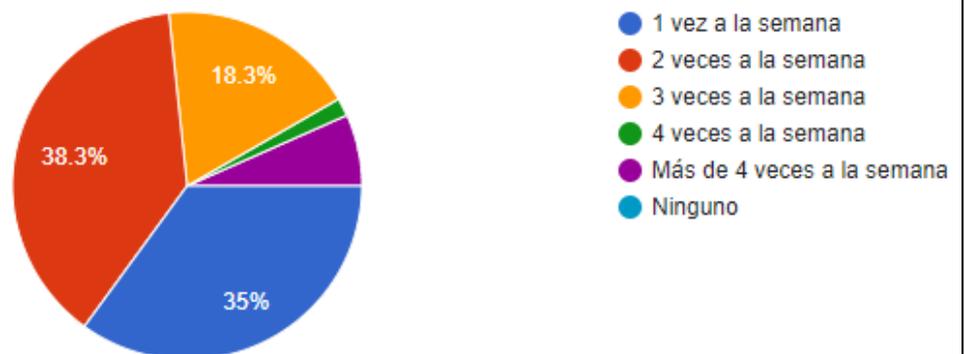
3. ¿Consume jugos de fruta fuera de su hogar?



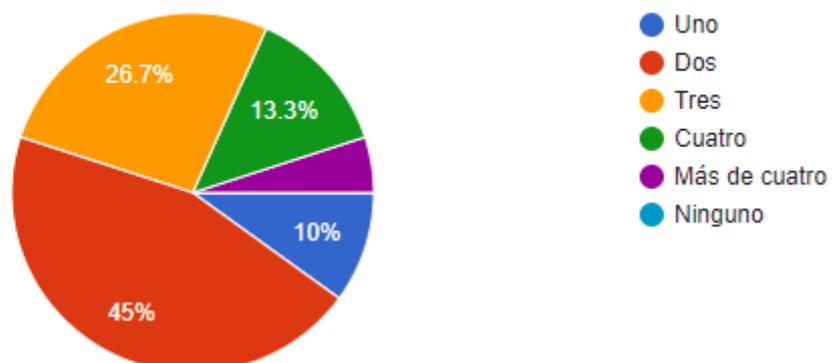
4. Cuando consume jugos fuera de su hogar ¿En qué lugares suele comprar?



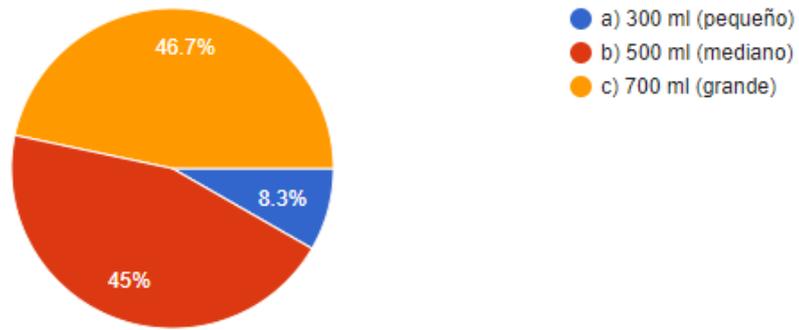
5. ¿Con qué frecuencia compra jugos fuera de su hogar?



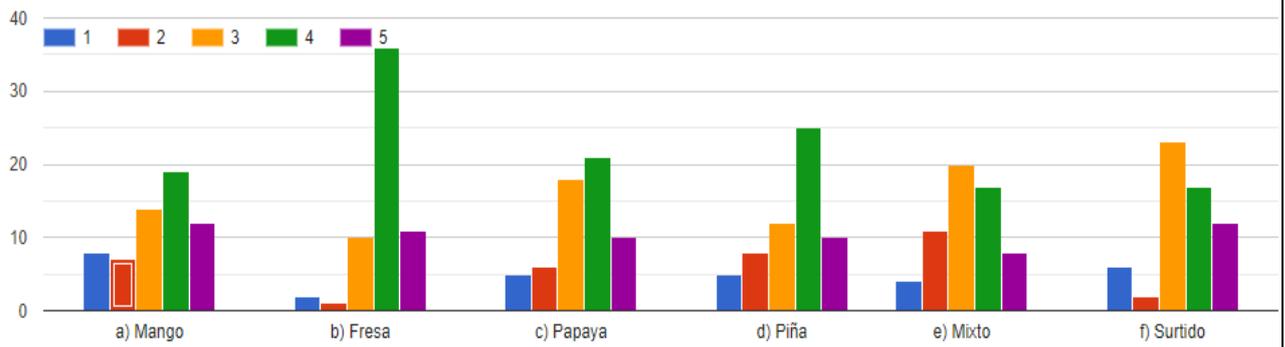
6. ¿Cada vez que compra jugos fuera de su hogar cuántos jugos compra?



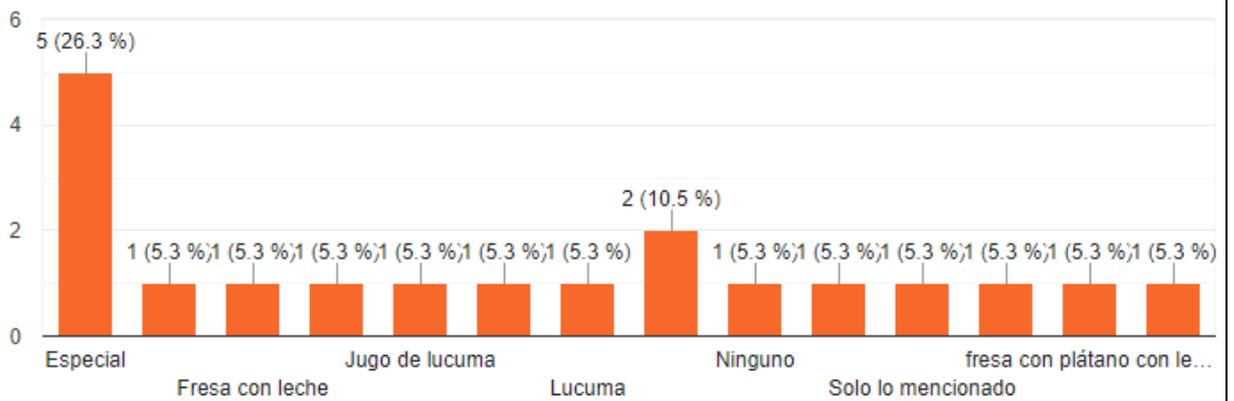
7. ¿Cuándo compra jugos fuera de su hogar, principalmente ¿Qué presentación consume?



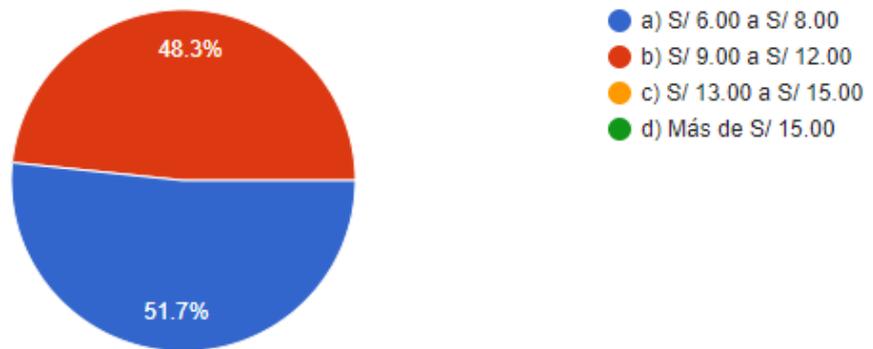
8. De acuerdo al hábito de consumo de jugos ¿Qué valoración de preferencia le da a cada jugo?



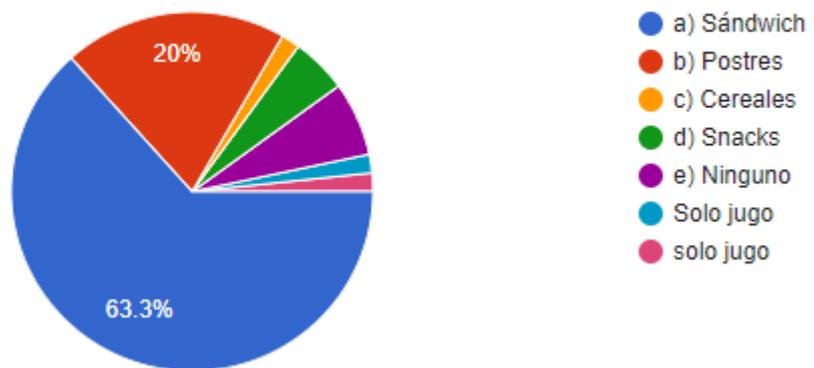
9. ¿Qué otro tipo de jugo consume fuera de su hogar?



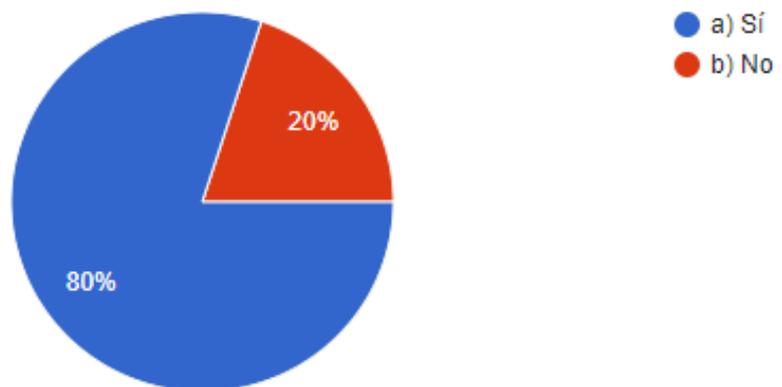
10. ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un jugo?



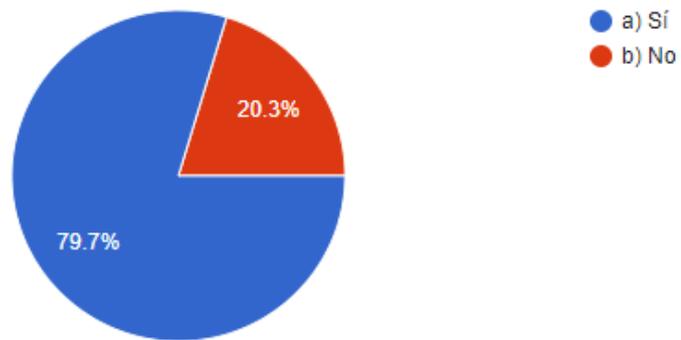
11. ¿Qué otro producto compra usted cuando va a comprar un jugo?



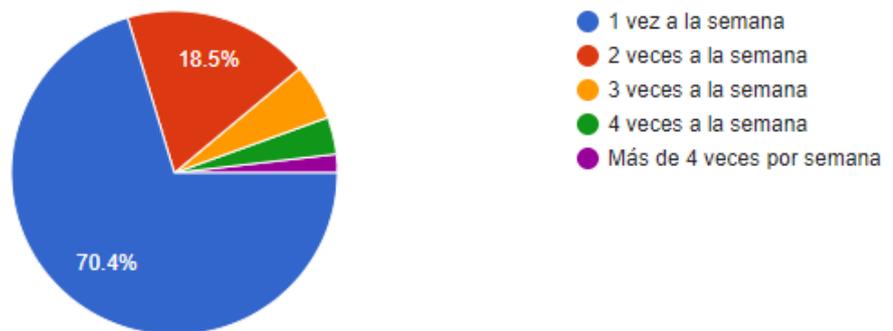
12. ¿Pide usted jugos, postres y sándwiches por delivery?



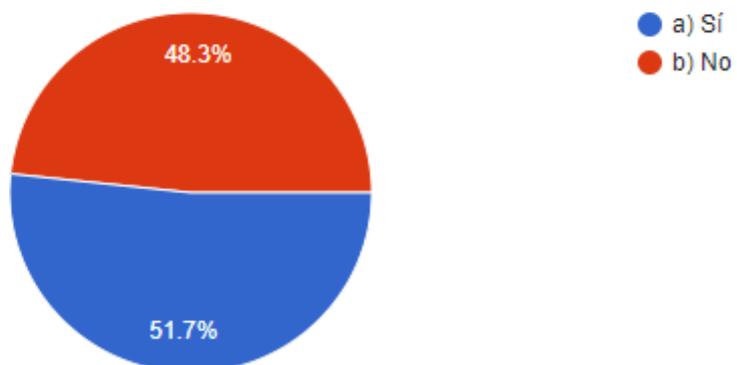
13. Con respecto a consumir productos saludables ¿Usted lo consume fuera del hogar?



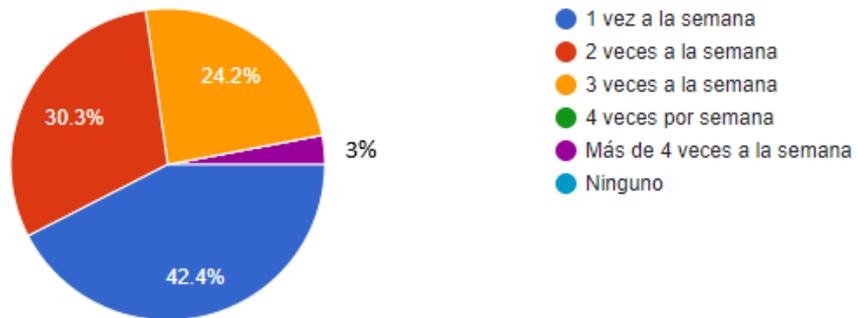
14. ¿Con que frecuencia consume productos saludables fuera del hogar?



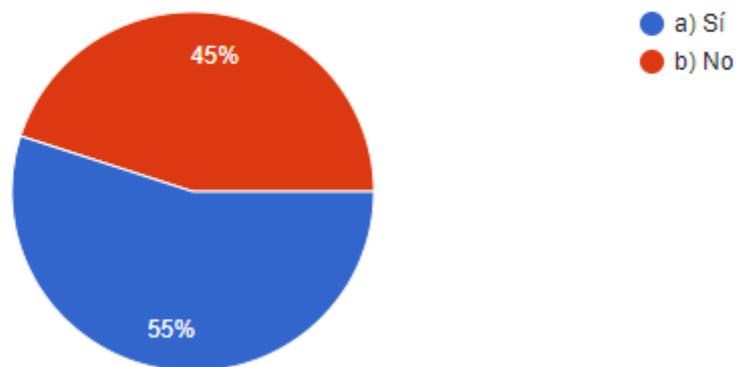
15. ¿Usted suele comprar sus desayunos en una fuente de soda?



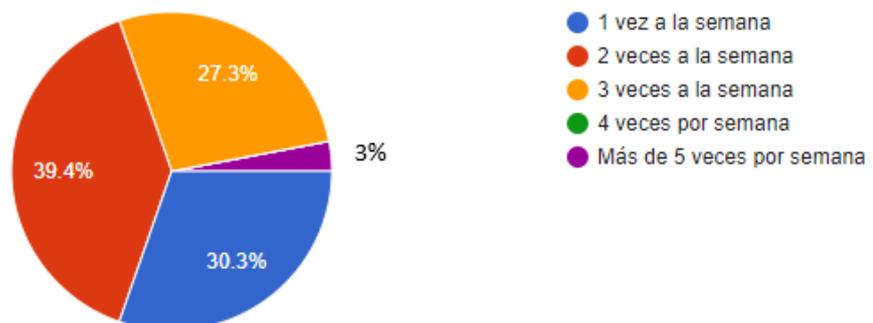
16. Si respondió que Sí compra desayuno en una fuente de soda, por favor indique con qué frecuencia lo consume



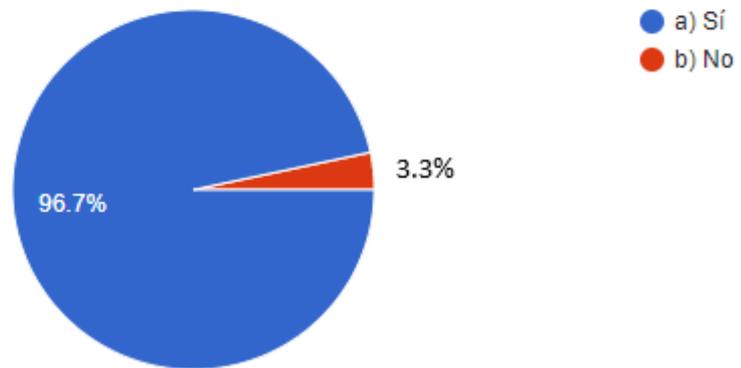
17. ¿Usted suele comprar lunch o cena en una fuente de soda?



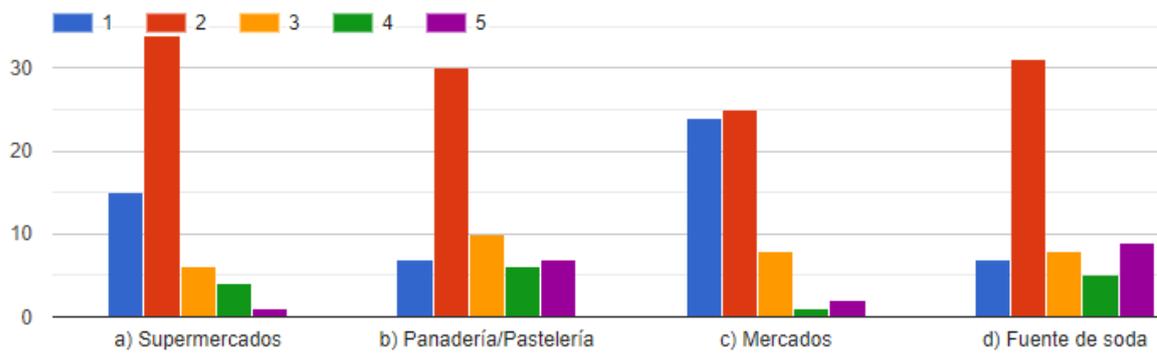
18. Si respondió que Sí compra lunch o cena en una fuente de soda, por favor indique con qué frecuencia lo consume



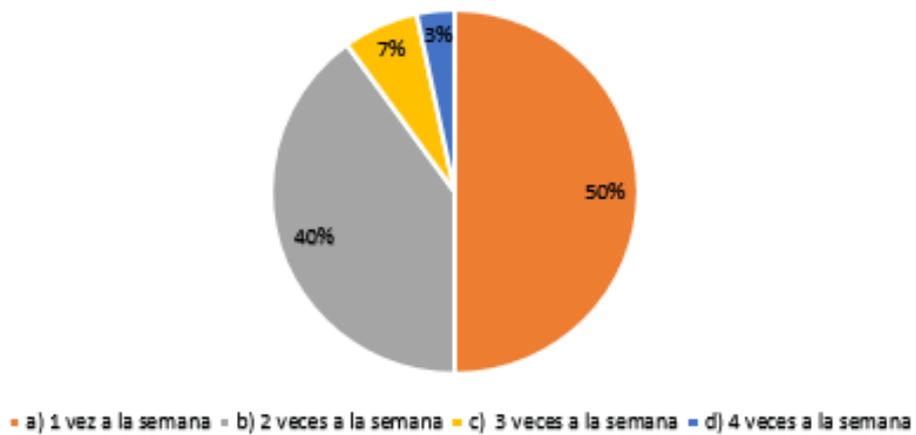
19. ¿Consume postres fuera de su hogar?



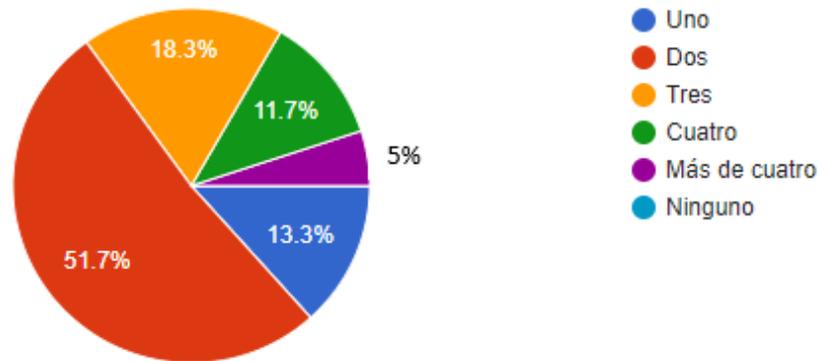
20. Cuando consume postres fuera de casa ¿En qué lugares suele comprar?



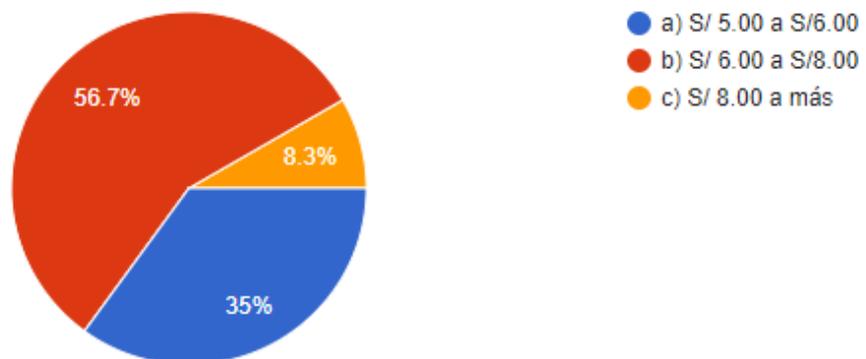
21. ¿Con qué frecuencia compra postres fuera de su hogar?



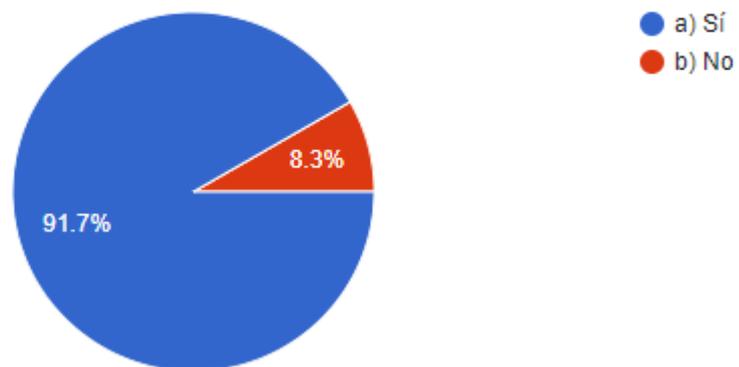
22. ¿Cada vez que compra postres fuera de su hogar cuántos postres compra?



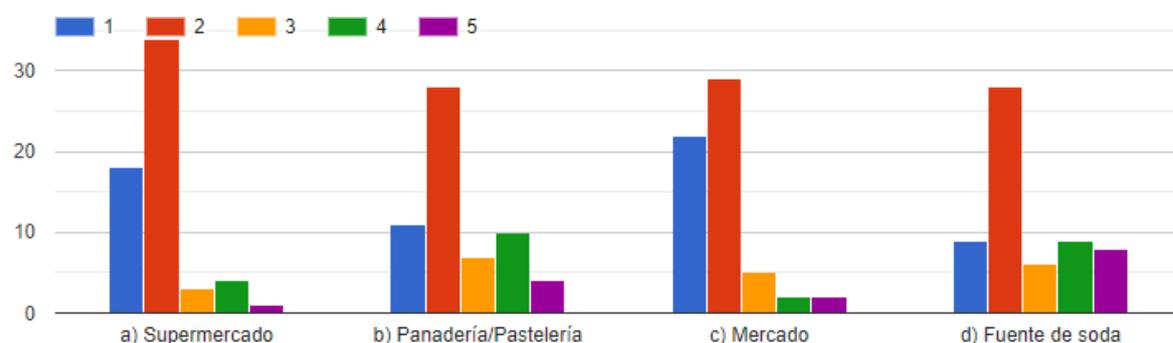
23. ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra postres(porción)?



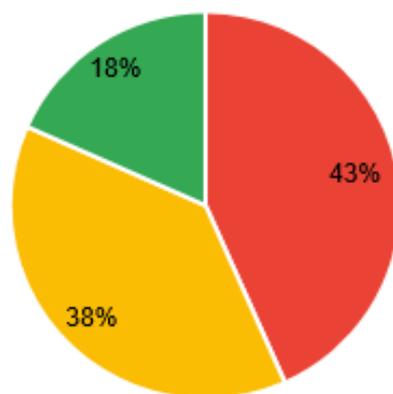
24. ¿Consume sándwiches fuera de su hogar?



25. Cuando consume sándwich fuera de casa ¿En qué lugares suele comprar?

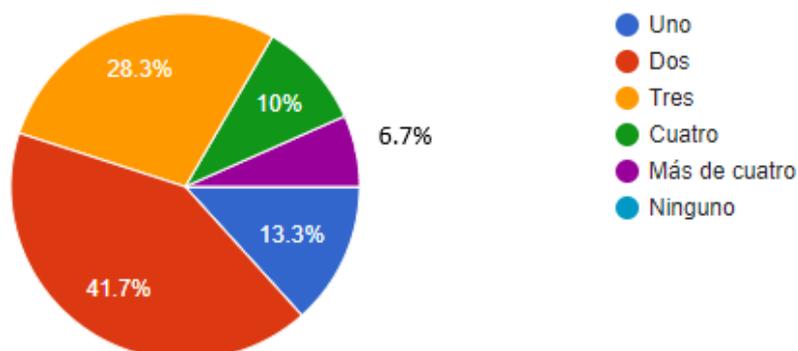


26. ¿Con qué frecuencia compra Sándwiches fuera de su hogar?

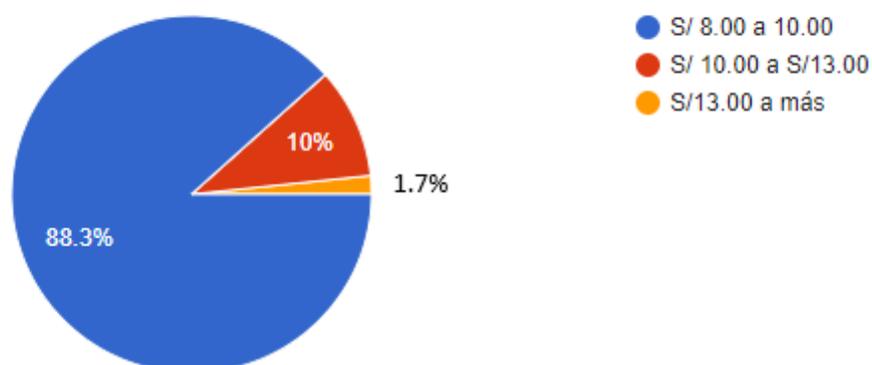


■ a) 1 vez a la semana ■ b) 2 veces a la semana ■ c) 3 veces a la semana

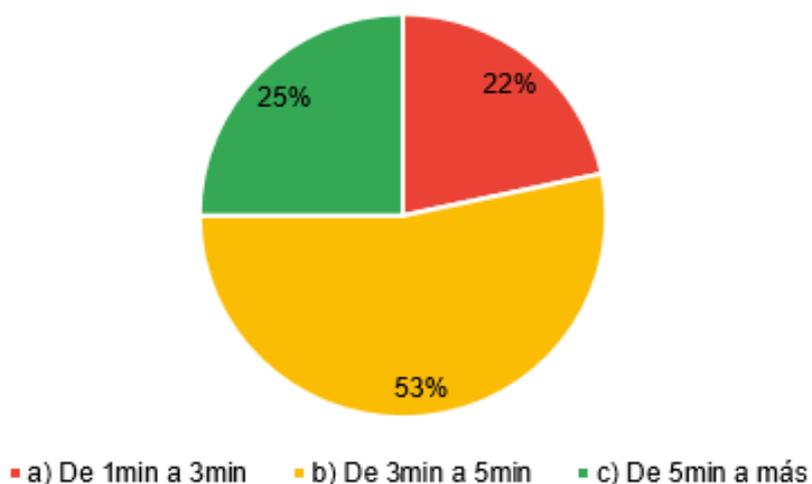
27. ¿Cada vez que compra sándwiches fuera de su hogar cuántos suele comprar?



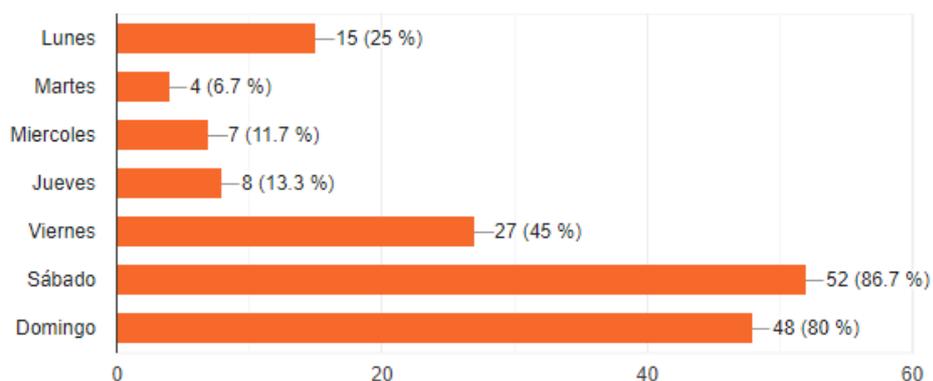
28. ¿Qué precio promedio paga usted cuando compra un sándwich?



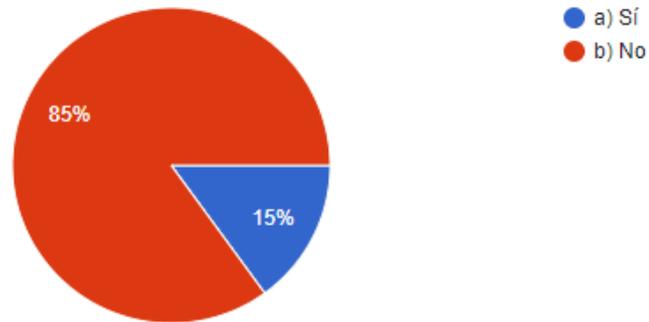
29. ¿Cuándo usted va a una fuente de soda cuanto tiempo demora en elegir los productos a comprar?



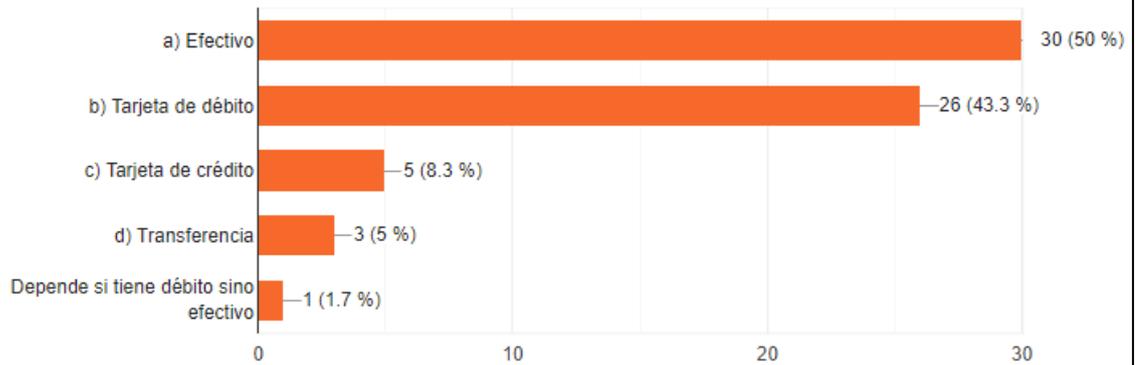
30. ¿Qué días suele consumir más productos en una fuente de soda(jugos, postres, sándwich)?



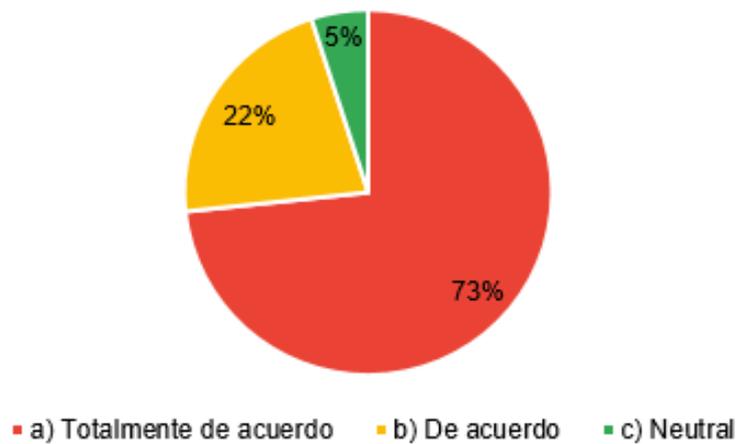
31. ¿Cuándo compra en una fuente de soda, los productos que adquiere informan sobre su valor nutricional?



32. ¿Cuál es el medio de pago más usado por usted?



33. ¿Qué le parecería interactuar con una nutricionista a través de un blog para el inicio de una alimentación saludable?



3. Presentación de los productos



