



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

GREEN GOURMET

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en las siguientes carreras:**

**ROGELIO DE LA TORRE VELASCO –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**RAÚL JAIME ALPAS LOBATÓN –
Ingeniería Industrial**

**SALOMÓN MEMENZA CCACCYA –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**PAOLA ELIZABETH OCHOA SÁNCHEZ –
Ingeniería Industrial**

**OSWALDO PINEDO BUSTAMANTE –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**Asesor:
José Jorge León Gavonel**

**Lima – Perú
2019**

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo	1
1.CAPÍTULO I: Información General	2
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación	2
1.1.1. Razón Social.	2
1.1.2. Nombre Comercial.....	2
1.1.3. Logo.	2
1.1.4. Horizonte de evaluación.	2
1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	3
1.2.1. Actividad económica y código CIIU.....	3
1.2.2. Partida arancelaria.	3
1.3. Definición del negocio y modelo CANVAS.....	3
1.3.1. Definición del negocio.....	3
1.3.1. Modelo CANVAS.	4
1.4. Descripción del producto o servicio	6
1.4.1. Logo.	6
1.4.2. Productos.	6
1.4.3. Empaque y envases	15
1.5. Oportunidad de negocio	17
1.5.1. Oportunidad en la oferta.	17
1.5.2. Oportunidad en la demanda	21
1.6. Estrategia genérica de la empresa	23
2.CAPÍTULO II: Análisis del entorno	25
2.1. Análisis del Macro entorno	25
2.1.1. Del País.....	25
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, número de habitantes. ...	25
2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.	27
2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.	28
2.1.1.4. PBI, tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio, riesgo país. .	29
2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.	35
2.1.2. Del Sector.....	36
2.1.2.1. Mercado internacional.....	36
2.1.2.2. Mercado del consumidor.	41
2.1.2.3. Mercado de proveedores.	42
2.1.2.4. Mercado competidor.	45

2.1.2.5. Mercado distribuidor.....	48
2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	54
2.2. Análisis del Micro entorno.....	55
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad	55
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.	61
2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.....	61
2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.	61
2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.	62
3.CAPÍTULO III: Plan estratégico.....	64
3.1. Visión y misión de la empresa	64
3.2. Análisis FODA	64
3.3. Objetivos	66
4.CAPÍTULO IV: Estudio de mercado	67
4.1. Investigación de mercado.....	67
4.1.1. Criterios de segmentación.	67
4.1.2. Marco muestral.....	67
4.1.3. Entrevistas a profundidad.	68
4.1.4. Focus Group.....	75
4.1.5. Encuestas.....	77
4.2. Demanda y oferta	93
4.2.1. Estimación del mercado potencial.	93
4.2.2. Estimación del mercado disponible.....	95
4.2.3. Estimación del mercado efectivo.	96
4.2.4. Estimación del mercado objetivo.	97
4.2.5. Frecuencia de compra.	99
4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.	100
4.2.7. Estacionalidad.	100
4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado.....	101
4.3. Mezcla de marketing.....	104
4.3.1. Producto.	104
4.3.2. Precio.	107
4.3.3. Plaza.	110
4.3.4. Promoción.	114
4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.	114
4.3.4.2. Promoción a lo largo del proyecto.	119
4.3.4.3. Campaña de descuento.	122

5.Capítulo V: Estudio legal y Organizacional	123
5.1. Estudio legal.....	123
5.1.1. Forma societaria.....	123
5.1.1.1. Actividades.	123
5.1.1.2. Valorización.	124
5.1.2. Registro de marcas y patentes.	124
5.1.2.1. Actividades.	124
5.1.2.2. Valorización.	125
5.1.3. Licencias y autorizaciones.	125
5.1.3.1. Actividades.	125
5.1.3.2. Valorización.	126
5.1.4. Legislación laboral.....	126
5.1.4.1. Actividades.	127
5.1.4.2. Valorización.	128
5.1.5. Legislación tributaria.....	128
5.1.5.1. Actividades.	128
5.1.5.2. Valorización.	128
5.1.6. Otros aspectos legales.	129
5.1.6.1. Actividades.	129
5.1.6.2. Valorización.	130
5.1.7. Resumen de Capítulo.	131
5.2. Estudio organizacional.....	132
5.2.1. Organigrama funcional.	132
5.2.2. Descripción de puestos de trabajo.....	134
5.2.3. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	147
5.2.3.1. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.	147
5.2.3.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.	147
5.2.3.3. Planilla para todos los años del proyecto	147
5.2.3.4. Horario de Trabajo de puestos de trabajo.	150
6.Capítulo VI: Estudio técnico	152
6.1. Tamaño del proyecto	152
6.1.1. Capacidad instalada.	152
6.1.1.1. Criterios.	152
6.1.1.2. Cálculos.....	154
6.1.2. Capacidad utilizada.	154

6.1.2.1. Criterios.	154
6.1.2.2. Cálculos.	155
6.1.2.3. Porcentaje de utilizada de capacidad instalada.	155
6.1.3. Capacidad máxima.	155
6.1.3.1. Criterios.	155
6.1.3.2. Cálculos.	156
6.2. Procesos	157
6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.	157
6.2.2. Programa de producción.	167
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.	167
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.	169
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.	172
6.3. Tecnología para el proceso	174
6.3.1. Maquinaria.	174
6.3.2. Equipos.	175
6.3.3. Herramientas.	178
6.3.4. Utensilios.	179
6.3.5. Mobiliario.	182
6.3.6. Útiles de oficina.	184
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	185
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.	186
6.3.9. Programa de compras posteriores.	187
6.4. Localización.	187
6.4.1. Macro localización.	187
6.4.2. Micro localización.	188
6.4.3. Gastos de adecuación.	190
6.4.4. Gastos de servicios.	191
6.4.5. Plano del centro de operaciones.	192
6.4.6. Descripción del centro de operaciones.	194
6.5. Responsabilidad social frente al entorno	194
6.5.1. Impacto ambiental.	194
6.5.2. Con los trabajadores.	195
6.5.3. Con la comunidad.	195
7. Capítulo VII: Estudio económico y financiero	197
7.1. Inversiones	197
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.	197

7.1.2.	Inversión en Activo Intangible.	200
7.1.3.	Inversión en Gastos Pre-Operativos.	201
7.1.4.	Inversión en inventarios iniciales.	204
7.1.5.	Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).	205
7.1.6.	Liquidación de IGV.	209
7.1.7.	Resumen de estructura de inversores.	210
7.2.	Financiamiento	210
7.2.1.	Estructura del financiamiento.	210
7.2.2.	Financiamiento del activo fijo.	210
7.3.	Ingresos anuales	214
7.3.1.	Ingresos por ventas.	214
7.3.2.	Recuperación de capital de trabajo.	215
7.3.3.	Valor de Desecho Neto del activo Fijo	215
7.4.	Costos y gastos generales	217
7.4.1.	Egresos desembolsables.	217
7.4.1.1.	Presupuesto de materias primas e insumos.	217
7.4.1.2.	Presupuesto de Mano de obra directa.	220
7.4.1.3.	Presupuesto de costos indirectos	222
7.4.1.4.	Presupuesto de gastos de administración.	226
7.4.1.5.	Presupuesto de gastos de ventas.	227
7.4.2.	Egresos no desembolsables.	230
7.4.2.1.	Depreciación.	230
7.4.2.2.	Amortización de intangibles.	232
7.4.2.3.	Gasto por activos fijos no depreciables.	232
7.4.3.	Costo de producción de unitario y costo total unitario	234
7.4.4.	Costos fijos y variables unitarios.	241
8.	Capítulo VIII: Estados financieros proyectados	243
8.1.	Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del flujo de Caja.	243
8.2.	Estado de Ganancias y Pérdidas del Flujo de Caja	243
8.3.	Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	245
8.4.	Flujo de Caja Operativo	246
8.5.	Flujo de Capital.	247
8.6.	Flujo de Caja Económico.	248
8.7.	Flujo del Servicio de la Deuda	248
8.8.	Flujo de Caja Financiero	248
9.	Capítulo IX: Estados Financieros y proyectados	249

9.1. Cálculo de la tasa de descuento	249
9.1.1. Costo de oportunidad.	249
9.1.1.1. CAPM.	249
9.1.1.2. COK Propio.....	250
9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	251
9.2. Evaluación económica financiera	252
9.2.1. Indicadores y Rentabilidad.....	252
9.2.1.1. VANE y VANF.....	252
9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.	253
9.2.1.3. Período de recuperación descontado.....	254
9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).	255
9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.	255
9.2.2.1. Costos variables, Costos Fijos.	256
9.2.2.2. Estado de resultados (Costeo directo).	257
9.2.2.1. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.	259
9.2.2.2. Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.	259
9.3. Análisis de sensibilidad y riesgo	261
9.3.1. Variables de entrada.....	261
9.3.2. Variables de salida.	261
9.3.3. Análisis unidimensional	261
9.3.4. Variables críticas del proyecto.	263
9.3.5. Perfil de riesgo.....	264
10.Conclusiones y Recomendaciones	265
11.Referencias.....	267
12.Anexos.....	270

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Actividad económica y código CIU	3
Tabla 2	Partida arancelaria.	3
Tabla 3	Modelo CANVAS,	5
Tabla 4	Empresas en el patio de comida de Centros Comerciales I.	19
Tabla 5	Empresas en el patio de comida de Centros Comerciales II.	20
Tabla 6	Tasa de crecimiento poblacional	28
Tabla 7	Tasa de interés nominal 2013 -2018	31
Tabla 8	Tasa de interés activa en moneda nacional (en porcentaje).....	33
Tabla 9	Tipo de cambio promedio (soles por U.S dólar).	34
Tabla 10	Matriz FODA cruzado.....	65
Tabla 11	Marco Muestral para investigación cuantitativa	68
Tabla 12	Ficha técnica de Focus Group.....	76
Tabla 13	Pregunta de Validación. 1.	78
Tabla 14	Pregunta 2 de Validación	79
Tabla 15	Pregunta 3 de Validación	80
Tabla 16	Pregunta 4 de validación.....	81
Tabla 17	Pregunta 1 de Contextualización.....	82
Tabla 18	Pregunta de Contextualización.....	83
Tabla 19	Pregunta 3 – De mercado Green Gourmet.....	83
Tabla 20	Pregunta 4 – De mercado Green Gourmet.....	84
Tabla 21	Pregunta 5 – De mercado Green Gourmet.....	85
Tabla 22	Pregunta 6 – Frecuencia de compra.	86
Tabla 23	Pregunta 7 – Medio de comunicación Green Gourmet.....	87
Tabla 24	Pregunta 8 – Canal Green Gourmet.....	88
Tabla 25	Pregunta 9 – Precio Pregunta 1.	89
Tabla 26	Pregunta 10 – Precio grupo 2.....	90
Tabla 27	Pregunta 11 – Precio grupo 3.....	91
Tabla 28	Pregunta 12 – Precio grupo 4.....	92
Tabla 29	Población histórica de las visitas por centro comercial seleccionado.	94
Tabla 30	Visitas proyectadas por centro comercial seleccionado.....	94
Tabla 31	Distribución de niveles socioeconómicos según APEIM 2018.....	95
Tabla 32	Porcentaje de edades por Centro Comercial.....	95
Tabla 33	Mercado - potencial, En visitas.....	95
Tabla 34	Porcentaje de personas que consume ensaladas.	96
Tabla 35	Mercado disponible del proyecto.....	96

Tabla 36	Aceptación del producto.....	96
Tabla 37	Pregunta 4 - Preferencias	97
Tabla 38	Preferencias por ensaladas - Mercado efectivo de este mismo documento, por grupo de ensaladas.	97
Tabla 39	Capacidad operativa de atención de ensaladas.	98
Tabla 40	Capacidad operativa.	99
Tabla 41	Mercado Objetivo – por tipo de ensaladas.	99
Tabla 42	Demanda por grupo de ensaladas.	100
Tabla 43	P13 ¿En qué mes del año come más ensaladas y comida saludable?	100
Tabla 44	Estacionalidad mensual	101
Tabla 45	Preferencia por tipo de ensalada.....	101
Tabla 46	Preferencia por grupos de ensaladas.....	102
Tabla 47	Bebidas con preferencia.....	102
Tabla 48	Programa de ventas anual en unidades.	102
Tabla 49	Estructura de precios.	103
Tabla 50	El programa de ventas en soles.	103
Tabla 51	Bebidas.....	104
Tabla 52	Ensaladas.	105
Tabla 53	Precio de los competidores.	108
Tabla 54	Precio al público de acuerdo la encuesta y su resultado.	109
Tabla 55	Costo de insumos más MOD por tipo de ensalada Green Gourmet.	109
Tabla 56	Estrategia de precios	110
Tabla 57	Promoción por página Web Green Gourmet	115
Tabla 58	Publicidad por redes sociales (Facebook e Instagram).	115
Tabla 59	Cupones de cortesía por inauguración.....	116
Tabla 60	Publicidad por influencers (foodies).....	117
Tabla 61	Prueba de producto.....	118
Tabla 62	Volanteo.....	118
Tabla 63	Cronograma de campaña de lanzamiento.....	118
Tabla 64	Presupuesto de campaña de apertura.	119
Tabla 65	Actividades de Promoción a lo largo de los 5 años.	119
Tabla 66	Presupuesto de Promoción para el año 1.	119
Tabla 67	Presupuesto de Promoción años de 2 al 5.....	120
Tabla 68	Cronograma de Promoción año 1.	121
Tabla 69	Cronograma de promoción para los años del 2 al 5.	121
Tabla 70	Conformación de la Empresa.	123

Tabla 71	Costo de creación de la empresa.....	124
Tabla 72	Costo del registro de una marca.	125
Tabla 73	Beneficios del Régimen Laboral General	127
Tabla 74	Costo de impresiones	129
Tabla 75	Costo de otros aspectos legales	131
Tabla 76	Costo estudio legal.....	131
Tabla 77	Descripción de los puestos - Gerente general.....	134
Tabla 78	Descripción de puesto de Jefe de Operaciones.	135
Tabla 79	Descripción de puesto de Asistente de Gerencia.	136
Tabla 80	Descripción de puesto de Chofer.	137
Tabla 81	Descripción de puesto Ayudante de Chofer.	138
Tabla 82	Descripción de puesto Maestro de Cocina.	139
Tabla 83	Descripción de puesto Ayudante de Cocina.....	140
Tabla 84	Descripción de puesto Ayudante General.	141
Tabla 85	Descripción de puesto Administrador del Local.....	142
Tabla 86	Descripción de puesto Armador de ensalada.	143
Tabla 87	Descripción de puesto Almacenero.	144
Tabla 88	Descripción de puesto Cajero.	145
Tabla 89	Supervisor de Calidad.....	146
Tabla 90	Planilla para año 1.	148
Tabla 91	Planilla para año 2.	148
Tabla 92	Planilla para año 3 a 5.	149
Tabla 93	Planilla MOD – Año 1.....	149
Tabla 94	Ventas Brutas vs Planilla.....	150
Tabla 95	Estimación de capacidad de atención por rango de horas por tipo de ensaladas.	153
Tabla 96	Capacidad Instalada del proyecto.	154
Tabla 97	Adicionales a la demanda.	155
Tabla 98	Programa de producción.	155
Tabla 99	Capacidad Utilizada.	155
Tabla 100	Capacidad Máxima.	156
Tabla 101	Capacidad instalada por rango de horas – Primer año.....	156
Tabla 102	Capacidad instalada por rango de horas – Segundo año.....	157
Tabla 103	Capacidad instalada por rango de horas – Tercer año.....	157
Tabla 104	Criterios para programa de producción.	167
Tabla 105	Programa de producción anual.	167

Tabla 106	Necesidad de materia prima e insumos.....	168
Tabla 107	Precio de materia prima e insumos-Sin IGV.....	169
Tabla 108	Precio por bebida.	170
Tabla 109	Programa de compras de insumos – con IGV.	171
Tabla 110	Programa de compras de bebidas – con IGV.....	172
Tabla 111	Requerimiento de Mano de Obra Directa.	173
Tabla 112	Maquinaria.	174
Tabla 113	Requerimiento de Maquinaria.	175
Tabla 114	Equipos operaciones.....	175
Tabla 115	Equipos operaciones II.....	176
Tabla 116	Requerimiento de Equipos.	176
Tabla 117	Computadora de escritorio.	177
Tabla 118	Requerimiento de Administración.....	177
Tabla 119	Herramientas.	178
Tabla 120	Requerimiento de Herramientas.....	179
Tabla 121	Requerimiento de Utensilios.....	179
Tabla 122	Utensilios	180
Tabla 123	Utensilios I.	181
Tabla 124	Silla fija.	183
Tabla 125	Requerimiento de Mobiliario.....	184
Tabla 126	Programa de Mantenimiento	185
Tabla 127	Programa de reposición.	186
Tabla 128	Programa de compras posteriores	187
Tabla 129	Evaluación de Macro - Localización	187
Tabla 130	Opciones de Ubicación.	189
Tabla 131	Evaluación de la Micro Localización.....	190
Tabla 132	Gastos de adecuación.....	191
Tabla 133	Pagos por servicio para Local.	191
Tabla 134	Distribución de espacios	194
Tabla 135	Gasto mensual en actividades de Responsabilidad Social.	196
Tabla 136	Gasto anual en actividades de Responsabilidad social.	196
Tabla 137	Inversión en activo fijo depreciable – Operaciones.....	198
Tabla 138	Inversión en activo fijo depreciables - Administración	198
Tabla 139	Inversión en activo fijo depreciables – Ventas.....	199
Tabla 140	Cuadro resumen – Inversión activo tangible Año 0	199
Tabla 141	Resumen activo fijo intangible.....	200

Tabla 142	Registro de marca.....	200
Tabla 143	Licencia de funcionamiento.....	200
Tabla 144	Régimen Laboral.....	200
Tabla 145	Régimen tributario.....	201
Tabla 146	Otros gastos (trámites).....	201
Tabla 147	Licencias.....	201
Tabla 148	Inversión en gastos Pre-Operativos	202
Tabla 149	Gastos d adecuación	202
Tabla 150	Activos No depreciables y administración	203
Tabla 151	Garantía de alquiler.....	204
Tabla 152	Programa de producción.....	204
Tabla 153	Inversión en inventarios iniciales.....	205
Tabla 154	Programa de ventas.....	205
Tabla 155	Capital de trabajo – Año 1.....	206
Tabla 156	Gasto Pre-operativo.....	207
Tabla 157	Gasto en Personal.....	207
Tabla 158	Campaña de lanzamiento.....	208
Tabla 159	Liquidación de IGV.....	209
Tabla 160	Liquidación del IGV – Mensual.....	209
Tabla 161	Estructura de inversiones.....	210
Tabla 162	Estructura de financiamiento.....	210
Tabla 163	Datos generales del financiamiento.....	211
Tabla 164	Condiciones del préstamo.....	211
Tabla 165	Detalle de financiamiento.....	212
Tabla 166	Cronograma de pagos (mensual) x año.....	213
Tabla 167	Ingresos por ventas.....	214
Tabla 168	Capital de trabajo (Recuperación).....	215
Tabla 169	Valor de desecho de activos fijos.....	216
Tabla 170	Presupuesto de materia prima e insumos.....	218
Tabla 171	Presupuesto para bebidas.....	219
Tabla 172	Total de materiales e insumos con IGV y sin IGV.....	219
Tabla 173	Planilla MOD.....	220
Tabla 174	Presupuesto de Mano de Obra.....	221
Tabla 175	Planilla Mensual – Año 1.....	221
Tabla 176	Presupuesto de Costos indirectos.....	222
Tabla 177	Presupuesto para el combustible.....	222

Tabla 178	Mantenimiento de maquinaria y equipo.	223
Tabla 179	Reposición de herramientas y utensilios.	224
Tabla 180	Servicio de limpieza	224
Tabla 181	Servicio de seguridad	225
Tabla 182	MOD Indirecta.	225
Tabla 183	Presupuesto de gastos administrativos.	226
Tabla 184	Sueldos de Administración.	227
Tabla 185	Presupuesto de gastos de ventas.	227
Tabla 186	Alquiler Local Comercial.	228
Tabla 187	Servicios adicionales de local comercial	228
Tabla 188	Ventas por forma de pago	228
Tabla 189	Ventas por tipo de tarjeta – Canal directo	229
Tabla 190	Comisión por tipo de tarjeta	229
Tabla 191	Sueldos de ventas.	229
Tabla 192	Depreciación de activos fijos.	230
Tabla 193	Cuadro de depreciación acumulada.	231
Tabla 194	Cuadro de resumen de depreciación.	232
Tabla 195	Amortización.	232
Tabla 196	Activo No depreciable.	233
Tabla 197	Costo de producción promedio.	234
Tabla 198	Costo total Unitario promedio	234
Tabla 199	Programa de Ventas Anual – Ensaladas.	234
Tabla 200	Programa de ventas anual – Bebidas.	235
Tabla 201	Programa de compra de bebidas – Con IGV.	235
Tabla 202	Ventas. Año 1.	235
Tabla 203	Costo total de ensaladas.	236
Tabla 204	Costo Total Unitario - Spinach Salad.	236
Tabla 205	Costo Total Unitario - Gourmet Fruit Salad.	236
Tabla 206	Costo Total Unitario - Deli quinoa.	237
Tabla 207	Costo Total Unitario - Ensalada Capresse.	237
Tabla 208	Costo Total Unitario - Cesar Salad	237
Tabla 209	Costo Total Unitario - Ensalada Salmón.	238
Tabla 210	Costo Total Unitario - Waldrof Salad.	238
Tabla 211	Costo Total Unitario - Ensalada de Garbanzo.	238
Tabla 212	Costo Total Unitario - Ensalada Multicolor.	239
Tabla 213	Costo Total Unitario - Chicha	239

Tabla 214 Costo Total Unitario - Infusiones	239
Tabla 215 Costo Total Unitario - Agua Mineral.....	240
Tabla 216 Costo Total Unitario - Free te Limón Light	240
Tabla 217 Costo Total Unitario - Coca Cola Zero.....	240
Tabla 218 Costo Total Unitario - Inca Cola Zero.	241
Tabla 219 Costos fijos y variables sin IGV.	241
Tabla 220 Costos Variables.	242
Tabla 221 Costos fijos.	242
Tabla 222 Premisas Estados financieros.	243
Tabla 223 Tasa de impuesto a la renta.	244
Tabla 224 Estado de ganancias y pérdidas sin IGV.....	244
Tabla 225 Estado de ganancias y pérdidas con GASTOS FINANCIEROS Y ESTADOS FINANCIEROS	245
Tabla 226 Ajuste de estado d cuenta.....	246
Tabla 227 Flujo de Caja Operativo.....	246
Tabla 228 Flujo de capital proyectado	247
Tabla 229 Flujo de caja económico.....	248
Tabla 230 Flujo del servicio de la deuda.....	248
Tabla 231 Flujo de caja financiero proyectado.....	248
Tabla 232 Betas.....	249
Tabla 233 Datos para la tasa de descuento.....	250
Tabla 234 Costo de oportunidad del proyecto.....	250
Tabla 235 COK PROPIO	250
Tabla 236 WACC del proyecto.....	252
Tabla 237 Indicador de rentabilidad económico.....	253
Tabla 238 Indicador de rentabilidad Ec.....	254
Tabla 239 Flujos descontados.	254
Tabla 240 Período de recuperación descontado.....	254
Tabla 241 Indicador Beneficio/Costo del Flujo Económico.....	255
Tabla 242 Indicador Beneficio/Costo del Flujo Financiero.....	255
Tabla 243 Precio sin IGV.	256
Tabla 244 Costo variable Unitario.....	256
Tabla 245 Margen de Contribución.....	257
Tabla 246 Costo fijo.....	257
Tabla 247 Estado de resultados – Costeo directo.....	258
Tabla 248 Punto de equilibrio.	259

Tabla 249 Punto de equilibrio – soles.	260
Tabla 250 Comprobación.....	260
Tabla 251 Ventas vs Punto de equilibrio.	260
Tabla 252 Variable precio.	261
Tabla 253 Variable demanda.	262
Tabla 254 Variable Costo.....	262
Tabla 255 Variable venta + Mano de obra directa.....	262
Tabla 256 Variable ADM y CIF	263

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la empresa.	2
Figura 2. Modelo de negocio del proyecto.	4
Figura 3. Logo Green Gourmet.	6
Figura 4. Deli-Mixta – Foto referencial.	7
Figura 5. Spinach Salad – Foto referencial.	8
Figura 6. Deli Fruit Salad – Foto referencial.	8
Figura 7. Cuscús Salad – Foto referencial.	9
Figura 8. Ensaladas Capresse – foto referencial.	10
Figura 9. Ceaser Salad – Foto referencial.	11
Figura 10. Ensalada de Salmón Ahumado.	12
Figura 11. Waldorf Salad.	13
Figura 12. Ensalada de Garbanzos.	14
Figura 13. Ensalada Multicolor.	15
Figura 14. Bebidas Light.	15
Figura 15. Gama de Productos Galvanotek.	16
Figura 16. Gama de Productos Integrity.	16
Figura 17. Distribución de hogares según NSE 2018 de Lima Metropolitana.	21
Figura 18. Significado de vida saludable.	22
Figura 19. Triángulo de diferenciación del proyecto.	24
Figura 20. Perú.	25
Figura 21. Estadística Poblacional 2018 según IPSOS.	26
Figura 22. Población por región natural del Perú.	27
Figura 23. Balanza Comercial: 2011-2020 (Millones de US\$).	28
Figura 24. Crecimiento del PBI (Variación porcentual).	29
Figura 25. Contribución de los sectores al crecimiento del PBI.	30
Figura 26. Proyección de la inflación.	31
Figura 27. Logo de Aloha Poké.	36
Figura 28. Bowl personalizado.	37
Figura 29. Logo Bicrú.	37
Figura 30. Ñoquis y pesto de algas.	38
Figura 31. Logo Salad Market.	38
Figura 32. Local Salad Market.	39
Figura 33. Logo Fresh and Co.	39
Figura 34. Menú Market Table.	40
Figura 35. Menú de ensaladas.	40

Figura 36. Logo Go Green.	41
Figura 37. Menú de ensaladas de Go Green.	41
Figura 38. Jugos Vitta Fresh.	43
Figura 39. Productos Foodpack.	43
Figura 40. Productos Okyalo.	44
Figura 41. Logo Karfrut.	44
Figura 42. Menú Quinoa Café. La Creativa.	45
Figura 43. La esencia de Quinoa Café.	45
Figura 44. Raw Café – Bowl.	46
Figura 45. Sanurya – Publicación Facebook ensalada.	46
Figura 46. Vabien – Menú.	47
Figura 47. Carta de Pickadeli.	48
Figura 48. Ubicación Patio de comida Las Begonias.	49
Figura 49. Patio de comidas Las Begonias.	49
Figura 50. Ubicación C.C Camino Real.	50
Figura 51. Sección de comidas en C.C Camino Real.	50
Figura 52. Ubicación C.C San Isidro.	51
Figura 53. Zona de comidas C.C San Isidro.	51
Figura 54. Ubicación C.C Real Plaza Salaverry.	52
Figura 55. Patio de comidas C.C Real Plaza Salaverry.	52
Figura 56. Ubicación C.C La Rambla – San Borja.	53
Figura 57. Patio de comidas C.C La Rambla – San Borja.	53
Figura 58. Ubicación C.C Jockey Plaza.	54
Figura 59. Patio de comidas C.C Jockey Plaza.	54
Figura 60. Quinoa Café.	56
Figura 61. Sanurya.	57
Figura 62. Menú Pickadeli.	58
Figura 63. Productos Qumara.	59
Figura 64. Zona de reparto Qumara.	59
Figura 65. Va Bien.	60
Figura 66. Raq Café.	60
Figura 67. Carta de ensalada de Loreta.	61
Figura 68. Formula.	77
Figura 69. Pregunta de Validación 1.	78
Figura 70. Pregunta para validar 2.	79
Figura 71. Pregunta de Validación 3.	80

Figura 72.Pregunta de Validación 4.	81
Figura 73.Pregunta para Contextualización 1.	82
Figura 74.Pregunta 2 para Contextualización 2.	83
Figura 75.Pregunta 3 – De mercado Green Gourmet.....	84
Figura 76.Pregunta, N°4 – De mercado Green Gourmet.....	85
Figura 77.Pregunta, N° 5 – De mercado Green Gourmet.....	86
Figura 78.Pregunta, N°6 – Mercado Green Gourmet.	87
Figura 79.Pregunta, N°7 – Medio de comunicación Green Gourmet.....	88
Figura 80.Pregunta, N°8 – Mercado Green Gourmet.	89
Figura 81.Pregunta, N°9 – Precio grupo 1 – Green Gourmet.	90
Figura 82.Pregunta, N°10 – Precio grupo 2 – Green Gourmet.	91
Figura 83.Pregunta, N°11 – Precio grupo 3 – Green Gourmet.	92
Figura 84.Pregunta, N°12 – Mercado Green Gourmet.	93
Figura 85.Logo Green Gourmet.	106
Figura 86.Envase de ensalada, aliño y cubiertos.	107
Figura 87.Distribución directa del proyecto.	110
Figura 88.Ubicación patio de comida Las Begonias.....	111
Figura 89.Patio de comidas Las Begonias.	111
Figura 90.Ubicación C.C Real Plaza Salaverry.	112
Figura 91.Patio de comidas C.C Real Plaza Salaverry.	112
Figura 92.Ubicación C.C. La Rambla – San Borja.	113
Figura 93.Patio de comidas C.C La Rambla – San Borja.	113
Figura 94.Ubicación C.C. Jockey Plaza.	114
Figura 95.Patio de comidas C.C. Jockey Plaza.....	114
Figura 96.Organigrama.	133
Figura 97.Diagrama del Macro Proceso.....	159
Figura 98.Diagrama del Proceso de Abastecimiento.....	160
Figura 99.Diagrama del Proceso Mise en Place.	161
Figura 100 .Diagrama del Proceso Habilitación de Cárnicos.....	162
Figura 101.Diagrama del Proceso Cocción de menestras.	163
Figura 102.Diagrama del Proceso Habilitación de Frutas, Verduras y Hortalizas.....	164
Figura 103.Diagrama del Proceso Habilitación de Lechuga y Hortalizas.....	165
Figura 104.Diagrama del Proceso de Servicio en Punto de Venta.	166
Figura 105.Macro - Localización de la Empresa en el distrito de Ate.	188
Figura 106.Micro – Localización de la empresa en el distrito de San Luis.....	190
Figura 107.Plano de local. Nivel 1.....	192

Figura 108.Plano de Local. Nivel 2.	193
Figura 109.Tasa – Banco Pichincha.	211
Figura 110.Porcentaje de depreciación.....	215

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Ley N° 26842 - Ley General de la Salud.	270
Anexo 2 Reglamento del Decreto Legislativo N° 1062 - De la Inocuidad de los alimentos.	271
Anexo 3 Encuesta.....	274
Anexo 4 Guía de pautas para Focus Group.	280
Anexo 5 Detalle de Precios ponderado para los productos Green Gourmet.	282
Anexo 6 Programa de Ventas Mensual en Unidades.....	283
Anexo 7 Programa de Ventas Mensual en Unidades(Continuacion).	284
Anexo 8 Programa de Ventas Mensual en Soles.	285
Anexo 9 Programa de Ventas Mensual (Continuación).	286
Anexo 10 Formulario de Solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica.	287
Anexo 11 Ficha de Solicitud de Constitución de empresa.....	288
Anexo 12 Formato de Solicitud de Registro de marca/servicio.	289
Anexo 13 Programa de Producción Mensual.	291
Anexo 14 Programa de Producción Mensual.	292
Anexo 15 Receta por tipo de ensalada.	293
Anexo 16 Receta por tipo de ensalada(Continuacion).	294
Anexo 17 Control de Recepción de Materia Prima e Insumos.	295
Anexo 18 Control de Recepción de Materia Prima e Insumos(Continuación).....	297
Anexo 19 Control de Recepción de Materia Prima e Insumos(Continuación).....	299
Anexo 20 Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo – Green Gourmet.	301
Anexo 21 Proceso de Desinfección de Green Gourmet.	305

Resumen Ejecutivo

El presente Plan de Negocios “Green Gourmet” se refiere al estudio de venta de ensaladas tipo gourmet en patios de comidas, ubicados en los centros comerciales Rambla – San Borja, Jockey Plaza, Patio de Comidas – Begonias y Real Plaza Salaverry en los distritos San Borja, Surco, San Isidro y Jesús María, para los años 2020 – 2024, mediante la empresa Ensaladas Saludables S.A.C.

Se tiene como oportunidad que el rubro de alimentación saludable está en una etapa de crecimiento, por lo cual hay un potencial enorme. La mayoría de establecimiento ofrece este tipo de productos en restaurantes; sin embargo Green Gourmet brindará la venta de ensaladas tipo gourmet en patios de comidas.

Como señaló el estudio “Vida Saludable” de Datum (2017), se observa que el 68% de los peruanos asocia una vida saludable con el concepto de comer sano, por lo cual se observa un cambio en el consumidor, generándose un cambio en su estilo vida y alimentación más saludable.

El negocio plantea que el cliente tenga la opción de elegir una ensalada tipo gourmet con insumos frescos y de calidad más una bebida, dentro de un portafolio de ensaladas a su elección, en patios de comidas de centros comerciales en los cuales no se tiene competidores directos en el mercado de los centros comerciales.

En cuanto a la inversión y rentabilidad del negocio, éste requerirá una inversión de S/. 2,430,594 nuevos soles el cual tiene una tasa interna de retorno de 52.44 % y VAN superior al 0.

CAPÍTULO I: Información General

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1. Razón Social.

Ensaladas Saludables S.A.C.

1.1.2. Nombre Comercial.

Green Gourmet

1.1.3. Logo.



Figura 1. Logo de la empresa.

Elaboración Propia.

1.1.4. Horizonte de evaluación.

El horizonte de evaluación será de cinco años comprendidos desde el 2020 al 2024. Se considerará el año 2019 como el año cero para la elaboración del proyecto, estudio de mercado e inversión correspondiente a la implementación de maquinaria, local de trabajo y selección de personal.

El horizonte de evaluación se determinó considerando las siguientes razones:

- Al ser un producto y empresa nuevos en el mercado, se estima el primer año como introducción, el segundo año de crecimiento y los últimos tres años de consolidación en el mercado.
- La mayoría de las máquinas y equipos tienen en promedio una vida útil de cinco años.

- Se proyecta que el periodo de recuperación sea luego del tercer año, por lo que se ha considerado un horizonte mayor.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria

1.2.1. Actividad económica y código CIIU.

A continuación, se presenta los CIIU para el proyecto según la naturaleza de su actividad económica.

Tabla 1

Actividad económica y código CIIU

Actividad económica	CIIU
Restaurantes, bares y cantinas	5520
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	5610

Nota. Elaboración Propia con data INEI.

1.2.2. Partida arancelaria.

La partida arancelaria considerada para el proyecto es:

Tabla 2

Partida arancelaria.

Actividad económica	Partida
Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas	21061000

Nota. Operatividad aduanera, Sunat.

1.3. Definición del negocio y modelo CANVAS

1.3.1. Definición del negocio.

Green Gourmet consiste en la elaboración y ventas de ensaladas tipo gourmet. Estaremos en presentes en 4 patios de comidas de 4 centros comerciales (C.C. Real Plaza Salaverry, C.C. Jockey Plaza, C.C. Rambla San Borja y C.C. las begonias), las cuales se encuentran en los distritos de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María.

Nuestros consumidores deben estar en el nivel socioeconómico (NSE) A, B y C1, basándonos de la clasificación otorgada por la asociación peruana de empresas de investigación de mercado (APEIM). Los cual estarán en el rango de edades de 25a 65 años los cuales, deberán tener una preferencia por el consumo de productos naturales, alimentación saludable y una vida sana.

En nuestro modelo de negocio que se utilizará será el modelo B2C (business to consumer); es decir, de la empresa al consumidor final directamente. En dicho modelo, “los clientes compran directamente del negocio”, asimismo, “el comercio B2C apuesta por fuertes

estrategias de contenido, capaces de desencadenar el interés del público objetivo, crear lazos de fidelización e incentivar la compra” (Santos, 2018).

Es así, que el presente proyecto, basado en un modelo B2C, llegará al consumidor final a través de una tienda dentro del patio de comidas de un centro comercial.



Figura 2. Modelo de negocio del proyecto.

Elaboración propia.

1.3.1. Modelo CANVAS.

A continuación, mostramos el cuadro de Canvas con el cual podemos realizar una idea del negocio a realizar.

Tabla 3
Modelo CANVAS,
8.- SOCIOS CLAVE

8.- SOCIOS CLAVE	7.- ACTIVIDADES	1.- PROPUESTA DE VALOR	4.- RELACIÓN CON CLIENTES	2.-SEGMENTOS DE MERCADOS
• Empresas de la zona • Proveedores de frutas, verduras y abarrotes. • Centros comerciales	• Elaboración de platos • Abastecimiento • Gestión de proveedores • Reclutamiento y selección de RRHH • Elaboración de los platos • Implementación del catering (planta de producción) • Convenio con módulos de distribución 6.- RECURSOS CLAVE • Administrador con experiencia. • Chef y nutricionista • Insumos de calidad. • Personal de venta • Planta producción	• Estamos ubicados en patio de comidas • Rapidez en la atención • Portafolio, único, gourmet de ensaladas que son nutritivas y saludables • No se tiene competidores en el patio de comida	• A través de redes sociales • Difusión en centro comercial • Face to face • Via APP 3.- CANALES • Patio de comidas de Centro Comercial	• Varón o mujer • De 25 a 65 años • NSE A, B y C1 • Población visitante que acude a los centros comerciales de San Isidro, San Borja, Jesús María y Surco. • Personas que eligen una alimentación saludable • Personas que no traen comida de casa y eligen comer fuera de oficina o centro de trabajo • Tienen poco tiempo disponible • Desean espacio cómodo
9.- ESTRUCTURA DE COSTOS		5.- FUENTES DE INGRESO		
• Recursos Humanos • Programa de fidelización • Mantenimiento de equipos y salón • Costo de insumos • Alquiler • Publicidad		• Cobro por ensaladas y bebidas		

Nota: Elaboración propia.

1.4. Descripción del producto o servicio

1.4.1. Logo.

El proyecto tendrá como logo el nombre “Green Gourmet” en color azul oscuro con un fondo de blanco con verduras y frutas en colores naranja, rojo y verde en dos tonalidades. Los colores del logo son vibrantes y hacen referencia a naturaleza y salud.

Los colores elegidos tienen los siguientes significados subjetivos:

- Verde: naturaleza, frescura, medio ambiente, esperanza
- Naranja: energético, tierra, otoño, salud y vitalidad
- Rojo: calidez, amor
- Azul: calma, tranquilidad, confianza
- Blanco: pureza, limpieza, salud, paz



Figura 3. Logo Green Gourmet.

Elaboración propia.

1.4.2. Productos.

La característica principal del proyecto es las ensaladas gourmet saludables, que ofrece al cliente una opción saludable y nutritiva a la hora de comer. A continuación, se presentan las ensaladas que conformarán el menú del proyecto que contara con un máximo de 400gr por plato:

A. Deli-Mixta

Es una ensalada mixta que tiene los siguientes ingredientes:

- 80gr Lechuga Americana
- 30gr Tomates Italianos
- 30gr Pepino
- 30gr de Huevo de Codorniz
- 20gr de Cebolla Roja
- 30gr de Choclo
- 30gr de Queso Fresco
- 50Mlts Aliño (Sal, Pimienta Blanca, Aceite de oliva virgen y vinagre)
- 150gr de Filete de Pollo a la plancha



Figura 4. Deli-Mixta – Foto referencial.

Adaptado de web “Demos la vuelta al día”.

B. Spinach Salad

Que contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr Espinaca
- 30gr Manzana
- 30gr Pasas
- 45 gr Queso Paria
- 45gr Nueces
- 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Vinagre, Miel, Sal y Pimienta negra)
- 150gr Salmon a la Parrilla



Figura 5. Spinach Salad – Foto referencial.
Adaptado de recetas ensalada.

C. Gourmet Fruit Salad

Que contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr Plátano de Seda
- 100gr de Kiwi
- 100gr de Melocotón
- 100gr de Papaya
- 100gr de Rodajas de piña
- Salsa Especial (Miel, Limón y Azúcar)



Figura 6. Deli Fruit Salad – Foto referencial.
Adaptado de Libby's.

D. Deli Quinoa

Que contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr de Quinoa (Blanca, Roja y Negra)
- 30gr de Cebolla
- 10gr de Perejil Fresco
- 30gr de Tomates Cherry
- 15gr de Pimiento Rojo
- 15gr de Pimiento Amarillo
- 50Mlts de Aliño (Aceite de oliva virgen, Limón, Pimienta Blanca y Sal)
- 150gr de Trucha a la plancha



Figura 7. Cuscús Salad – Foto referencial.

Adaptado de recetas Ensalada.

E. Ensalada Caprese

Que contiene los siguientes ingredientes:

- 80gr Albaca

- 80gr de Tomate Italiano
- 55gr de Queso Fresco
- 35gr de Pecanas
- 50Mlts aliño (Limón, Vinagre, Aceite de oliva virgen)
- 150gr de Chuleta de Cerdo deshuesada



*Figura 8.*Ensaladas Capresse – foto referencial.

Adaptado de recetas Ensalada.

F. Ceaser Salad

Que contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr de Lechuga Americana
- 30gr de Lonjas de Tocino
- 30gr Queso Parmesano rallado grueso
- 30gr de Cubos de Pan (Baguette, Ciabatta y Marraqueta)
- 30gr de Palta Fuerte
- 30gr de Tomate Italiano
- 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Paprika, Sal, Pimienta Blanca y Limón)

- 150gr de Filete de Pollo a la plancha

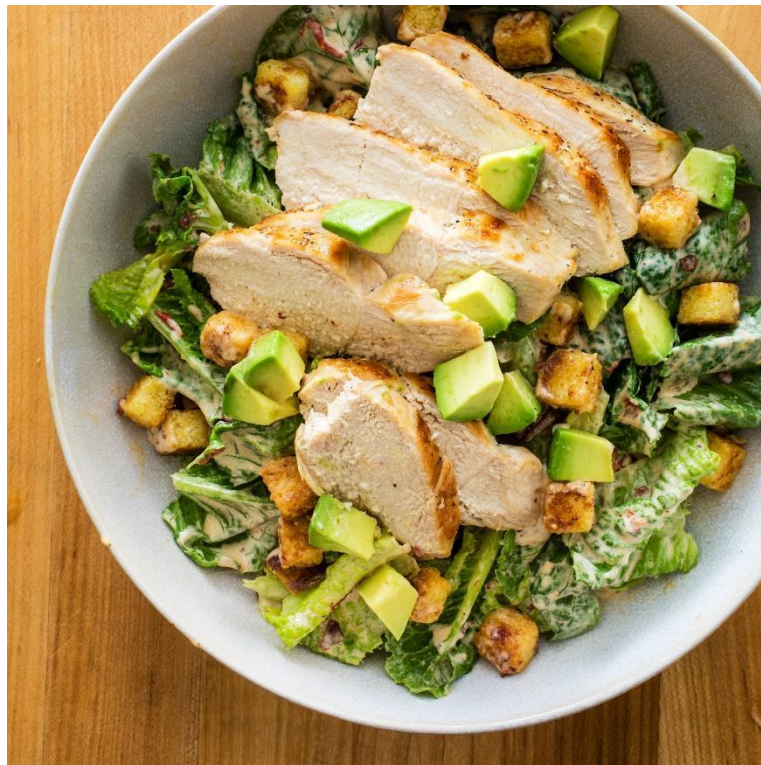


Figura 9. Ceaser Salad – Foto referencial.

Adaptado de recetas Ensalada.

G. Ensalada con Salmon

Contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr de Laminas de salmón ahumado
- 50gr de Queso Fresco
- 30gr de Ciboulette Picado
- 100gr de Lechuga Mixta (Hojas Verdes y Moradas)
- 50gr de Tomates de Coctel en Rodajas
- 20gr de Eneldo Gourmet
- 50Mlts Aliño (Limón, Sal, Pimienta Negra y Yogurt Griego)



Figura 10. Ensalada de Salmón Ahumado.

Adaptado de Gourmet.

H. Waldorf Salad

Contiene los siguientes ingredientes:

- 100gr de Lechuga Americana
- 50gr de Manzana Granny Smith
- 50gr de Pecanas
- 25gr de Corazón de Apio
- 25gr de Pasas Negras
- 150gr de Lomo de Cerdo a la Plancha
- 50Mlts aliño (Mayonesa, Limón, Sal y Pimienta Negra)



Figura 11. Waldorf Salad.

Imagen Referencial.

I. Ensalada de Garbanzo

Contiene los siguientes ingredientes:

- 30gr de Cebolla Roja
- 30gr de Pimiento Rojo
- 30gr de Pimiento Verde
- 100gr de Garbanzos Cocidos
- 30gr de Tomates Cherry
- 30gr de Aceituna
- 150gr de Filete de Atún a la Plancha
- 50Mlts Aliño (Limón, Sal, Pimienta Negra y Aceite de Oliva virgen)



*Figura 12.*Ensalada de Garbanzos.

Adaptado de gourmet.

J. Ensalada MultiColor

Contiene los siguientes ingredientes:

- 30gr de Garbanzos Cocidos
- 20gr de Arvejas Cocidas
- 20gr de Brócoli al vapor
- 20gr de Coliflor al vapor
- 10gr de Apio Picado Finamente
- 30gr de Zanahoria Cocida y Picada en Bastones
- 30gr de Tomates Cherry
- 30gr de Huevos de Codorniz Cocidos
- 70gr de Lechuga Hidroponica
- 150gr de Lomo Fino a la Plancha
- 50Mls Aliño (Mayonesa, Mostaza, Perejil, Sal y Pimienta Negra)



Figura 13. Ensalada Multicolor.

Adaptado de pequerecetas.com.

Por último, el cliente podrá escoger una bebida de su elección como jugo natural (naranja), refresco de chicha o una bebida embotellada (agua mineral con/sin gas, saborizada, etc.).



Figura 14. Bebidas Light.

Elaboración Propia.

1.4.3. Empaque y envases

Con respecto a los envases se decidió tomar al proveedor Galvanotek (Brasil) el cual genera toda una gama de envases alimentarios muy variado y tomando en cuenta que es una de las empresas líderes en Brasil. Con más de 25 años de experiencia en el rubro y teniendo altos estándares de calidad (ISO9001, FSSC 22000, Carbono Neutro, etc.).



*Figura 15.*Gama de Productos Galvanotek.

Elaboración Propia.

Para poder contar con el excelente producto de Galvanotek, nos llegamos a contactar con la empresa SMP DISTRIBUCIONES la cual realiza la importación de dichos productos y los revende bajo sus dos marcas de mercado “DULCEHOGAR y BOTIPLAST”.

La empresa SMP DISTRIBUCIONES, tiene más 15 años de experiencia en el mercado de envases plásticos alimentarios y la importación / exportación de los de productos similares para el consumidor.



*Figura 16.*Gama de Productos Integrity.

Adaptado smpdistribuciones.com.

1.5. Oportunidad de negocio

1.5.1. Oportunidad en la oferta.

Actualmente, existe una tendencia de comida saludable en el mercado local (Lima Metropolitana) y es así que varios productos naturales y restaurantes con alimentos saludables se encuentran en el mercado.

El proyecto está dirigido para la población visitante de los centros comerciales de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María. De acuerdo con el Compendio Estadístico 2016 de la Municipalidad de San Isidro, se estima que aproximadamente de 750,717 personas concurre el distrito por día. Para el distrito de San Borja la población flotante se estima en cinco mil personas de lunes a viernes y 12 mil fines de semana, llegando a alcanzar las 20 mil personas a la semana (Municipalidad de San Borja, 2018). Por último, Surco también tiene una gran cantidad flotante, superior a su población residente que sobrepasa las 250000 personas.

La mayoría de dichos distritos cuenta con una gran cantidad flotante por sus zonas comerciales y empresariales. De acuerdo con el Estudio de Centros Comerciales 2017 realizado por Arellano, los peruanos valoran la experiencia con zonas de ocio y 'coworking'; el entretenimiento y una potente oferta gastronómica (El Comercio, 2017). Asimismo, en dicho estudio, se observa que el C.C. Jockey Plaza cuenta la mayor preferencia de los peruanos, ubicándolo en primer lugar con 12% de frecuencia de compra y 14% de preferencia. En segundo lugar, se encuentra empatado Plaza Norte y Mega Plaza; sin embargo, en términos de preferencia Mega Plaza supera a Plaza Norte. En tercer lugar, se encuentra Plaza San Miguel con un 8% de frecuencia de compra y 6% de preferencia. En cuarto lugar, está Mall del Sur, y en quinto lugar Real Plaza Salaverry.

Por otro lado, en cuanto a la preferencia de los limeños por zona se obtiene los siguientes datos del informe (Portal PQS, 2017):

Callao

- Mallplaza Bellavista 17%
- Plaza San Miguel 16%
- Plaza Norte 13%
- Minka 13%
- Real Plaza 9%

Lima Centro

- Jockey Plaza 19%
- Real Plaza Salaverry 12%
- Plaza San Miguel 9%
- Larcomar 6%
- La Rambla 4%

Lima Norte

- Megaplaza 29%
- Plaza Norte 18%
- Jockey Plaza 5%
- Real Plaza Salaverry 5%
- Plaza San Miguel 5%

Lima Este

- Jockey Plaza 25%
- Mall Aventura Santa Anita 15%
- La Rambla San Borja 6%
- Real Plaza Centro Cívico 6%
- Mall del Sur 4%

El presente proyecto piensa ubicarse en el patio de comidas de un centro comercial dentro de los distritos de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María. Asimismo, se observa que el patio de comida de la mayoría de centros comercial de Lima cuenta con muchas marcas de fast food conocidas como Bembos, Burger King, Pizza Hut, entre otras. Asimismo, existen diversos restaurantes de comida saludable ubicados dentro de un centro comercial, no en el patio de comidas, como Quinoa que tiene un local en el Jockey Plaza.

La siguiente tabla muestra algunas empresas de comida ubicadas en conocidos centros comerciales:

Tabla 4

Empresas en el patio de comida de Centros Comerciales I.

Empresa	Logo	Patio de comidas de Centro Comercial:
KFC		Mall Aventura Real Plaza Jockey Plaza
Pizza Hut		Mall Aventura Real Plaza Jockey Plaza La Rambla
Burger King		Mall Aventura Real Plaza Jockey Plaza
Chinawok		Mall Aventura Real Plaza Jockey Plaza
Papa Johns		Real Plaza
Bembos		Mall Aventura (Arequipa) Real Plaza Sur Plaza Plaza Lima Sur Plaza Norte San Borja Plaza Patio de Comidas Las Begonias Jockey Plaza
Popeyes		Real Plaza
Otto Grill		Mall Aventura Real Plaza La Rambla
La Salchi paperia		Mall Aventura
La Choz de la Anaconda		Mall Aventura

Nota. Elaboración propia.

Tabla 5

Empresas en el patio de comida de Centros Comerciales II.

Empresa	Logo	Patio de comidas de Centro Comercial:
Mon tao		Mall Aventura Real Plaza
La Panka		Real Plaza Jockey Plaza
Mamma pasta		Real Plaza Jockey Plaza La Rambla
Mr. Shao		Jockey Plaza
Mr. Sushi		Jockey Plaza La Rambla
Mr. Steak		Jockey Plaza
Pasquale - sanguchería		Real Plaza La Rambla
Taco Bell		Real Plaza
Toku		Real Plaza
Sanurya		Jockey Plaza
Subway		Real Plaza Jockey Plaza La Rambla

Nota. Elaboración propia.

1.5.2. Oportunidad en la demanda

En Lima Metropolitana, la mayoría de la población pertenece al nivel socioeconómico “B” (46.20%), siendo el NSE “A” solo el 22.0% y 12.0% al NSE “C1”, dando un resultado de 27.9%. Asimismo, considerando que el proyecto está dirigido a personas perteneciente al NSE A, B y C1, se debe resaltar que los distritos al que el proyecto se dirige es San Isidro, San Borja y Surco, los cuales pertenecen a la zona 7 (según clasificación de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado - APEIM) y presenta un NSE A de 34.6% y NSE B de 46.4% (APEIM, 2018). Dicho dato da un total de 81%, representando una oportunidad para el presente proyecto ya que existe más de 80% como potencial cliente.

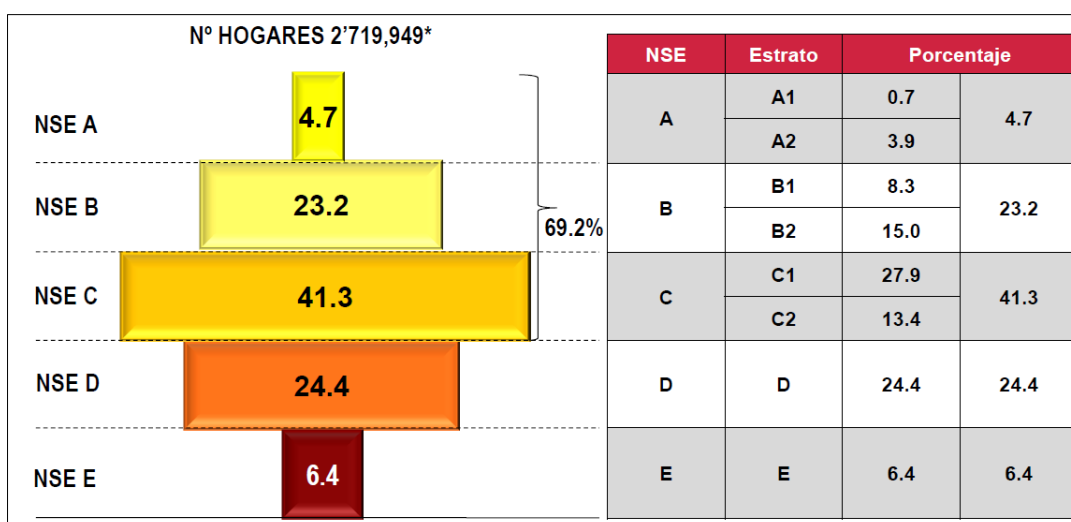


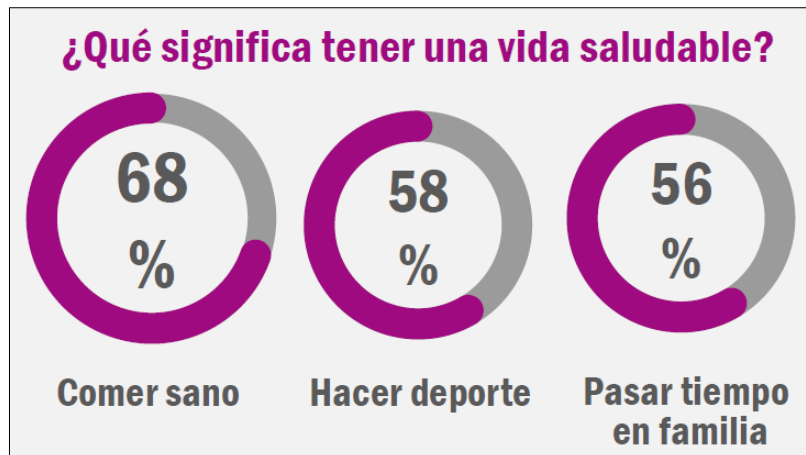
Figura 17. Distribución de hogares según NSE 2018 de Lima Metropolitana.

Adaptado de Niveles Socioeconómico 2018, APEIM.

De acuerdo con diario Gestión (2017), “el 90% de consumidores peruanos dice pagar más por alimentos que prometen beneficios de salud”, lo cual indica la alta disposición del mercado peruano por alimentos más sanos, generando que estén más dispuesto a probar una marca nueva que se ajuste a sus necesidades.

Por otro lado, de acuerdo al estudio “Vida Saludable” de Datum (2017), se observa algunos datos importantes:

- A. El 68% de los peruanos asociación una vida saludable con el concepto de comer sano.



*Figura 18.*Significado de vida saludable.

Adaptado de estudio de vida saludable, por Datum 2017.

- B. El 75% piensa que es difícil llevar un estilo de vida saludable, siendo los principales factores: mayor gasto (25%), falta de tiempo (19%) y la comida chatarra es más accesible (12%).
- C. Seis de diez personas se consideran “saludables” y son las que se preocupan más por su salud.
- D. El 87% no realiza dieta, el resto sí lo hace, siendo en su mayoría mujeres de los NSE A/B.
- E. La mitad de las personas que hacen dieta deciden ellos mismo qué comen.

Como se observa de los datos anteriores, existe un alto potencial para el proyecto por parte de la demanda, perteneciendo la mayoría de personas que preocupa por una dieta saludable a los NSE A y B. Además, se muestra que la mayoría de las personas con tendencias a una dieta saludables prefiere elegir sus ingredientes y alimentos.

Por último, de acuerdo al informe especial de opinión pública “Ley de Alimentación Saludable” realizado por Datum (2018), se observa un cambio en el consumidor, instalándose en su mente una cultura de vida y alimentación saludable. Además, dicho informe indica que la ley de alimentación saludable generará confianza en el consumidor y representará una oportunidad para que las marcas se conviertan en “marcas saludables” y conviertan eso en un valor diferencial.

1.6. Estrategia genérica de la empresa

Como estrategia genérica del negocio seleccionada para el proyecto es la de **diferenciación y enfoque**. Dichas estrategias involucran satisfacer las necesidades que un segmento considera como importantes y, por lo tanto, está dispuesto a pagar un precio más alto. Considerando que el segmento al que se dirige el presente proyecto es:

- Mujeres y hombres entre las edades de 25 a 65 años
- Acuden a los centros comerciales de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María.
- Nivel socioeconómico A, B y C1 que visita los C.C.
- Personas que le dan importancia a la comida saludable.
- Personas que buscan una atención personalizada.

El documento está fundamentado en las estrategias de diferenciación y la perspectiva de poder aprovechar que los productos existentes no cumplen con las preferencias de los consumidores, considerando:

- Ventaja competitiva, ensaladas gourmet nutritivas y saludables de venta en patio de comida de centros comerciales.
- Nuestro producto, estará fundamentado en hacer conocer a nuestros clientes sobre los beneficios que conlleva una vida saludable.
- Ubicación Estratégica, los puntos de venta se encontrarán ubicados en patios de comidas.

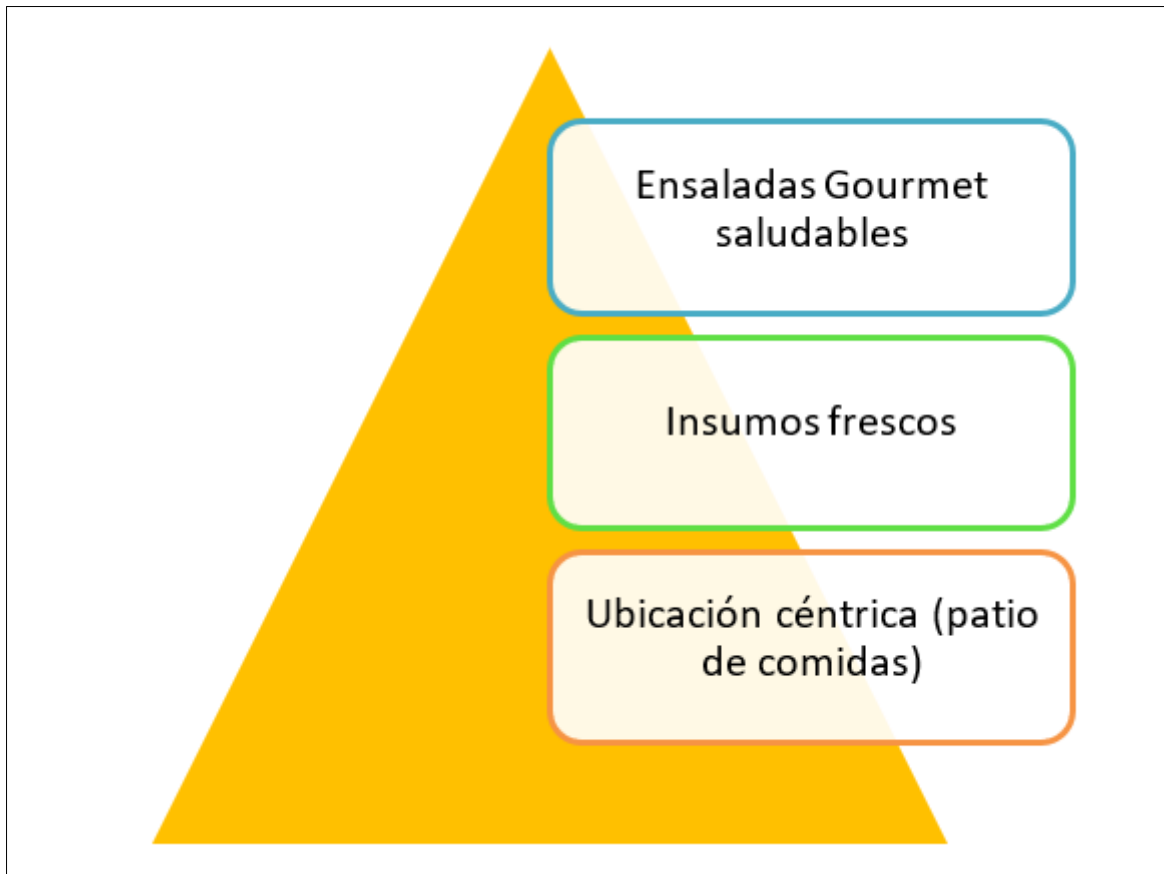


Figura 19. Triangulo de diferenciación del proyecto.

Elaboración propia.

CAPÍTULO II: Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macro entorno

2.1.1. Del País.

2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, número de habitantes.

El Perú se ubica en la zona occidental de América del Sur y limita con:

- Norte: Ecuador y Colombia
- Este: Brasil
- Sureste: Bolivia
- Sur: Chile

Tiene una superficie territorial de 1.285.215,60 km² y una población superior a los 32 millones de habitantes y teniendo el lugar número 42 en población a nivel global y estar en la posición número 5 en América Latina. Su capital es la ciudad de Lima con una superficie de 34 801.6 Km².

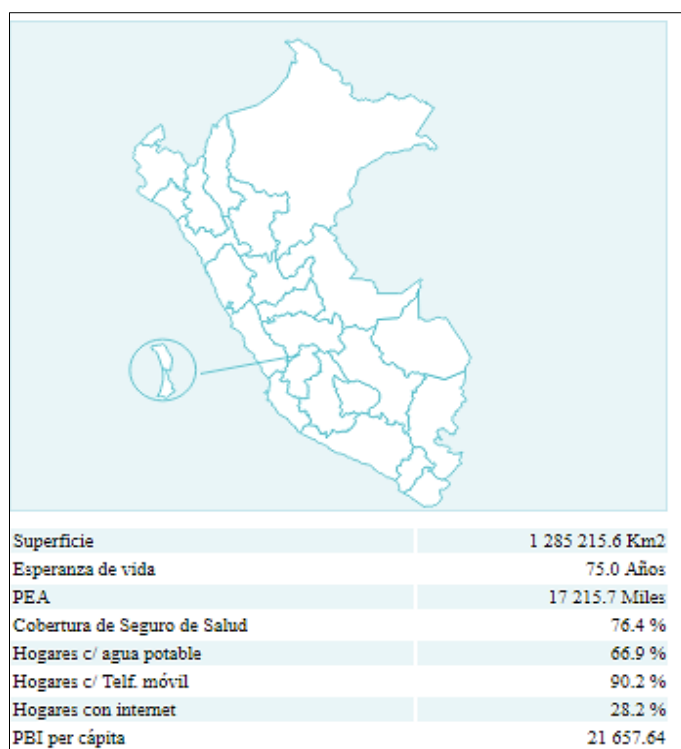


Figura 20. Perú.

Adaptado de Perú en cifras, por INEI.

De acuerdo con Perú21 (2018), el 78.2% pertenece al área urbana del país, y el 32.2% de dicho porcentaje pertenece a Lima Metropolitana. Asimismo, de acuerdo con la noticia, la

población adulta de 21-59 años representa el 52.1% y se estima que el distrito de San Juan de Lurigancho es uno de los distritos más poblados con más de 1 millón de habitantes.



Figura 21. Estadística Poblacional 2018 según IPSOS.

Adaptado de Perú 21.

El INEI estima que hacia el 2021, año del Bicentenario de la Independencia Nacional, nuestro país superará los 33 millones de habitantes y para el año 2050 la población llegará a los 40 millones.

A nivel región natural, el 13.9% de los habitantes del Perú están en la Selva, el 58% en la Costa y el 28.1% en la Sierra. Por otro lado, la población femenina representa un 50.8% mientras que la masculina el 49.2%. Asimismo, los mayores de 60 años han aumentado en casi 3% en la última década (RPP, 2018).

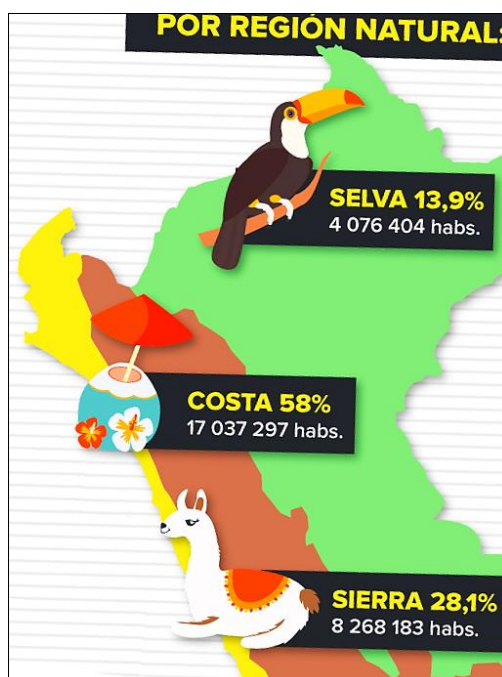


Figura 22. Población por región natural del Perú.

Adaptado de RPP.

2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita.

Población económicamente activa.

De acuerdo con Perú21 (2018), el Perú tiene una tasa anual de crecimiento poblacional de 1.1%. Asimismo, según INEI (s.f), la PEA del país es de 17 215.7 Miles.

Por otro lado, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el crecimiento poblacional para los próximos cinco años es el siguiente:

Tabla 6

Tasa de crecimiento poblacional

Años	Población			Tasa de crecimiento media de la población total (x cien)	
	Total	Hombres	Mujeres	Periodo Quinquenal	Periodo Anual
2012	30,135,875	15,103,003	15,032,872	1.12	1.13
2013	30,475,144	15,271,062	15,204,082		1.13
2014	30,814,175	15,438,887	15,375,288		1.11
2015	31,151,643	15,605,814	15,545,829		1.10
2016	31,488,625	15,772,385	15,716,240		1.08
2017	31,826,018	15,939,059	15,886,959	1.05	1.07
2018	32,162,184	16,105,008	16,057,176		1.06
2019	32,495,510	16,269,416	16,226,094		1.04
2020	32,824,358	16,431,465	16,392,893		1.01
2021	33,149,016	16,591,315	16,557,701		0.99
2022	33,470,569	16,749,517	16,721,052	0.95	0.97
2023	33,788,589	16,905,832	16,882,757		0.95

Nota: Adaptado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Perú:

Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050. Boletín de Análisis Demográfico N° 36.

2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

De acuerdo al reporte de inflación a diciembre 2018 del Banco Central de Reserva del Perú (2018), el Perú registró un superávit de 4.9 mil millones de dólares en los primeros 10 meses del 2018. Además, se registró 49 mil millones de dólares en exportaciones y 42 mil millones de dólares en importaciones.

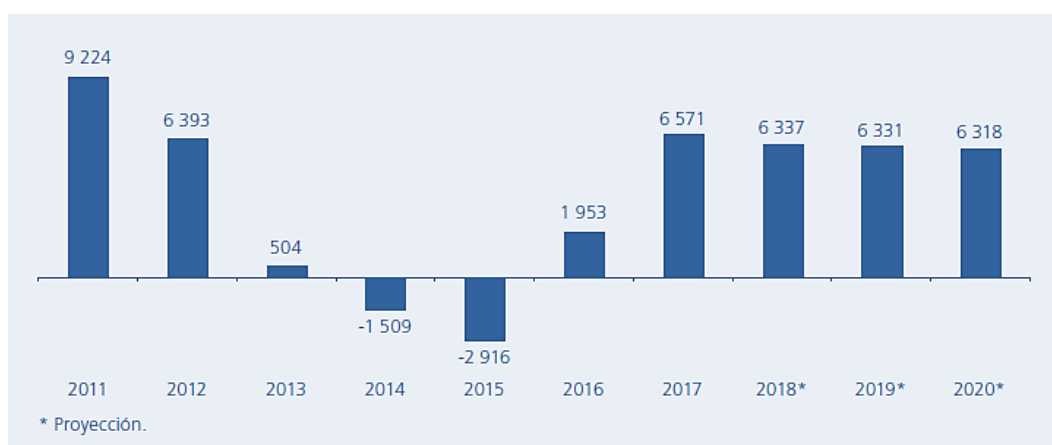


Figura 23. Balanza Comercial: 2011-2020 (Millones de US\$).

Adaptado de reporte de inflación-diciembre2018, por Banco Central de Reserva del Perú.

2.1.1.4. PBI, tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio, riesgo país.

PBI

El PBI del Perú tiene un PBI per cápita de 21,657.64 (INEI, s.f). Asimismo, registra uno de los mejores crecimientos de PBI en América Latina, ocupando el tercer lugar junto con Chile y se proyecta que siga en el tercer lugar para el 2019.

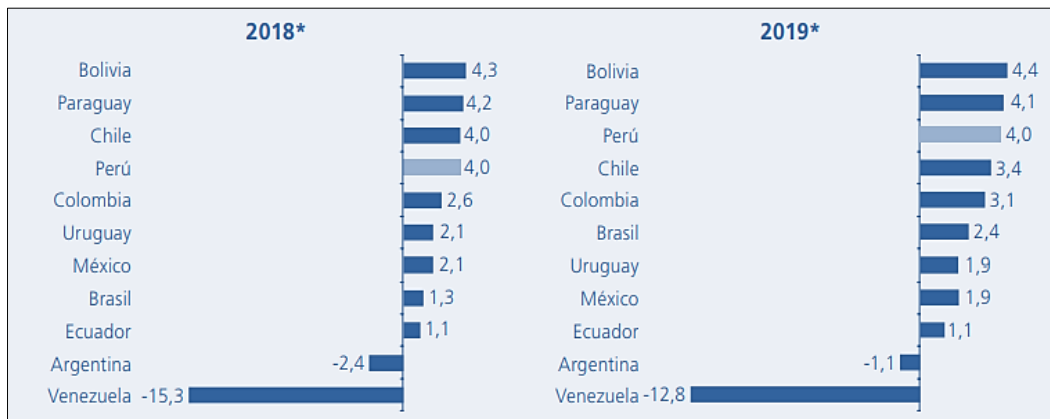


Figura 24. Crecimiento del PBI (Variación porcentual).

Adaptado de reporte de inflación por el banco Central de Reserva del Perú a diciembre del 2018):

Por otro lado, el sector servicios es el que más contribuye al crecimiento del PBI, mientras que el sector manufactura también fue un sector que contribuyó al crecimiento en el 2018.

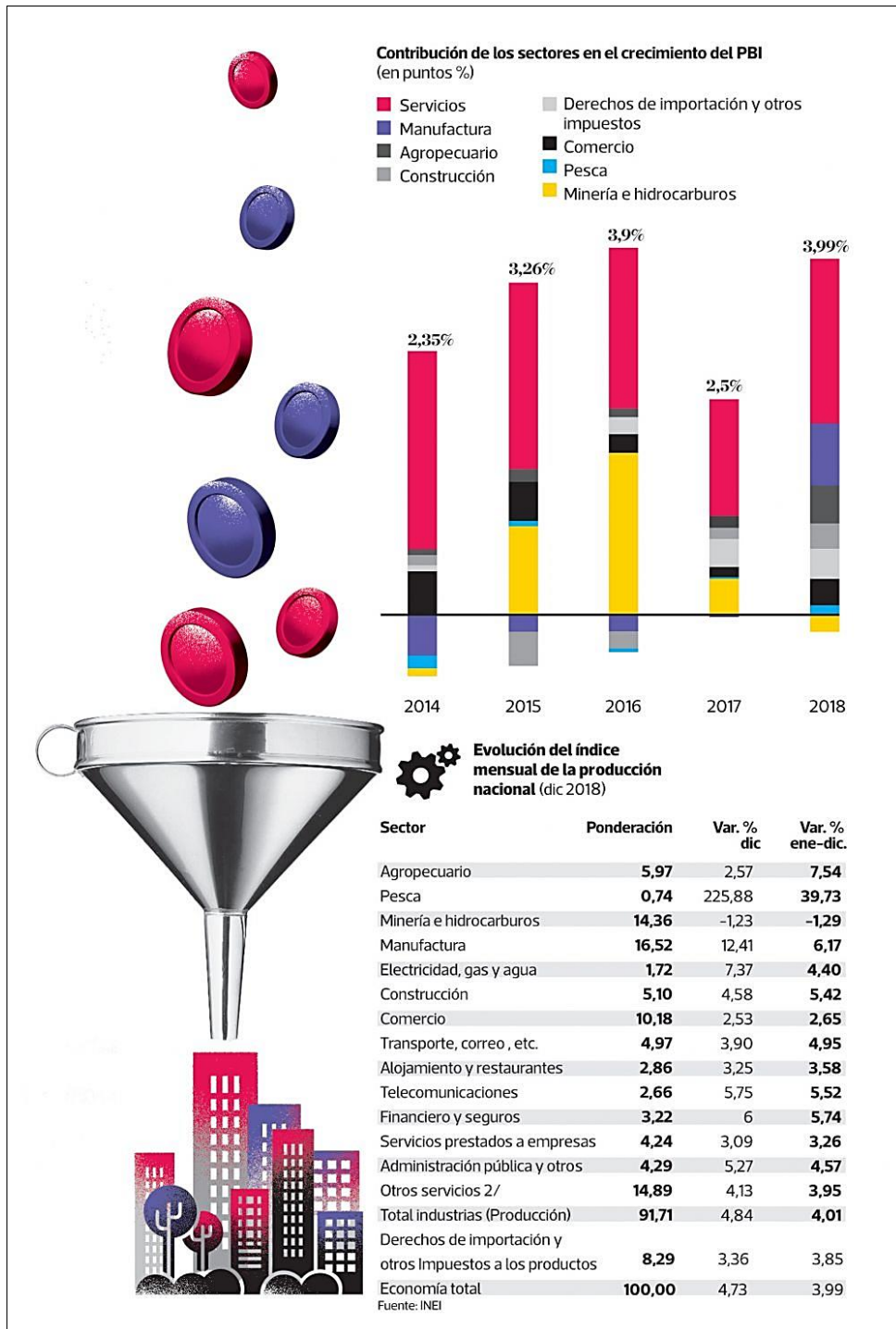


Figura 25. Contribución de los sectores al crecimiento del PBI.

Adaptado de El Comercio (2019).

Tasa de inflación

De acuerdo con las proyecciones del Banco Central de Reserva del Perú (2018), se espera que la tasa de inflación se mantenga alrededor de 2.1% y que para el 2019 y 2020 esté dentro del rango meta de 1% a 3%.

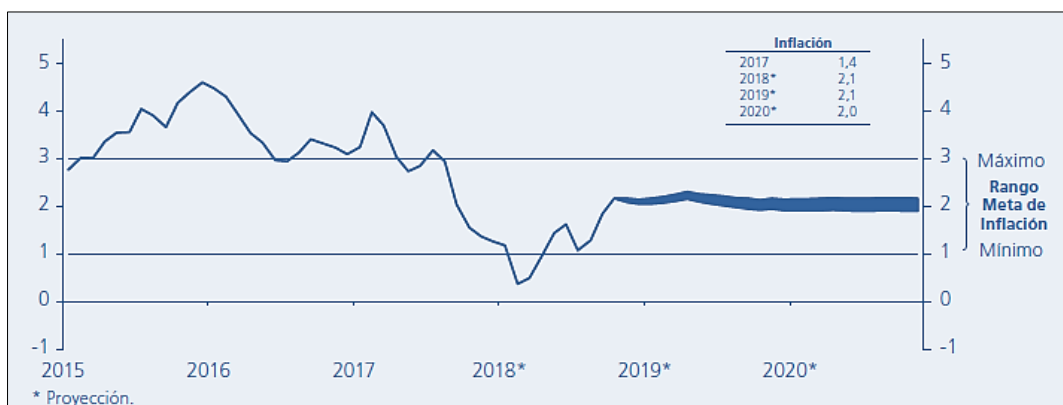


Figura 26. Proyección de la inflación.

Adaptado de Reporte de inflación por el banco central de reserva del Perú a diciembre 2018.

Tasa de interés

Existe dos tipos de tasa de interés: (1) la tasa activa, la cual es la tasa que se paga a las entidades financieras por el préstamo de dinero, y (2) la tasa pasiva, que es la tasa que las entidades financieras pagan por el dinero captado (como las CTS y cuentas de ahorro). Como se observa en la siguiente tabla. La tasa activa en moneda nacional se mantiene superior al 14%, siendo el 2018 la menor tasa registrada en los últimos años. Por otro lado, la tasa pasiva en moneda nacional se mantiene superior al 2% pero menor al 3%.

Tabla 7

Tasa de interés nominal 2013 -2018

RUBRO/ AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tasa de Interés Activa Moneda Nacional	15.94%	16.10%	16.10%	17.2%	15.8%	14.3%
Tasa de Interés Pasiva Moneda Nacional	2.23%	2.26%	2.29%	2.6%	2.5%	2.4%
Tasa de Interés Activa Moneda Extranjera	8.40%	7.60%	7.70%	7.6%	6.7%	7.9%
Tasa de Interés Pasiva Moneda Extranjera	0.70%	0.40%	0.34%	0.3%	0.5%	0.8%

Nota. Adaptado de BCRP Data, por el Banco Central de Reserva del Perú.

Por otro lado, las tasas de interés activan para medianas, pequeñas y microempresas varían de acuerdo a plazo del préstamo, así como institución financiera, siendo las tasas más bajas para las medianas empresas (promedio 10.26%), seguido por las pequeñas empresas con 18.34% en promedio y, por último, las microempresas con una tasa de interés promedio de más de 30% como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 8

Tasa de interés activa en moneda nacional (en porcentaje).

Tasa Anual (%)	Continental	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco	GNB	Santander	Promedio
Medianas Empresas	10.74	10.73	10.13	9.99	9.48	10.66	5.26	9.32	15.11	10.61	6.11	10.26
Descuentos	11.57	15.93	7.11	10.52	8.79	9.07	-	8.19	-	13.43	10.44	9.2
Préstamos hasta 30 días	7.76	12.39	11.18	9	11.35	12.23	5.26	8.36	-	5.55	8.32	9.25
Préstamos de 31 a 90 días	10.64	14	10.99	8.49	10.07	9.52	-	8.92	-	9.86	-	10.29
Préstamos de 91 a 180 días	10.91	11.03	11.85	7.86	8.92	9.44	-	9.03	16.9	10.06	7.34	10.5
Préstamos de 181 a 360 días	11.33	9	8.15	9.16	11.47	9.93	-	10.06	16.35	-	-	10.05
Préstamos a más de 360 días	10.1	10	10.22	16.5	9.13	12.5	-	13.86	14.45	10.8	5.92	10.79
Pequeñas Empresas	14.93	12.74	14.66	20.28	10.72	17.93	-	16.93	21.68	13.13	-	18.34
Descuentos	15.91	-	8.06	11.45	11.83	11.57	-	8.52	-	-	-	11.45
Préstamos hasta 30 días	15.54	12.74	13.19	40.59	-	13.63	-	-	50.34	-	-	18.5
Préstamos de 31 a 90 días	15.05	-	7.82	16.64	10.32	15.33	-	17.36	29.6	9.5	-	10.95
Préstamos de 91 a 180 días	15.78	-	22.48	20.31	11.3	15.84	-	18.3	31.26	-	-	21.33
Préstamos de 181 a 360 días	15.96	-	15.95	21.12	12.1	15.68	-	22.35	25.16	-	-	22.78
Préstamos a más de 360 días	14.35	-	14.58	20.36	9.73	18.36	-	16.97	20.24	14.73	-	18.04
Microempresas	24.66	-	22.45	32.43	-	18.5	-	22.77	36.95	-	-	32.93
Tarjetas de Crédito	35.86	-	23.19	39.38	-	30.62	-	-	-	-	-	23.95
Descuentos	24.63	-	9.15	13.5	-	13.41	-	9.11	-	-	-	10.75
Préstamos Revolventes	13.5	-	-	-	-	-	-	18.32	-	-	-	18.18
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	21.02	-	-	-	-	-	-	-	57.13	-	-	36.86
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	13.14	-	19.37	34.6	-	15.21	-	19.38	56.68	-	-	51.59
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	15.31	-	20.01	36.27	-	10.3	-	31.77	52.62	-	-	46.19
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	18.06	-	31	40.96	-	17.45	-	29.86	43.87	-	-	43.69
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	10.84	-	17.43	31.61	-	19.14	-	22.49	28.67	-	-	27.74

Nota. Adaptado de Tasas de interés Promedio del Sistema Bancario al 02/04/2019, por Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

En la tabla anterior observa que la el banco con las mejores tasas para microempresas es el Scotiabank, mientras que para las pequeñas empresas el banco BIF ofrece mejores tasas, y para las medianas empresas los bancos Citibanck y Santander tiene las menores tasas.

Tipo de cambio

Como se observa en la siguiente tabla, el tipo de cambio ha ido creciendo en comparación al 2014, asimismo, en el 2016 se registra el tipo de cambio más alto. Sin embargo, dicho tipo de cambio ha ido disminuyendo los siguientes años, manteniéndose menor a 3.3% hasta el 2018.

Tabla 9

Tipo de cambio promedio (soles por U.S dólar).

	Interbancario			Bancario			Informal		
	Compra	Venta	Promedio	Compra	Venta	Promedio	Compra	Venta	Promedio
	<i>Bid</i>	<i>Ask</i>	<i>Average</i>	<i>Bid</i>	<i>Ask</i>	<i>Average</i>	<i>Bid</i>	<i>Ask</i>	<i>Average</i>
2014	2.837	2.84	2.839	2.837	2.839	2.838	2.84	2.841	2.841
2015	3.184	3.186	3.185	3.183	3.186	3.184	3.188	3.189	3.189
2016	3.373	3.377	3.375	3.373	3.377	3.375	3.375	3.377	3.376
2017	3.259	3.263	3.261	3.259	3.262	3.26	3.261	3.263	3.262
2018	3.286	3.288	3.287	3.285	3.288	3.287	3.288	3.289	3.289
2019									
Ene.	3.343	3.344	3.344	3.342	3.345	3.344	3.35	3.351	3.351
Feb.	3.321	3.322	3.322	3.32	3.323	3.321	3.324	3.326	3.325
Mar. 1-19	3.303	3.305	3.303	3.302	3.305	3.304	3.305	3.303	3.304
Variación %									
12 meses	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5
acumulada	-1.8	-1.8	-1.8	-1.8	-1.8	-1.8	-1.8	-1.9	-1.9
mensual	-0.5	-0.5	-0.6	-0.5	-0.5	-0.5	-0.6	-0.7	-0.6

Nota. Adaptado de Cuadros estadísticos, por el Banco Central de Reserva del Perú.

Riesgo País

El Perú es uno de los países de la región con uno indicadores de riesgo país. Es así que al 2019 alcanzó 1.1 puntos porcentuales, seguido por Chile con 1.34 puntos, Colombia 1,84 puntos y México 1.94 puntos (Diario Gestión, 2019). Dicho índice indica que el Perú es uno de los mejores países de la región para invertir.

2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Para el proyecto se han identificado las siguientes leyes y reglamentos:

- Ley N° 26887, General de Sociedades
- Indica las modalidades permitidas de constituirse como una “sociedad” así como los requisitos para ser una.
- Ley de Registro Único del Contribuyente (D.L. N° 943)
- Dirigido a las personas jurídicas y naturales que sean contribuyentes de tributos admirativos recaudados por la SUNAT, puede ser debido a la realización de una actividad económica (excepto personas naturales de quinta categoría y otros según ley).
- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento (Ley N° 28976)
- Regulariza la autorización que otorgan las municipalidades para ejercer una actividad comercial en el distrito de su jurisdicción.
- Ley de productividad y competitividad laboral (Ley N° 28532)
- Fomenta la capacitación y formación laboral como mecanismo de mejora de sus ingresos.
- La ley con N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor
- Regula las actividades comerciales teniendo en cuenta velar por el bienestar del consumidor.
- La ley con N° 26842, Ley General de la Salud
- Regula los derechos, deberes y responsabilidades vinculados a la salud individual. Dicha Ley contempla en su Capítulo V lo relacionado a los alimentos y bebidas.
- Reglamento del Decreto Legislativo N° 1062 - De la Inocuidad de los alimentos
- Establece los derechos de los consumidores y obligaciones de los proveedores con respecto a la calidad de los alimentos.

2.1.2. Del Sector.

2.1.2.1. Mercado internacional.

“A medida que la vida se torne más frenética y estresante para los consumidores, las dietas flexibles y equilibradas se transformarán en un aspecto esencial de las rutinas de cuidado personal” (Agencia de Inteligencia de Mercado - Mintel, 2017). Es así que a nivel global existe una tendencia por alimentos y bebidas saludables, además de que el consumidor prefiere empresas con un proceso sustentable de 360° que incluye desde la producción hasta los residuos que generan, siendo importante contar con envases reciclados o que puedan reciclarse fácilmente (Agencia de Inteligencia de Mercado – Mintel, 2018).

A continuación, se presentan algunas empresas de comida saludable en el mundo:

EUROPA

Aloha Poke



Figura 27. Logo de Aloha Poké.

Adaptado de alohapoke.es

Es un restaurante basado en el poke bowl hawaiano, que consiste en mezclar diversos ingredientes vegetales y frutas en un bowl o tazón. El negocio tiene un estilo casual y de temática hawaiana, además, el poke bowl es saludable, rápido de preparar y comer. Se resalta el elemento de personalización, ya que el cliente puede escoger sus ingredientes.

Actualmente se ubica en España, con cinco locales en Madrid y uno en Valencia. Asimismo, realiza servicio delivery y cuenta con un formato de franquicia.

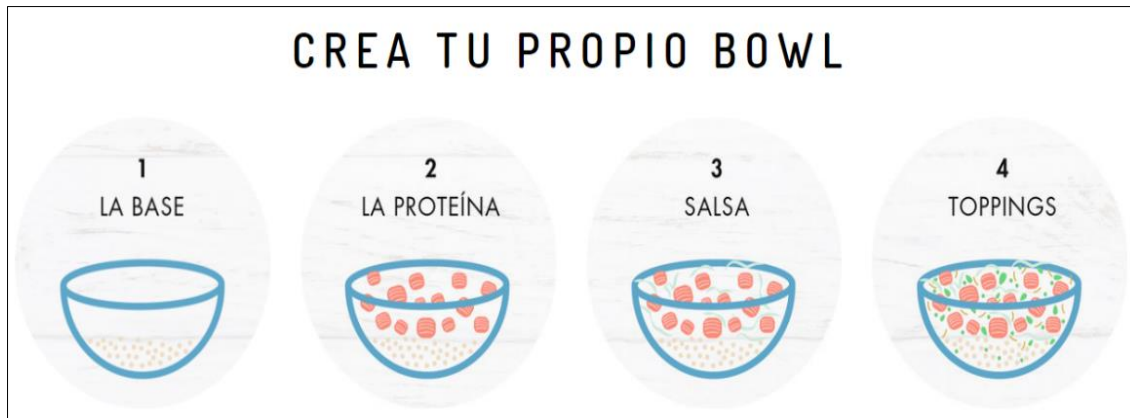


Figura 28. Bowl personalizado.

Adaptado de Alohapoke.es.

Bicrú Green takeaway



Figura 29. Logo Bicrú.

Recuperado de Bicru.

Es un restaurante de comida saludable que fabrica y comercializa jugos y alimentos 100% naturales. Entre los productos que ofrece están:

- Platos calientes: Crema de Calabacín y Kale; Dhal de Lentejas.
- Postres: Yogurt Artesanal Natural; Arroz con Leche de Almendra Ecológico; Ensalada de frutas; Yogurt Artesanal de Fruta.
- Cafés
- Tés e infusiones
- Zumos
- Smoothies
- Plan Détox
- Refrescos con gas
- Aguas
- Cervezas y vino

Se ubica en Asturias, España y cuenta con servicio delivery.



Figura 30. Ñoquis y pesto de algas.

Adaptado de Instagram bicrugreentakeaway.

Salad market



Figura 31. Logo Salad Market.

Adaptado de saladmarket.es

Es un bar-restaurant de comida rápida saludable que tiene como principal atributo la personalización de ensaladas hechas con productos frescos al instante. Cuenta con más de 50 ingredientes para escoger como quinoa, lechuga, pasta, etc. Además, ofrece aliños caseros para acompañar la ensalada.

La marca tiene dos locales en Barcelona (España) y ofrece el servicio delivery.



*Figura 32.*Local Salad Market.

Adaptado de saladmarket.es

NORTE AMÉRICA:

Fresh and Co.



*Figura 33.*Logo Fresh and Co.

Adaptado de freshandco.com.

Es un negocio familiar de comida natural y fresca, se fundó en el 2010 y cuenta con 19 locales en Estados Unidos (Nueva York, Manhattan y Brooklyn). Actualmente tiene un formato de franquicia y ofrece catering. Dentro de sus principales productos se encuentran: desayunos, ensaladas, bowls, sándwiches, “market table” (el cliente puede seleccionar sus ingredientes), sopas y jugos.

market table		
1. pick your plate/protein	2. pick a grain	3. pick two sides
vegetable medley 120-950cal	quinoa 175cal	please call for chef's daily seasonal vegetables
grilled lemon herb chicken 120cal	brown rice 220cal	roasted brussels sprouts 35cal
chipotle-lime chicken 300cal		sweet potatoes 180cal
spicy adobo chicken 265cal		roasted beets 170cal
backyard marinated steak 530cal		curried cauliflower 540cal
atlantic salmon 180cal		mac & cheese 320cal

Figura 34. Menú Market Table.

Adaptado de freshandco.com

salads		
santa fe salad 480cal avocado, raw corn, local jack & cheddar, grape tomatoes, onions, tortilla strips, local kale & romaine, perfectly paired with chipotle-lime vinaigrette with a fresh lime squeeze	california cobb salad 480cal all natural plainville farms turkey, turkey bacon, mushrooms, blue cheese, grape tomatoes, cucumbers, baby spinach & romaine, perfectly paired with low-fat peppercorn ranch	falafel salad (vegan) 450cal baked falafel, scallions, grape tomatoes, cucumbers, carrots, chickpeas, local kale & romaine, perfectly paired with lemon tahini with a splash of house-made hot sauce
gaucho salad (vegan) 320cal avocado, kidney beans, raw corn, cucumbers, scallions, caramelized onions, local kale & romaine, perfectly paired with avocado chimichurri with a fresh lime squeeze	kale caesar salad 180cal grape tomatoes, croutons, grated parmigiano, local kale & romaine, perfectly paired with creamy caesar with a fresh lemon squeeze	south beach salad 440cal craisins, walnuts, fresh apples, blue cheese, local mesclun & romaine, perfectly paired with honey balsamic

Figura 35. Menú de ensaladas.

Adaptado de freshandco.com.

SUDAMÉRICA

Go Green

Marca de comida rápida saludable iniciada en Colombia hace 9 años, ofrece diversos productos como ensaladas, wraps, paninis, bebidas naturales, bowls de arroz, ramens, quesadillas, snacks saludables y deliciosos parfaits. Cuenta con más de 90 locales operando en Latinoamérica. En Colombia cuenta con 20 locales en las ciudades de Bogotá, Medellín, Barranquilla, Santa Marta y Ibagué.



Figura 36. Logo Go Green.

Adaptado de gofreencoombia.com.

Entre su menú de ensaladas cuenta con las siguientes alternativas:

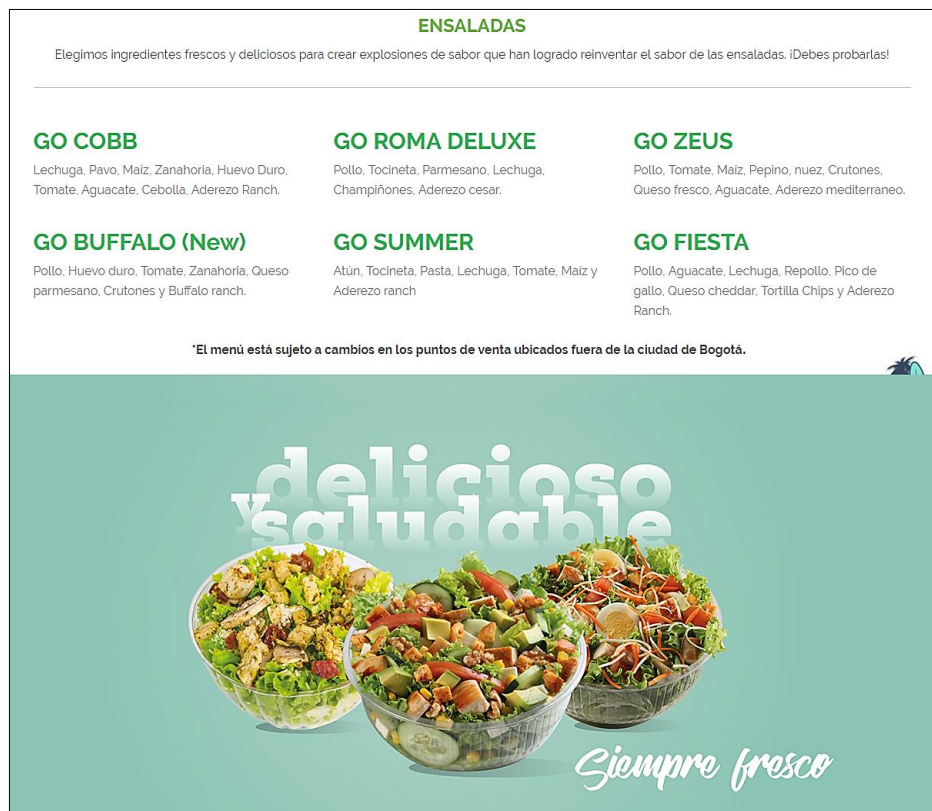


Figura 37. Menú de ensaladas de Go Green.

Adaptado de gogreencolombia.com.

2.1.2.2. Mercado del consumidor.

Los criterios de segmentación para el documento son:

- Geográficos

Gente que resida, trabajen o pasen la mayor parte del tiempo en el distrito de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María.

- Demográfico

Hombres y mujeres de 25 a 65 años pertenecientes a los NSE A, B, C1

- Psicográfico

Perteneciente a los estilos de vida, “Modernas” y “Sofisticados”, (Agencia de Investigación de mercados Arellano), dado que son personas que se preocupan por la calidad, su estética, cuidado personal y en el caso de los sofisticados son consumidores frecuentes de productos “light”.

- Conductual

Hombres y mujeres interesados en consumir productos naturales que por motivos de tiempo no puedan realizar una dieta saludable.

2.1.2.3. Mercado de proveedores.

Para el proyecto son necesarios los siguientes proveedores:

- Proveedor de alimentos frescos

Dicho mercado abarca un sin fin de proveedores, desde aquellos mercados grandes como por ejemplo el mercado de frutas de Caquetá, mercado de Santa-Anita y el gran mercado de surquillo entre otros similares.

- Proveedor de agua mineral

Existen diversos proveedores de agua mineral envasada, desde los mercados mayoristas (ejm: Lindley).

- Proveedor de bebidas naturales

Entre algunos proveedores se encuentran:

- VitaFresh con ocho variedades de jugos en botellas de 500 ml.



Figura 38. Jugos Vitta Fresh.

Adaptado de vittafresh.pe.

- FoodPack con jugos naturales en diferentes envases, así como dispensadores. Todo a base de fruta 100% naturales.



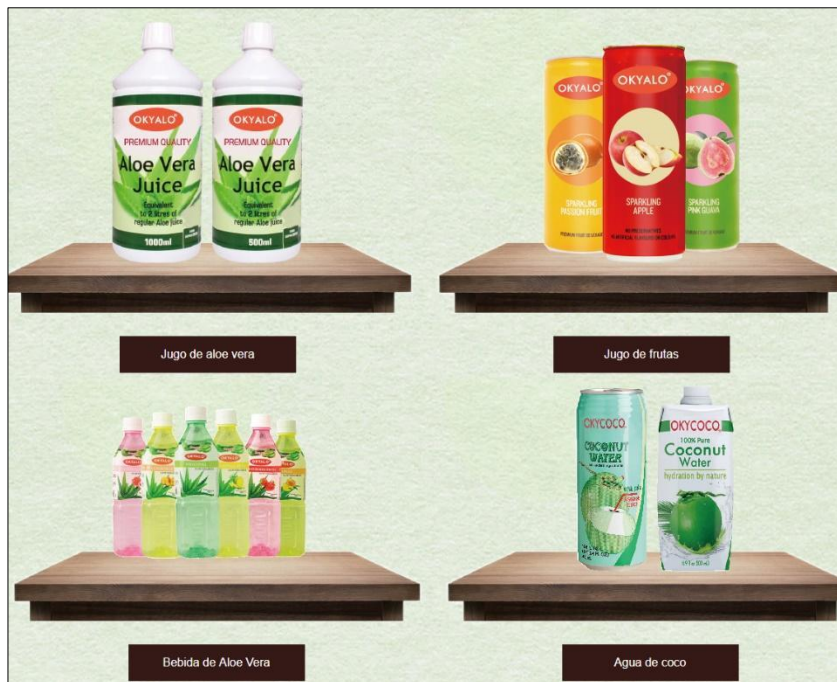
Figura 39. Productos Foodpack.

Adaptado de foodpack.com.pe

- Okyalo

Fabricante y exportador a 30 países de bebidas de aloe vera con más de 9 años en el mercado. Cuenta jugos, bebidas y extracto de aloe vera, así como agua de coco y diversos

jugos de fruta. Sus productos no tienen conservantes, OGM, saborizantes artificiales ni colorantes artificiales.



*Figura 40.*Productos Okyalo.

Adaptado de Okyalo.pe.

- Karfrut

Ofrecen jugos y pulpas de fruta pura, sin colorante ni saborizantes, sin agregados de agua y no azucarados. Entre sus productos está: pulpa de fresa, uva, piña, mango y manzana; zumo de limón; y concentrado de chica morada.



*Figura 41.*Logo Karfrut.

Adaptado de Kargrut.com.pe

- Proveedor de envases y empaques

Se estaría utilizando a los proveedores Galvanotek (Brasil) y SMP Distribuciones (Perú) para que puedan suministrar todo lo que sería los envases alimentarios.

- Proveedor de abarrotes

En los proveedores de abarrotes se cuenta con un mercado amplio para elegir, entre ellos: Makro, mercados (Santa Anita, Caquetá), Corporación Líder Perú S.A., Alicorp, Costeño, entre otros.

2.1.2.4. Mercado competidor.

A continuación, se presentan los productos de la competencia que presenta una oferta similar:

Quinoa Café

Dentro de su carta, Quinoa ofrece la opción “La creativa” para que el cliente pueda armar su propia ensalada, bowl o wrap.

ENSALADAS Y WRAPS E = Ensalada / W = Wrap	BOWLS
La Creativa Arma tu propia ensalada o wrap La Oriental Lechugas, pollo, zanahoria, frejol chino, palta, wantán, vinagreta oriental E 23 W 20 La Mediterránea (Renovada) Espinaca, pasta, atún, tomate, zanahoria, palta, garbanzos, vinagreta dijon E 23 W 20 La Beduina Espinaca, quinoa, pollo, humus, zanahoria, albahaca, tostadas de pan árabe, aceite de oliva E 25 W 22 La Solterita ☑ Lechugas, quinoa, choclo, queso fresco, tomate, perejil, culantro, palta, vinagreta ligera E 23 W 20 La de La Casa ☑ Lechugas, pavo, queso de cabra, pasas, maní, quinoa, vinagreta dijon E 26 W 23 La Pituca ☑ Espinaca, pollo, queso de cabra, tomate confitado, huevos de corral, palta, champiñones, vinagreta balsámica E 27 W 24	FRÍOS El Creativo Arma tu propio bowl Poke Acevichado Arroz integral, salmón fresco, zanahoria, kiwi, encurtido, wantán, palta, ajonjolí, salsa de soja, salsa acevichada 26 Poke Aloha Arroz integral, quinoa, salmón fresco, col morada, fideo chino crocante, palta, mango, ajonjolí, salsa dulce 25 Poke Ranch Arroz integral, salmón fresco, palta, wantán, ajonjolí, berros, salsa de soja, salsa ranch 25 El Teri Bowl Arroz integral, pollo, col morada, zanahoria, palta, wantán, ajonjolí, salsa teriyaki 22 El Buddha Quinoa, espinaca, garbanzos, tomate, palta, humus 22 El Ponja Arroz integral, quinoa, salmón ahumado, palta, ajonjolí, salsa de soja 27 CALIENTES El Protéico ☑ Quinoa, pollo, espinaca, pesto, parmesano 23 El Órale ☑ Quinoa, pollo, frejol negro, tomate, palta, tortillas de maíz, salsa ranch picante 23 El Chaudero (Renovado) Quinoa, arroz integral, pollo, brócoli, fideo chino, salsa de soja, cubierto con tortilla de huevo 22

Figura 42. Menú Quinoa Café. La Creativa.

Adaptado de Carta por Quinoa.com.pe.

Asimismo, Quinoa Café tiene como valor diferencial:



Figura 43. La esencia de Quinoa Café.

Adaptado de quinoa.com.pe

Raw Café

Ofrece bowls con ingredientes naturales y nutritivos. A continuación, se presenta los bowls según carta:

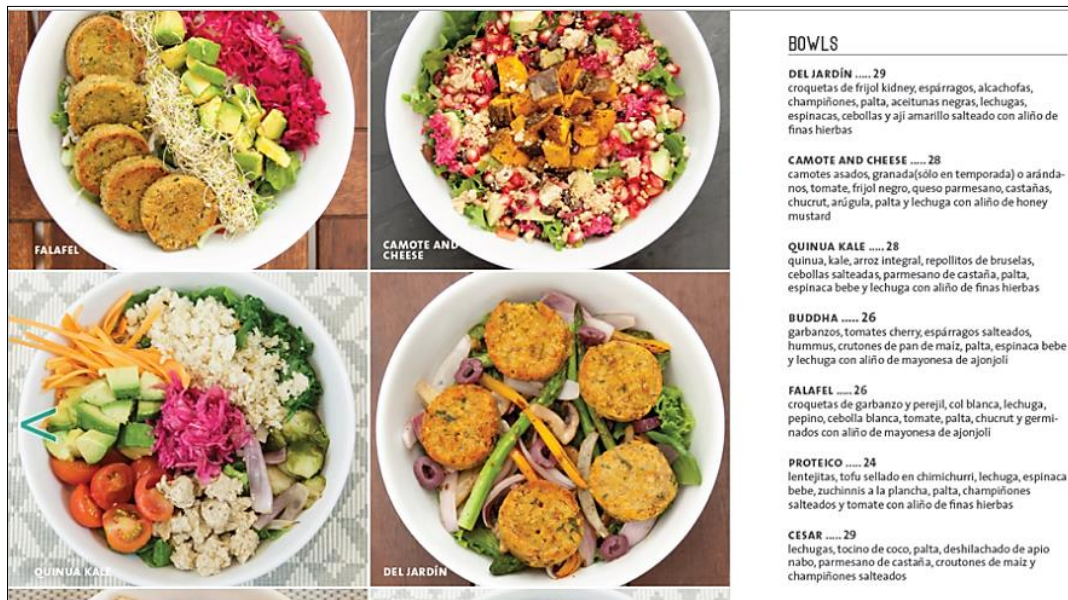


Figura 44.Raw Café – Bowl.

Adaptado de la carta, Blog .rawcafe.com.pe.

Sanurya

Tiene como principal atractivo que el cliente puede armar su propia ensalada, wrap o jugo, según desee. Dentro de su oferta de ensaladas ofrece 35 insumos o toppings para armar según gusto del cliente, así como más de 10 tipos de aliños.



Figura 45.Sanurya – Publicación Facebook ensalada.

Adaptado de @sanuryafood

Va bien

Dentro de su menú de ensaladas y bowls ofrecen los siguientes:

ARMA tu PLATO

1 ESCOGE TU BASE

- Mix de lechugas
- Arroz integral
- Pasta
- Quinoa

2 ESCOGE TU PROTEÍNA

- Pollo
- Atún
- Hamburguesa vegetariana
- Trucha al horno

3 ESCOGE TUS TOPPINGS

- De nuestra barra - Más de 30 opciones calientes y frías
- Toppings Premium Palta o champiñones

4 ESCOGE TUS ALINOS

- De la casa
- Mediterráneo
- Limon y Miel
- Apaltado
- Mayo de yogurt
- Pesto y mucho más...

WRAP!

¡16.90

bowls

- TEX-MEX BOWL** \$ 18.90
Base arroz integral, pollo, frijoles negros, choclo, tomate, tiritas de wantan y palta
aliño de la casa
- ATUN BOWL** \$ 17.90
Base arroz integral, atún, zanahoria, cebolla blanca, tomate, lechuga, espinaca y palta
aliño de limón
- QUINUA <MEATLESS> BOWL** \$ 18.90
Base quinoa, garbanzo, cebolla blanca, tomate, lechuga y palta
aliño mediterráneo y de limón
- PASTA ORIENTAL** \$ 17.90
Base de pasta, pollo, espinaca, zanahoria, tomate, cebolla blanca y frejol chino
aliño oriental

ENSALADAS

- PROTEICA** \$ 17.90
Base lechuga, pollo, frejol negro, clara de huevo, tomate, tiritas de wantan, palta
aliño de limón
- CEVICHAMPI** \$ 16.90
Base lechuga, champiñones, camote, choclo, cebolla, palta
aliño de acevichado

WRAP

ATUN BOWL

VEGGIE MADNESS

Figura 46. Vabien – Menú.

Adaptado de Facebook @VaBien.pe

Pickadeli

Ofrece un “salad bar” como opción para almuerzo o cena, el cual tiene 40 toppings para elegir.

[#ALMUERZOS Y CENAS]			
+s/.5.90 Una bebida de 1/2 litro (limonada de menta, hierba luisa, hierba buena o emoliente). Pídelos de 12 pm a 9 pm.			
BOWL SALOMÓN	S/ 26.90	LA INFLUENCER	S/ 24.90
Con salmón, palta, roasted piña, arroz integral, col morada y ajonjolí negro acompañado de salsa bien acevichada, a nuestro estilo.		La favorita de todos, quinoa, tomate, zanahoria, huevo, palta, queso ricotta, champiñones salteados y alcachofa cocida acompañada de nuestra ligera de la casa con finas hierbas.	
LA POPEYE	S/ 21.90	HEALTHY CAESAR	S/ 24.90
Kale, espinaca, berros, choclo, lentejas, cebolla blanca y hummus de palta acompañada de un clásico aliño balsámico.		Kale, lechuga orgánica, pollo cocinado al vacío, queso parmesano y crutones de pan multigrano acompañado de nuestro aliño César Pickadeli.	
SALAD BAR	S/ 24.90	BOWL DE AJÍ DE GALLINA	S/ 23.90
¡Con más de 40 toppings para que dejes volar tu imaginación! *Puedes encontrar los formatos en la estación del salón en Pickadeli.		A base de quinoa con pollo, salsa de ají de gallina, queso parmesano, pecanas, papa cocktail y huevo duro.	
BOWL ANTICUCHERO	S/ 23.90	CHAUFA DE QUINUA	S/ 23.90
Quinoa perlada, pollo en trozos, mezclados en salsa anticuchera a nuestro estilo, coronado con pico de gallo y palta en láminas.		Con quinoa perlada al estilo oriental con pollo trozado, tortilla de huevo, hollandaise, pimienta y frijolito chino.	
BOWL DE QUINUA	S/ 23.90		
Base de quinoa perlada, espinaca fresca, zanahoria rallada, queso parmesano, pollo cocinado al vacío, y salsa ligera de pesto.			

Figura 47. Carta de Pickadeli.

Adaptado d pickadeli.pe/carta-categoría/almuerzos-y-cenas/

En conclusión, se observa que varios establecimientos de comida saludable ofrecen el plus de “personalización” en sus ensaladas, bowls o jugos. Asimismo, se observa que dichos establecimientos se ubican en los distritos de San Isidro, Miraflores, Surco y La Molina; además, se ubican en locales independientes a excepción de Quinoa Café que uno de sus locales se encuentra dentro del C.C. Jockey plaza y Pickadeli que también se encuentra en el Centro Empresarial Real.

2.1.2.5. Mercado distribuidor.

Para el presente proyecto se tiene planeado realizar la venta a través de centros comerciales. Debido a la cercanía a la zona, se ha considerado como opciones los siguientes centros comerciales:

- Patio de Comidas – Las Begonias

Dirección: Calle Las Begonias 705, San Isidro



*Figura 48.*Ubicación Patio de comida Las Begonias.

Adaptado de Google Maps.

Reunida a una amplia variedad de fast food y restaurantes. Se encuentra ubicada entre el Saga Falabella y Tottus.



*Figura 49.*Patio de comidas Las Begonias.

Adaptado de Google Maps.

- Centro Comercial Camino Real – San Isidro

Dirección: Av. Camino Real 871, San Isidro.

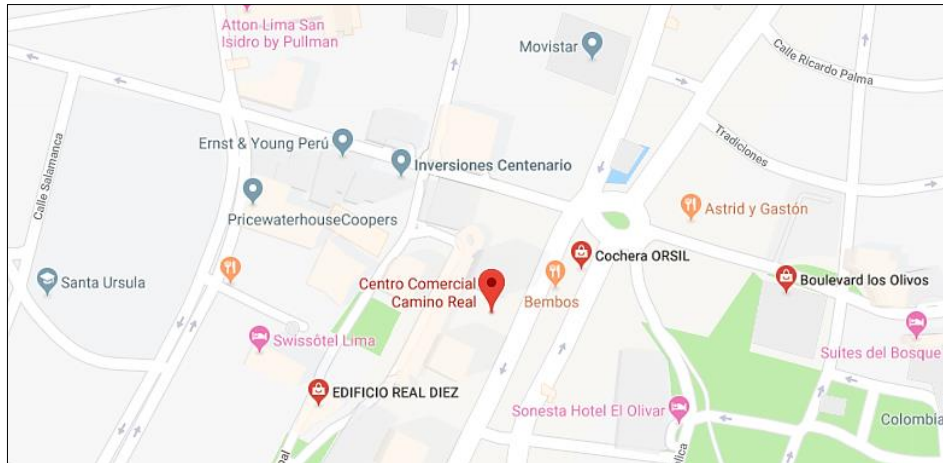


Figura 50. Ubicación C.C Camino Real.

Adaptado de Google Maps.

El C.C. Camino Real no cuenta con un piso exacto como “patio de comidas”, pero se observa que la mayoría de servicios de comidas se encuentran en los niveles altos (segundo piso en adelante).



Figura 51. Sección de comidas en C.C Camino Real.

Adaptado de Google Maps.

- Centro Comercial San Isidro – San Isidro

Dirección: Av. Augusto Tamayo 125, San Isidro.



Figura 52. Ubicación C.C San Isidro.

Adaptado de Google Maps.

El C.C. San Isidro cuenta con diversos locales de comida en el primer piso.



Figura 53. Zona de comidas C.C San Isidro.

Adaptado de Google Maps.

- Real Plaza Salaverry – Jesús María

Dirección: Av. Gral. Salaverry 2370, Jesús María.



Figura 54. Ubicación C.C Real Plaza Salaverry.

Adaptado de Google Maps.

El C.C. Real Plaza Salaverry cuenta con un amplio patio de comidas ubicado en el cuarto piso.



Figura 55. Patio de comidas C.C Real Plaza Salaverry.

Adaptado de Google Maps.

- C.C. La Rambla – San Borja

Dirección: Av. Javier Prado Este 2050, San Borja.



Figura 56. Ubicación C.C La Rambla – San Borja.

Adaptado de Google Maps.

La Rambla cuenta con un amplio patio de comida con un techo con vidrio.



Figura 57. Patio de comidas C.C La Rambla – San Borja.

Adaptado de Google imágenes.

- C.C. Jockey Plaza – Surco

Dirección: Av. Javier Prado Este 4200, Santiago de Surco.

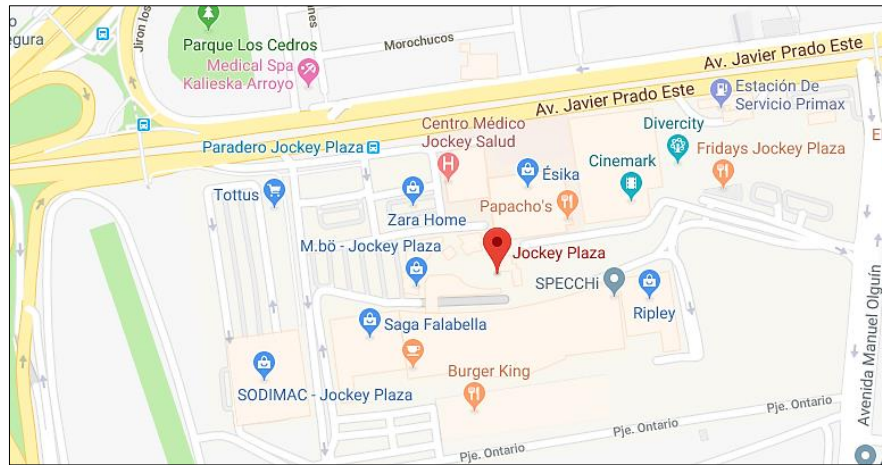


Figura 58. Ubicación C.C Jockey Plaza.

Adaptado de Google Maps.

El C.C. Jockey Plaza cuenta con un amplio patio de comidas ubicado en el segundo piso.



Figura 59. Patio de comidas C.C Jockey Plaza.

Adaptado de TripAdvisor.

2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

Se indica las principales leyes con las que se podrá desarrollar el presente documento:

- La ley N° 26887, General de Sociedades ()

Indica las modalidades permitidas de constituirse como una “sociedad” así como los requisitos para ser una.

- Ley de Registro Único del Contribuyente (D.L. N° 943)

Dirigido a las personas jurídicas y naturales que sean contribuyentes de tributos admirativos recaudados por la SUNAT, puede ser debido a la realización de una actividad económica (excepto personas naturales de quinta categoría y otros según ley).

- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento (Ley N° 28976)

Regulariza la autorización que otorgan las municipalidades para ejercer una actividad comercial en el distrito de su jurisdicción.

- Ley de productividad y competitividad laboral (Ley N° 28532)

Fomenta la capacitación y formación laboral como mecanismo de mejora de sus ingresos.

- La ley con el N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor

Regula las actividades comerciales teniendo en cuenta velar por el bienestar del consumidor.

- Ley N° 26842 - Ley General de la Salud (Ver Anexo 1)

Regula los derechos, deberes y responsabilidades vinculados a la salud individual. Dicha Ley contempla en su Capítulo V lo relacionado a los alimentos y bebidas.

- Reglamento del Decreto Legislativo N° 1062 - De la Inocuidad de los alimentos (Ver Anexo 2)

Establece los derechos de los consumidores y obligaciones de los proveedores con respecto a la calidad de los alimentos.

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad

Dentro del sector de comida saludable se cuenta con diversos competidores; sin embargo, se ha considerado como competidor directo a aquellos que ofrecen los mismos productos y se encuentran en dentro un centro comercial de alguno de los distritos objetivos del proyecto (San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María). Mientras que como competencia indirecta se considerará: (1) a los restaurantes/Café de comida saludable cercanas al distrito de San Isidro debido a que los nuevos negocios de comida delivery (Globo, Ubereats, Rappi, etc.) facilitan que las personas de San Isidro puedan comprar fácilmente de otros sitios; (2) marcas de comida dentro del patio de comidas del centro comercial.

Dentro la competencia directa se identifica a Quinoa Café por ofrecer alimentos saludables y contar con varios locales dentro de centros comerciales, así como fuera de ellos.

Otro competidor con una propuesta muy cercana a la del proyecto es “Sanurya”, el cual ofrece al cliente poder armar su pedido (ensalada, wraps, jugos) según los insumos que más prefiera, pero se encuentra ubicado en Miraflores y Surco (C.C. Jockey Plaza), por lo que se consideraría un competidor indirecto.

Quinoa Café

Restaurante de comida saludable y nutritiva inaugurado en el 2013. Tiene como principio fomentar que la comida sana es rica.

Está dirigido a todo público y ofrece: ensaladas, wraps, sándwiches, pasteles, postres, bebidas. Todos sus platos y bebidas son con insumos naturales y nutritivos.

Actualmente también ofrece servicio de catering orgánico y delivery.

Cuenta con seis locales en:

- Surco: C.C. Jockey Plaza.
- Surco: Av. El Derby 55
- San Isidro: Av. Pardo y Aliaga 664
- San Isidro: Av. Dean Valdivia 137
- San Isidro: Av. Víctor Andrés Belaúnde 147
- Miraflores: Av. Vasco Núñez de Balboa 785



*Figura 60.*Quinoa Café.

Adaptado de Quinoa Café y Trip Advisor.

Sanurya

Es el primer “salad bar café” peruano en formato de fast food, conocido como “fast good”. La empresa cuenta con tres años de antigüedad y sus principales características son:

- El cliente puede armar su propia ensalada y escoger entre 25 insumos disponibles.
- El cliente puede armar su propio wraps.
- El cliente puede armar su propio jugo con frutas de la estación, combinando las que quiera.
- Sección de libros disponible al público.
- Refill de bebidas.
- Estación de frutas gratis si realizas una buena acción (ejem. Ir en bicicleta).

Sanurya ofrece ensaladas, wraps, hamburguesas de garbanzos/lentejas, jugos, batidos y postres gluten free.

Actualmente cuenta con 37,463 seguidores en Facebook y dos locales en C.C. Jockey plaza (patio de comidas) y Miraflores (Calle Cantuarias 160).



Figura 61. Sanurya.

Adaptado de Lima Orgánica y Facebook @sanuryafastgood.

Pickadeli

Es una cafetería-restaurant saludable en un formato casual, rápido y amigable. Entre las comidas que ofrecen están: desayuno, panqueques, acai bowl, avenas frutadas, sándwiches artesanales, café orgánico, bowls, y un salad bar para que el cliente diseñe su propia ensalada, lasañas, hamburguesas veganas, pasteles y postres. Todos elaborados de forma que sean una opción saludable y nutritiva.

En cuanto a bebidas ofrecen: jugos, smoothies vitamínicos y proteicos, y extractos prensados al frío.

Actualmente cuenta con tres locales en San Isidro y uno en Miraflores:

- Av. Víctor Andrés Belaunde 147, Centro Empresarial Real - San Isidro

- Amador Merino Reyna 285 - San Isidro
- Dionisio Derteano 128 - San Isidro
- Calle Enrique Palacios 361 - Miraflores

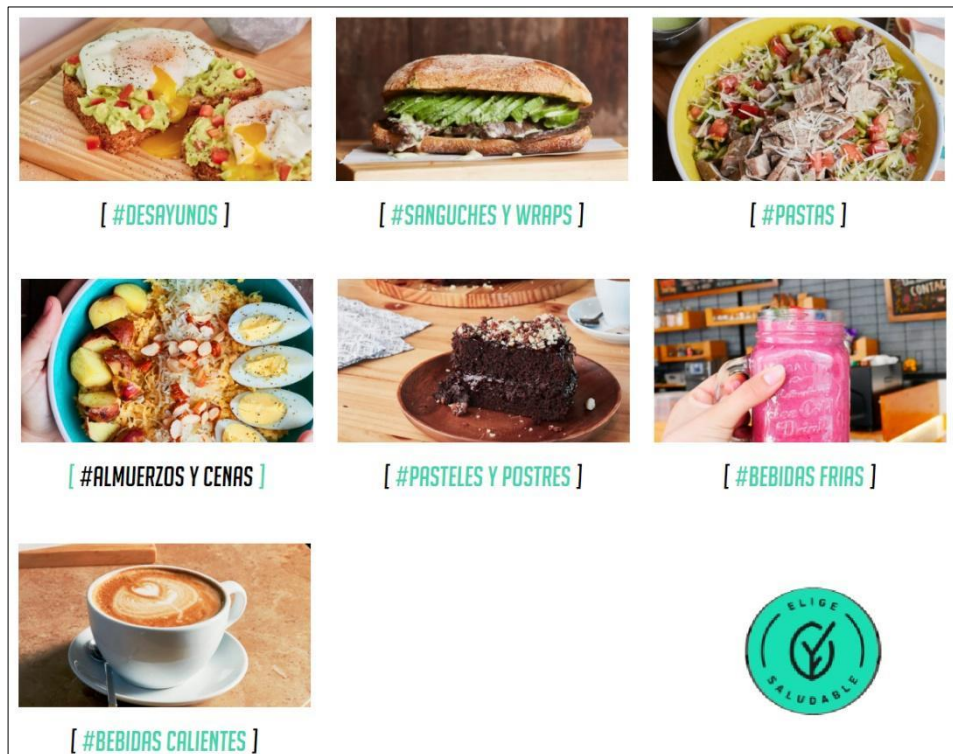


Figura 62. Menú Pickadeli.

Adaptado de pickadeli.pe.

Qumara

Es un “fast good” que ofrece bebidas y alimentos saludables que son ricos y rápidos para comer o llevar, adaptándose al ritmo acelerado de las personas en la actualidad.



Figura 63.Productos Qumara.

Adaptado de qmara.pe.

Cuenta con un solo local ubicado en San Isidro: Coronel Andrés Reyes 437. Además, ofrece servicio delivery a una amplia zona cercana a su local.

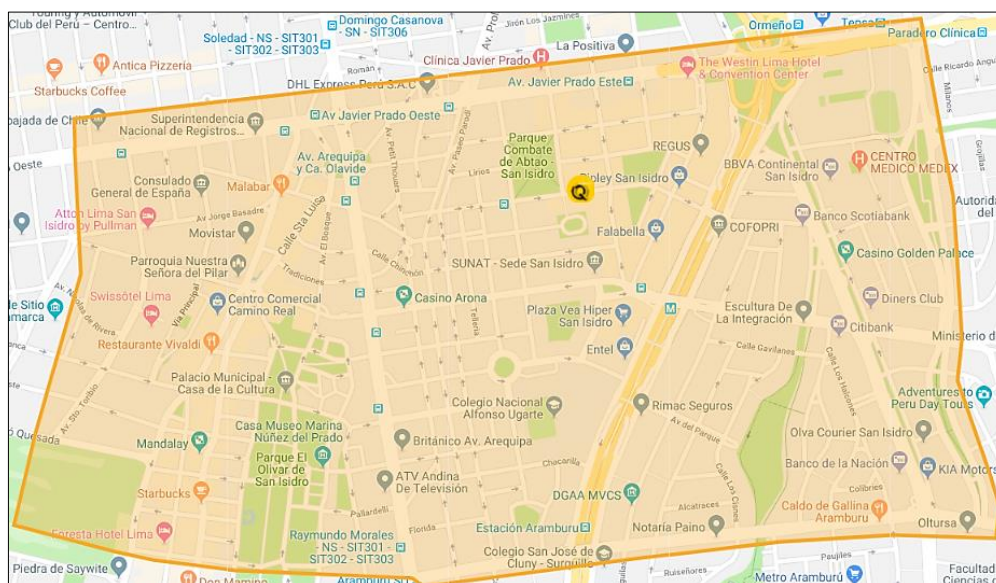


Figura 64.Zona de reparto Qumara.

Adaptado de qmara.pe.

Otros competidores indirectos para el proyecto son:

- Restaurantes/café de comida saludable cercanos: Raw Café; Va bien y Loretta

Va bien

Bajo el formato de fast food, “Va bien” ofrece productos saludables fáciles, ricos y divertidos. Cuenta con dos locales:

- Miraflores: Av. Benavides 540
- La Molina: Av. Javier Prado Este 6210, Piso 1 – Local 6, Park Office

Actualmente cuenta con 25,444 seguidores en Facebook y ofrece platillos y jugos saludables.



Figura 65. Va Bien.

Adaptado de Facebook @vabien.pe.

Raw Café

Restaurante de comida saludable que cuenta con cuatro locales en Miraflores (2), La Molina (1) y Surco (1). Ofrece diversos platos, desde ensaladas, wraps hasta postres. Además cuenta con una línea de jugos bajo su programa “DETOX”, el cual busca a través de dicho jugo limpiar al cuerpo de impurezas.



Figura 66. Raq Café.

Adaptado de Rawcafé.com.pe

Loreta

Es un restaurante de comida saludable que cuenta con dos locales, uno en San Isidro (Av. Andrés Belaunde 208) y otro en la Molina (Calle Santiago de Compostela 123). Ofrece diversos productos: brunch, sandwiches, piqueos, ensaladas, bowls, pastas y pizzas y platillos especiales (chaufa con quinoa, thai rice, lechuga wrap, ossobuco, risotto de lomo saltado, salmón a la parrilla). Entre las opciones de ensalada que ofrece se muestra en la siguiente figura:

ENSALADAS	
QUINUA.....	S/. 27.00
Quinoa mix, tomate, pepino, lechuga, queso fresco, palta y aceituna verde.	
ORIENTAL.....	S/. 28.00
Pollo al ajonjolí, lechuga, espinaca, col morada, verduras orientales y fideos crocantes.	
FASHION.....	S/. 29.00
Pollo al grill, lechuga, manzana, huevo, palmitos, pasas y palta .	
ROMANA.....	S/. 29.00
Pollo al grill, lechuga, espinaca, palta, champiñones y choclito .	
STEAK.....	S/. 37.00
Lomo a la parrilla, palmitos, espárragos, champiñones, choclito y palta.	
CAPRI.....	S/. 30.00
Salmón, lechuga, espinaca, choclito, queso fresco, palta y tomate cherry.	
PROSCIUTTO.....	S/. 30.00
Prosciutto, lechuga, espinaca, palta, palmitos y pecanas acarameladas.	
TUNA.....	S/. 34.00
Atún, lechuga, espinaca, palta, tomate, huevo y aceituna verde.	
	

Figura 67. Carta de ensalada de Loreta.

Adaptado de Loreta.pe.

- Marcas ubicados en el patio de comidas de un centro comercial: las más conocidas son los fast food (Bembos, KFC, Pizza hut, etc).

Considerando la variedad de competencia indirecta para el proyecto, se considera que existe una amenaza.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Se toma como una baja fuerza negociadora de los clientes finales puesto que no compran en volumen o se encuentran organizados para imponer condiciones a la empresa, por tanto, es una oportunidad. Asimismo, no existe un alto riesgo de integración vertical hacia atrás y auto proveerse, puesto que, por las características del público objetivo, los clientes no estarían interesados en convertirse en un competidor de la empresa.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Considerando la gran cantidad de proveedores disponibles de frutas, verduras y otros insumos necesarios para el proyecto, así como que dichos proveedores no se encuentran organizados para imponer precios en el mercado y los insumos no son de especialización sino de consumo masivo, la fuerza negociadora de los proveedores es **baja, por tanto, es una oportunidad.**

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Considerando como producto sustituto a cualquier alimento saludable o no saludable dentro del patio de comidas del centro comercial, así como dentro del centro comercial o alrededores (tiendas por conveniencia, etc.). Algunos productos sustitutos son:

- Fast food.

- Alimentos saludables envasados o de venta en supermercados, tiendas de conveniencia y mercados. Ejemplo: yogurt natural, sandwiches, wraps, frutas, ensaladas pre-preparadas, etc.
- Restaurantes de comida vegetariana o vegana.
- Otros establecimientos que satisfagan la necesidad de alimentación.

En conclusión, la amenaza de productos sustitutos es **media, por tanto, es una amenaza.**

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

Los competidores potenciales pueden ser nuevas marcas que quieran entrar al mercado de comida saludable, así como marcas antiguas que quieran expandir su menú. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, se ha considerado las siguientes barreras de entrada.

- Nivel de inversión

En la elaboración de las ensaladas la inversión no es muy alta, ya que los precios de los insumos para la preparación de las ensaladas tipo gourmet son de precios estándar.

Se puede decir que dicha barrera de entrada es **media**, lo que representa una amenaza para competidores potenciales que recién quieran ingresar al mercado.

- Economías de escala

Dicha barrera de entrada es **alta**, debido a que grandes grupos económicos (NGR, Cencosud, Delosy, Etc) pueden llegar a ver nuestra propuesta muy atractiva y sacar su propia línea del producto. Con lo cual no podríamos competir a nivel de distribución masivo y quedaríamos fuera del mercado.

- Acceso a canales de distribución

Esta barrera de entrada es **alta**, debido a que al ser nuevos como marca los centros comerciales no nos darían facilidades (requisitos) para poder ingresar a su patio de comidas sin tomar en cuenta el tiempo que nos harían esperar para aceptar nuestra solicitud de ingreso (tiempo mínimo un año para la respuesta). A comparación de una cadena de comida ya conocida en el mercado (KFC, Pizza Hut, etc).

- Diferenciación

Dicha barrera representa un nivel **medio-bajo** lo que representa una **amenaza media** para el proyecto. Debido que a pesar de tener problemas con el ingreso a los patios de comida, desarrollar la marca y ser una marca nueva. No se tiene competidores directo dentro del

patio de comidas con el mismo producto y sin tomar en cuenta que el amplio portafolio de menús, únicos, con el que se cuenta.

- Políticas gubernamentales

Para la apertura de un negocio donde manipule y vendan alimentos, se deben cumplir con las normas sanitarias que establezca el ministerio de Salud (MINSA) y las Municipalidades, en el caso de no cumplir con lo dispuesto por los entes fiscales tomarán como medidas de clausura y/o cierre definitivo del lugar. La presente barrera tiene un nivel **medio** debido a que se tiene que invertir tiempo y dinero; sin embargo, es necesario para cualquier negocio legal que quiera ingresar al mercado.

Considerando las barreras de entradas antes mencionadas, se considera una amenaza **media** de competidores potenciales.

CAPÍTULO III: Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa

Visión:

Ser reconocidos como la mejor cadena de productores de ensaladas tipo gourmet y saludables, con insumos y un servicio de atención de alta calidad en el patio de comidas de un centro comercial de lima metropolitana.

Misión:

Somos una empresa dedicada a la elaboración y ventas de ensaladas tipo gourmet con los más altos estándares de calidad, con el fin de poder satisfacer el sector del mercado de comida saludable. Con un amplio portafolio de ensaladas que se ajuste a la necesidad de nuestros clientes y se les pueda brindar una atención de calidad.

3.2. Análisis FODA

A continuación, se presenta la matriz FODA en base a las fortalezas y debilidades del proyecto, así como las oportunidades y amenazas que afectan al presente proyecto. Además, se presentan estrategias planteadas en base a los factores observados.

Tabla 10
Matriz FODA cruzado.

Fortalezas		Debilidades
F1. Opción de que el cliente escoja un amplio portafolio de ensaladas		D1. Marca nueva en el mercado
F2. Recetas verificadas por nutricionistas.		D2. Poca experiencia en el sector
F3. Insumos naturales de calidad		D3. Limitada capacidad financiera
F4. Primer salad bar en patios de comidas.		
Oportunidades	Explotar:	Confrontar
O1. Consumidores buscan más alimentos naturales y saludables.	(F2; O1) Campaña informativa. Informar a los potenciales consumidores de los beneficios de una alimentación saludable y los alimentos con mejores beneficios a la salud.	(O4;D1) Diseño atractivo de marca y logo. Crear un logo y marca fácilmente reconocible atractivo al público objetivo.
O2. Consumidores están dispuestos a pagar precios altos por alimentos sanos		
O3. Fomento por parte del Estado por una alimentación más saludable (Ley 30021 - Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes).	(F1; O4) Resaltar la individualidad y originalidad de cada cliente con nuestro amplio portafolio de ensaladas.	
O4. No hay competidor directo en el mercado objetivo		
Amenazas	Buscar	Evitar:
A1. Alta competencia indirecta.	(F2; A1; A2) Campaña de concientización. Hacer énfasis en los beneficios de un estilo de vida saludable, resaltando el valor nutricional verificado de los productos Green Gourmet".	(D1; A1; A3). Estrategia de penetración de mercados. Crear una campaña de ofertas atractiva para el consumidor (Bouchers de descuento) con el fin de hacer conocer el producto.
A2. Marcas competidores tienen mayor reconocimiento en el rubro, aunque no estén en el canal.		
A3. Productos sustitutos con precios más bajos.	(F1; A3; A4) Estrategia de Diferenciación. Mantener los productos a la par de la competencia y destacar el servicio de un amplio portafolio de productos económicos diferenciación en alimentos saludables con toque gourmet.	(D1; A2) Asociación estratégica. Realizar alianzas con marcas de jugos/bebidas saludables reconocidas en el mercado para difundir la marca a través de sus redes y locales a cambio de vender sus jugos en el establecimiento de "Green Gourmet"
A4. Alta amenaza de marcas de comida reconocidas (fast food, restaurantes, pollerías, etc) agreguen opciones saludables a su menú		
		(D1; A4) Promociones atractivas Y campañas de degustación en el centro comercial y cafeterías de edificios empresariales.

Nota: Elaboración propia.

3.3. Objetivos

Para el proyecto:

✓ Crecimiento

Mantener una participación 65% para el quinto año del proyecto en el sector de comida saludable en el mercado al cual se dirige.

✓ Ventas

Lograr ventas mayores a los 400 mil soles anuales a partir del tercer año del proyecto.

✓ Posicionamiento

Alcanzar un mínimo 40% de recordación de marca en el sector de comida saludable para final del primer año del proyecto.

✓ Rentabilidad

Obtener una rentabilidad operativa mínimo de 20% para final del segundo año del proyecto.

Para los Stakeholders:

✓ Cliente

Satisfacer la necesidad de una alimentación saludable y nutritiva a un precio justo y ubicado en un lugar de fácil acceso (céntrico).

✓ Comunidad

Fomentar un estilo de vida y alimentación saludable dentro de los distritos cercanos y donde se ubica al proyecto.

✓ Trabajadores

Brindarle las herramientas necesarias para desarrollar su potencial laboral a través de una capacitación continua.

✓ Inversionistas

Obtener rentabilidad desde el primer año del proyecto de negocio e ir creciendo de forma continua en los siguientes.

CAPÍTULO IV: Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

En la investigación se llevó a cabo una evaluación de mercados. En donde se hizo 3 entrevistas, un focus group y encuestas a lo que sería nuestro público objetivo del documento en desarrollo.

4.1.1. Criterios de segmentación.

El mercado objetivo para el presente documento el rango a cumplir debe tener los siguientes criterios:

- Criterio geográfico: Ciudadanos que trabajen, estudian o pasan la mayor parte del tiempo en los distritos de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María.
- Acuden a un centro comercial de la zona.
- Criterio demográfico: mujeres y hombres de entre las edades de 25 a 65 años.
- Nivel Socio-económico: A, B y C1
- Psicográfico: Perteneciente a los estilos de vida, según Arellano, de “Modernas” y “Sofisticados” debido a que son personas que se preocupan por la calidad, su estética, cuidado personal y en el caso de los sofisticados son consumidores frecuentes de productos “light”.
- Criterio conductual: Hombres y mujeres interesados en consumir productos naturales y que por motivos de tiempo no puedan realizar una dieta saludable.

En conclusión, el público objetivo está conformado por hombres y mujeres de 25 a 65 años de edad, pertenecientes al NSE A, B y C1 que acuden a CC en los distritos de San Isidro, San Borja y Surco.

4.1.2. Marco muestral.

El marco muestral está compuesto por hombres y mujeres de 25 a 65 años de edad del NSE A, B y C1 que trabajan, estudian, compran o hacen tramites, así como acuden a los CC de los distritos de San Isidro, San Borja, Surco y Jesús María.

Para las entrevistas a profundidad se realizó tres entrevistas a expertos en temas de administración, nutrición y cocina. Por otro lado, para el focus group se seleccionó participantes que cumplan con los criterios de segmentación mencionados anteriormente.

Para el cálculo de la muestra para las encuestas se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas (encima de 100 000 personas). Se utilizó un nivel de confianza de 95%, margen de error de 5% y probabilidad éxito (p) y de fracaso de (50%), lo cual da como resultado

385 encuestas. Por un criterio de practicidad se ha aplicado 100 encuestas distribuidas de la siguiente manera.

Tabla 11

Marco Muestral para investigación cuantitativa

N°	Centros Comerciales	Vistas 2018	Peso	Cantidad de Encuestas	Distribución por NSE		
					A	B	C1
1	Jockey Plaza	14,839,583	39%	39	11	22	6
2	Real Plaza Salaverry	11,715,500	31%	31	8	18	5
3	Rambla – San Borja	9,421,227	25%	25	7	14	4
4	Patio de Comidas Begonias	2,430,118	6%	6	2	4	1
TOTAL		38,406,428	100%	100	27	58	15

Nota: Elaboración propia en base a datos de INEI 2015 y APEIM 2018.

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Entrevista N° 1 – Entrevista a Administrador de Restaurant de comida saludable

Objetivo: Conocer sobre la gestión de un restaurante que produce y vende ensaladas y comida saludable.

Perfil:

- **Nombre:** Ursula Andrade Ccapcha.
- **Profesión:** Ingeniera Alimentaria (CIP: 131067).
- **Experiencia:** 10 años
- **Fecha de entrevista:** 06/04/2019

Guía de pautas

Presentación

1. ¿Cuál es su profesión y su nombre?, ¿Cuál es su edad?
2. ¿Dónde trabaja – el rubro donde trabaja?, ¿Cuánto tiempo trabaja ahí? ¿Nos puede describir su experiencia?
3. ¿Cómo ha evolucionado el segmento de ensaladas y comida saludable? ¿cuál es la tendencia a futuro?

Objetivo 1: Conocer el perfil de las personas que consumen ensaladas y comida saludable

4. ¿Cuál es el perfil del cliente que consume ensaladas y comida saludable?
5. ¿Qué tipo de variedad se vende más? ¿qué platos - ensaladas?

6. ¿Cuál es el principal factor que le importa más a un cliente a la hora de elegir una ensalada o comida saludable?
7. ¿Cuál es el principal factor que le importa más a un cliente a la hora de elegir un lugar donde consumir su alimento saludable o ensalada?
8. En promedio ¿Cuánto gastan? ¿Con que frecuencia consumen?
9. ¿El consumidor está informado acerca de los beneficios nutricionales de lo que consume?

Objetivo 2: Conocer sobre los recursos necesarios de un negocio que produce ensaladas y comida saludable.

1. ¿Qué equipos, utensilios, u otros se necesitan en la cocina para elaborar comida saludable o ensaladas?
2. ¿Qué tipo de especialidad necesitan las personas que elaboran este tipo de alimentos?
3. ¿Qué nivel de inversión requiere una cocina para este tipo de negocio?
4. ¿Qué espacio (m²), necesita una cocina y almacén de este tipo de negocio?
5. ¿Es necesario el uso de algún software para inventarios, registros de almacén, cobranza de clientes u otro?

Objetivo 3: Conocer sobre los aspectos administrativos de un negocio que produce ensaladas y comida saludable

1. ¿Qué permisos se necesitan para producir alimentos en un local?
2. ¿Cómo se abastece de los insumos necesarios para la producción?
3. ¿Cómo recluta y selecciona al personal necesario?
4. ¿Cómo maneja la atención al cliente?
5. ¿Bajo qué condiciones alquila su local? Si es propio ¿Qué costos asociados tiene?
6. ¿Qué nivel de ventas puede tener en alta demanda? ¿y en baja? ¿Qué nivel de rentabilidad operativa maneja?
7. ¿Cómo manejan los desechos orgánicos?
8. ¿Cómo maneja la seguridad interna de sus comensales?
9. ¿Cuál es su horario de atención? ¿en qué momentos del día hay más demanda?

Objetivo 4: Conocer la opinión respecto al modelo de negocio Green Gourmet

Green Gourmet será un punto de venta situado en patios de comida de CC en San Isidro, San Borja y Surco, ofertará una variedad de ensaladas en combos (fondo, refresco y complemento) con un precio promedio de 20 – 25 soles. Tendrá un centro de producción que abastecerá de los insumos listos a los 4 puntos.

1. ¿El nombre de producto le parece atractivo?
2. ¿Conoce alguna marca que produzca y oferten platos similares en patios de comida?
3. ¿Cuáles cree que deberían ser los principales platos? ¿con que debería acompañarse? ¿Cómo debería servirse?
4. ¿Qué tipo de impulso o actividad de introducción debería tener?
5. ¿Qué promociones le parece que puede tener más aceptación? - ¿La degustación le parece una buena idea?
6. ¿Cuáles son sus recomendaciones finales?

Muchas gracias por su tiempo

Conclusiones entrevista N° 1

- El segmento de comida y productos saludable ha ido tomando más importancia en los últimos años, observándose un crecimiento acelerado tanto de la demanda como en la oferta.
- El perfil de una persona que consume comida saludable es de unos 25 a 45 años aproximadamente. Es una persona que cuida de su apariencia y salud, hace deporte regularmente y normalmente pertenecen a los segmentos A y B.
- Las comidas saludables que más se vende son bowls o ensaladas con cereales como la quinua y kiwicha.
- El factor que valora más el cliente a la hora de elegir un lugar es el sabor, luego está la presentación del plato y el ambiente, el cual debe ser armonioso y natural.
- La frecuencia de consumo puede variar según la persona, algunas prefieren preparar recetas naturales en su casa y otras por motivo de tiempo compran comida. En cuanto al precio, las comidas saludables tienen a tener un precio más elevado que platos tradicionales o comidas rápidas debido a que en las comidas saludables es importante que cuenten con insumos frescos. Los precios pueden estar desde 20 soles a casi 40 soles dependiendo el plato y establecimiento.
- Es importante contar con una congeladora para insumos frescos con alta capacidad de enfriamiento. Los otros materiales son los que normalmente hay en una cocina como ollas, cuchillos, tazones, etc.
- No se requiere tener una especialidad para elaborar dichos alimentos; sin embargo, sí es recomendable que la receta que se siga esté avalada por un nutricionista o chef. Además de que el personal que prepare siga todas las reglas sanitarias.
- Los permisos para abrir un local son los regulares para otros locales más los requisitos impuestos por DIGESA.

- Respecto a la atención al cliente, siempre es bueno brindar cierto grado de personalización o asesoría. En el caso de comidas saludables, se le podría preguntar al cliente si tiene alguna preferencia y recomendarle ensaladas de acuerdo a los beneficios y valor nutricional.
- El momento donde hay más demanda es al medio días hasta las dos de la tarde, que es el horario de almuerzo para la mayoría.
- El nombre “Green Gourmet” suena atractivo y es claro en cuanto a la referencia de que los platillos son de tipo gourmet.
- Otra marca que ofrece comida saludable es Sanurya, marca que está ubicada en el patio de comidas del Jockey Plaza y cuenta con buena aceptación del público.
- Se recomienda realizar una campaña por redes sociales, especialmente instagram, puesto a que resultado ser una red social ideal para compartir fotos y transmitir un estilo o cultura de marca; además de ser una red social con alto potencial en los próximos años.

Entrevista N° 2 – Entrevista a Chef

Objetivo: conseguir la data necesaria sobre la elaboración de ensaladas en diferentes presentaciones.

Perfil:

- Nombre: Flor Villanueva Flores
- Profesión: Cheff Profesional (Cod: 56843)
- Experiencia: 6 años
- Entrevista realizada: 10/04/2019

Guía:

Objetivo 1: Conocer sobre el sector y la oferta existente en comida saludable

1. ¿Cómo ha evolucionado el segmento de comida saludable?
2. ¿Qué tipo de alimentos se pueden conocer como “saludables”?
3. ¿Cómo ha evolucionado la elaboración de las ensaladas?

Objetivo 2: Conocer sobre la elaboración de ensaladas y sus complementos

1. ¿Qué aspectos se debe tener en cuenta en la elaboración de ensaladas?
2. ¿Qué insumos tradicionales se usan para su elaboración?
3. ¿Qué insumos innovadores se podrían utilizar?
4. ¿Cuál es el proceso productivo general para una ensalada? ¿qué pasos sigue?
5. ¿Qué tiempo demora cada paso? ¿Qué pasos son críticos en la elaboración?

6. ¿Qué presentaciones y combinaciones sería más adecuado producir ¿Por qué?
7. ¿Cómo podría ser la presentación de manera ideal? ¿en qué tipos de contenedores o platos?
8. Para el espacio de conservación de insumos y del producto terminado, ¿Qué condiciones especiales de refrigeración u otros se necesita?

Objetivo 3: Conocer sobre los recursos necesarios para la elaboración de ensaladas y sus complementos

1. ¿Qué tipo de equipos, artefactos, accesorios u otros se necesita para la producción de ensaladas o sus complementos?
2. ¿Qué tipo de personal técnico / operativo, y que habilidades necesitan para producir ensaladas o sus complementos?
3. Dentro del proceso de abastecimiento de insumos ¿Qué aspectos se deben considerar?
4. Considerando el abastecimiento de 4 puntos de venta y de producir alrededor de 500 ensaladas por día ¿Qué tamaño de cocina necesita? ¿y de espacio total de producción incluyendo almacén y otros?

Objetivo 4: Conocer sobre la viabilidad de la oferta de Green Gourmet

Green Gourmet será un punto de venta situado en patios de comida de CC en San Isidro, San Borja y Surco, ofertará una variedad de ensaladas en combos (fondo, refresco y complemento) con un precio promedio de 20 – 25 soles. Tendrá un centro de producción que abastecerá de los insumos listos a los 4 puntos.

1. ¿Qué combinaciones sería más recomendable producir? ¿Por qué?
2. ¿Qué bebidas serían ideales? ¿Qué complementos podríamos utilizar?
3. ¿Existe algún riesgo o limitación para el traslado de insumos desde el centro de producción?
4. ¿Existe riesgo o limitación porque se venda y consuma en patios de comida de centros comerciales?
5. ¿Conoce algunos restaurantes o marcas que produzcan platos iguales o similares? ¿Cuáles son?
6. ¿Quisiera agregar alguna opinión o información adicional para una empresa que piensa ingresar en el negocio de elaboración y venta de ensaladas?

Muchas Gracias

Conclusiones entrevista N° 2

- El segmento de comida saludable y particularmente el de ensaladas está en creciente desarrollo, dado que, en los últimos años, la salud de las personas se ha ido deteriorando por los estilos de vida poco saludables y sedentarios. Por tanto, la alimentación sana ha ido siendo cada vez más requerida.
- En ese contexto las ensaladas son los platos más conocidos por las personas, aunque no en mucha variedad, actualmente por el boom gastronómico de la última década, y por la aparición de diversos chefs y espacios de oferta, hay cada vez más y más variados platos con diferentes insumos relativamente nuevos.
- Si todos los insumos están listos, la preparación es muy rápida, dado que básicamente es servir y mezclar con limón, aliños, salsa u otro acompañante.
- Si se colocan alguna carne, pechuga, huevo u otro, la preparación demora más.
- Si solo son verduras y proteínas no debe pasar de 5 minutos.
- Elaborar ensaladas con acompañamientos requiere de una cocina normal de restaurante, con congeladora, cocina semi-industrial, bowls, lavabo de acero quirúrgico, licuadora etc.
- Los insumos no deben estar guardados más de 3 días, es idea proveerse dos veces por semana.
- El personal debe conocer de cocina, es decir personal técnico que tenga cultura de servicio y de aseo.
- Se debe servir idealmente en vidrio o porcelana, no en metal ni madera, también puede ser en envase de plástico garantizado, aunque es mejor los descartables transparentes no reusables.
- Las ensaladas o los insumos para prepararlas si se pueden trasladar una vez preparadas, pero se deben consumir dentro de las 2 horas posteriores y de ninguna manera guardarlas cuando ya se han mezclado

Entrevista N° 3 – Entrevista a Nutricionista

Objetivo: Obtener información sobre la composición de las ensaladas y su aporte nutricional a los consumidores.

Perfil:

- **Nombre:** Melissa Arce Yabar
- **Experiencia:** 5 años
- **Cargo:** Nutricionista (CNP: 003919)

- **Fecha de entrevista:** 04/04/2019

Guía de pautas

Objetivo 1: Conocer sobre el sector y el aporte nutricional de la oferta existente

1. ¿Cómo ha evolucionado la oferta del sector de restaurantes en Lima? Y ¿en los patios de comida? ¿Se podrían considerar saludables?
2. En general ¿existe una oferta de comida saludable en Lima?

Objetivo 2: Conocer sobre el aporte nutricional de las ensaladas

1. ¿Qué tipos o variedades de ensaladas existen? ¿Cómo se podrían clasificar?
2. ¿Qué aporte nutricional brindan las ensaladas? ¿Qué tanto permiten cubrir las calorías, proteínas y demás que necesita una persona normal?
3. ¿Qué combinaciones serían las más adecuadas?
4. ¿Qué combinaciones no deberían hacerse?
5. ¿Existe insumos que requieran, manipulación o almacenaje en especial?
6. ¿Qué tipo de personal especializado se necesita para producir ensaladas?
7. ¿Cómo se pueden acompañar las ensaladas?

Objetivo 3: Conocer sobre los tipos de ensaladas que puede ofrecer Green Gourmet

Si queremos lanzar una oferta de ensaladas saludables en los patios de comida en San Isidro, Surco y San Borja y queremos producir todos los insumos en un centro de producción cercano para llevarlo a dichos lugares.

1. ¿Qué combinaciones nos recomienda ofertar?
2. ¿Qué tipo de bebidas podemos ofrecer? ¿Y de aliños o salsas? ¿Otros?
3. ¿Qué precauciones deberíamos tener para que las ensaladas no pierdan su valor nutricional en el traslado de los insumos?
4. ¿Cuántas horas se puede conservar los insumos después de procesados (pelados y cortados)? ¿Se deben desechar?
5. ¿Cómo podríamos almacenar los insumos para que no pierdan sus propiedades?
6. ¿En qué tipo de envases podemos servirlo?
7. ¿Podría hacernos una propuesta de combinación ideal? ¿Por qué sería mejor así?
8. ¿Qué certificaciones necesitaría un alimento de este tipo?
9. ¿De qué manera debo conservar el producto terminado?
10. ¿Algún aporte adicional?

Muchas Gracias

Conclusiones entrevista N° 3

- Hay todo tipo de ensaladas, de arroz, de quinua con verduras, con menestras, con carne etc. La variedad y el potencial de combinaciones es muy amplia.
- El aporte nutricional depende de la combinación que se haga, y eso depende del objetivo de nutrición que la persona este persiguiendo.
- Para una buena ensalada se necesita insumos frescos y de calidad y buen criterio para combinar y acompañar. El criterio te lo da los estudios o la experiencia o ambos.
- Los insumos sensibles son el pescado, la palta, el tomate y cualquier que se utilice a medias, es mejor usar la verdura o insumo de manera completa.
- Es conveniente tener un espacio amplio de refrigeración dado que así se pueden conservar mejor los insumos y los preparados.
- Se puede ofrecer combinaciones con infusiones agua de fruta, en lo posible endulzar con miel o chancaca, usar poca azúcar.
- Es mejor envasar y almacenar en táper herméticos.
- Las combinaciones a ofrecer deberían estar elaboradas por un nutricionista.
- No existe permisos especiales para elaborar comida saludable o ensaladas, solo las autorizaciones municipales a las cuales se accede con una inspección sanitaria y los requisitos, como por ejemplo que el personal tenga carnet sanitario.

4.1.4. Focus Group.

Hicimos un focus en grupo, donde se realizó una grabación de la misma en audio. Más adelante, se detalla la lista de los participantes:

Tabla 12
Ficha técnica de Focus Group.

N°	Nombre y Apellidos	DNI	Edad
1	José León Ramos	40591237	27 años
2	Edson Rojas	42185507	40 años
3	Gary Zambrano	42920142	33 años
4	Jimmy Noriega	41307816	35 años
5	Carlos Rocha	46103335	25 años
6	Alexis Arenas	46307416	26 años
7	Gordi Zumaeta		
8	Evelyn Luyo Campos	70096112	45 años
9	Enrique Richi	25843376	40 años
10	Givoani Espinoza	46801975	26 años
11	Gianina Pelez	46201821	25 años
12	Roxi Navarro	09942516	35 años

Nota: Elaboración propia.

Conclusiones del Focus Group N°1:

- Fuero participe mujeres y hombres de 25 a 55 años, los cuales fueron un total 12 participantes en el focus (9 hombres y 3 mujeres).
- Los entrevistados son elegidos de acuerdo a la segmentación establecida.
- El objetivo del focus fue (1) Evaluar rutina de consumo de comida saludable y ensaladas; y (2) Evaluar la aceptación de las características de Green Gourmet. Ver lista de preguntas en anexo 3.
- Se concluye lo siguiente:
- La mayoría de participantes manifestaron tener hábitos de consumo frecuente de ensaladas como parte de su almuerzo no como plato de fondo sino como un acompañante a la hora de almuerzo.
- Algunos indicaron que consumen comida saludable por temas de salud, pocos manifestaron no comer ensaladas.
- Las personas no conocen mucha variedad de ensaladas ni combinaciones, solo la señalan como “de tomate”, “de lechuga”, “de vainita”, “de pepino”, etc.
- Consumen normalmente en casa o en algunos restaurantes, no conocen oferta o marca en patios de comida.
- La consumen como acompañante dos a tres veces por semana.
- Cuando han comprado comida saludable o ensaladas en plato, gastan alrededor de 20 soles.

- Sobre el sabor de las ensaladas “Green gourmet”, los participantes manifestaron que el sabor les agrado y que la cantidad fue adecuada.
- El envase de presentación les pareció agradable ya que permite ver el contenido.
- Sobre el precio manifestaron pagar entre 16 a 25 soles, dependiendo el tipo de ensalada a consumir
- Les gusto más la ensalada que tenía acompañamientos
- La marca les parece adecuada, dado que da una sensación de comida sofisticada y “ecológica”

4.1.5. Encuestas.

Como se obtuvo la muestra.

Con el fin de sacar una muestra se procedió a utilizar la fórmula de población infinitas (sobre pasa las 100 000 personas). Utilizamos el nivel de confianza 95%, con un margen error del 5% y una probabilidad del 50:

$$n = \frac{Z^2 * (P * Q)}{E^2}$$

Figura 68. Formula.

Elaboración propia.

Donde:

n: La muestra;

Z: confianza - nivel;

E: error de margen;

P: La aceptación en probabilidad;

Q: el rechazo en probabilidad

Utilizando la fórmula obtendremos una muestra de 384.25 unidades de muestra. Para el presente trabajo se considera una persona como una unidad de la muestra, se procede al redondeo de la muestra a un total de 385 personas. Para con el fin poder cubrir una cantidad adecuada se ha procedido a realizar la investigación sobre una muestra menor, logrando aplicar 100 encuestas válidas.

Se presenta formato de la encuesta.

La encuesta tiene como preguntas cerradas y también de múltiple opción tiene 4 preguntas de validación, 2 de contextualización y 12 de mercado.

Resultados de la encuesta.

Se recolectaron 188 encuestas, de las cuales solo 106 pasaron las preguntas filtros hasta las preguntas de mercado, y luego pasaron 92 encuestas hasta la pregunta final. A continuación, se presentan los resultados:

Tabla 13

Pregunta de Validación. 1.

1. ¿A qué centros comerciales usted visita con más frecuencia?

	Rpta	Cantidad	%
a	C.C. Patio de Comidas - Begonias	25	13%
b	C.C. Jockey Plaza	60	32%
c	C.C. Rambla - San Borja	40	21%
d	C.C. Real Plaza Salaverry	35	19%
e	Otros (terminar)	28	15%
	Total	188	100%

Nota: Elaboración Propia Estudio de mercado

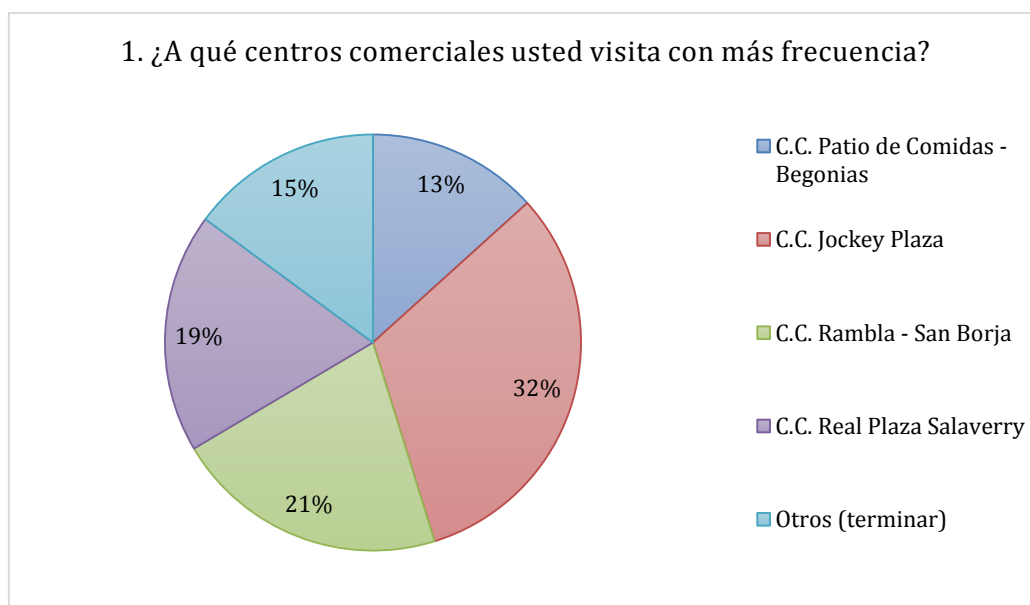


Figura 69. Pregunta de Validación 1.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 1 - Validación.

El 32% de los encuestados visita el C.C. del Jockey Plaza con mayor frecuencia en el distrito de Surco, C.C. Rambla – San Borja 21% y en otros distritos 15%. De la presente pregunta los que respondieron “otros” (15% = 28 encuestas) no pasan a la siguiente pregunta.

Tabla 14

Pregunta 2 de Validación

2. ¿Qué actividad realiza en la zona?

Respuesta	Cantidad	%
a Trabajar	88	55%
b Estudiar	21	13%
c Trámites	20	13%
d Compras	25	16%
e Ninguna de las anteriores (terminar)	6	4%
Total	160	100%

Nota: Estudio de mercado. Elaboración Propia

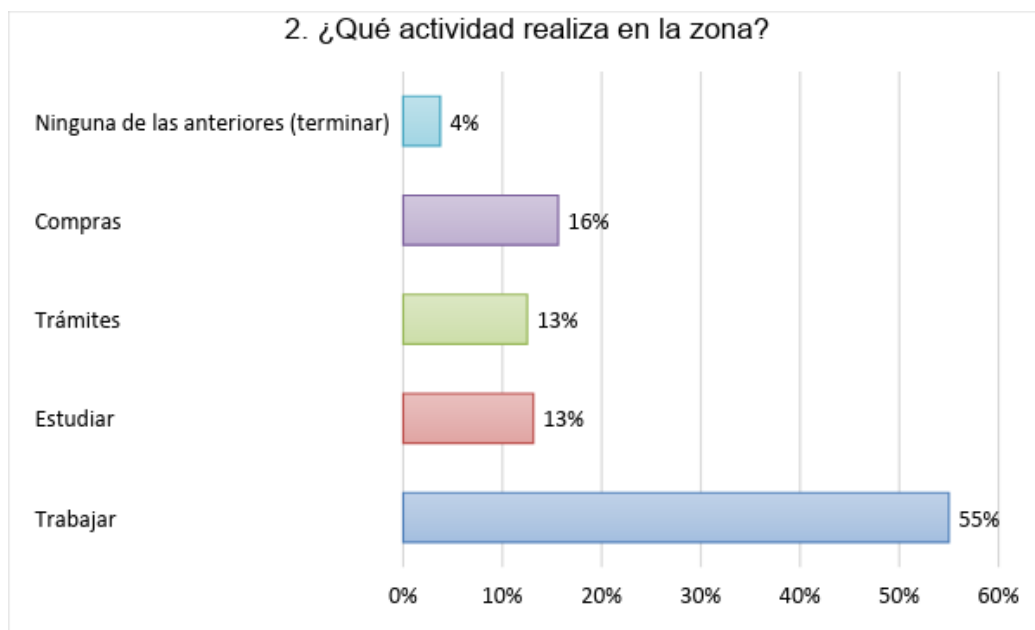


Figura 70. Pregunta para validar 2.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 2 - Validación.

El 55% (88 encuestas) trabaja en la zona de San Isidro, San Borja o Surco, el 16% realiza compras (25 encuestas), el 13% realiza trámites (20 encuestas), otro 13% (20 encuestas) estudia y un 4% (6 encuestas) no realizan ninguna de las actividades mencionadas. Pasan a la siguiente pregunta 154 encuestas, quitando las encuestas que respondieron “ninguna de las anteriores” actividades.

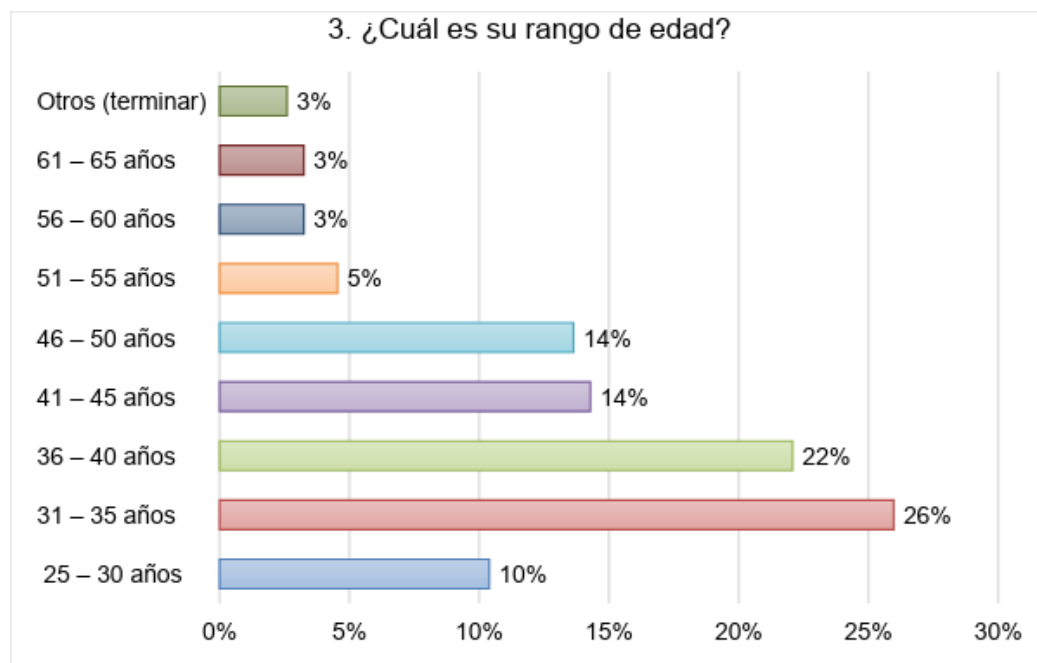
Tabla 15

Pregunta 3 de Validación

3. ¿Cuál es su rango de edad?

	Respuesta	Cantidad	%
a	25 – 30 años	16	10%
b	31 – 35 años	40	26%
c	36 – 40 años	34	22%
d	41 – 45 años	22	14%
e	46 – 50 años	21	14%
f	51 – 55 años	7	5%
g	56 – 60 años	5	3%
h	61 – 65 años	5	3%
i	Otros (terminar)	4	3%
	Total	154	100%

Nota. Estudio de mercado del mismo documento.Elaboración Propia



*Figura 71.*Pregunta de Validación 3.

Elaboración propia.

Interpretación Pregunta 3 - Validación.

El 26% de los encuestados (40 encuestas) está en el rango de edad de 31 a 35 años, el 22% (34 encuestas) en el rango 36 a 40 años, 14% (42 encuestas) en rango 41 a 45 años, 14% (41 encuestas) en el rango 46 a 50 años, 5% (7 encuestas) en el rango 51 a 55 años, 3% (5 encuestas) en el rango 56 a 60 años, y otro 3% (4 encuestas) en el rango de 61 a 65 años. Los encuestados que respondieron que se encuentran en otro rango de edad (3% = 4 encuestas) no continúan con las siguientes preguntas de la encuesta. Pasan a la siguiente etapa 150 encuestas.

Tabla 16

Pregunta 4 de validación

4. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual familiar aproximadamente?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Menos de 3540 (Terminar)	11	7%
b	Mayor a 3541 a 4310 soles (Terminar)	16	11%
c	mayor a 4311 hasta 7104 soles	75	50%
d	Mayor a 7105 a 13105 soles	28	19%
e	mayor a 13106 soles	20	13%
	Total	150	100%

Nota: Estudio de mercado de este documento.Elaboración Propia

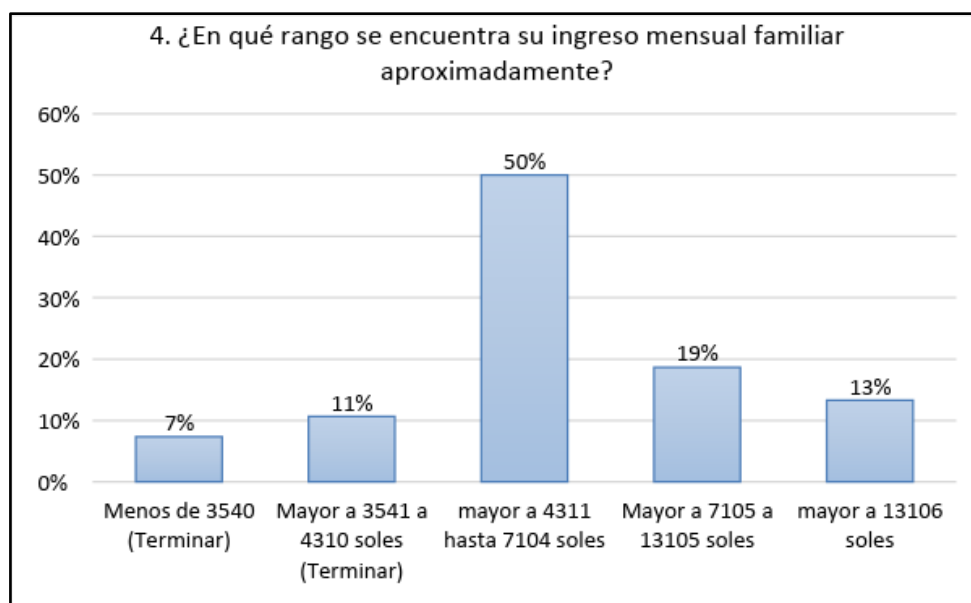


Figura 72. Pregunta de Validación 4.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 4 - Validación.

El 50% (75 encuestas) tiene un rango de ingreso mayor a 4,311 hasta 7,104 soles, el 19% (28 encuestas) un rango mayor a 7,105 hasta 13,105 soles, el 13% (20 encuestas) un rango mayor a 13,106 soles, el 11% (16 encuestas) un rango mayor a 3,541 hasta 4,310 soles, y 7% (11 encuestas) percibe ingresos menores a 3,540 soles mensuales. Pasan 123 encuestas, terminando la encuesta para los que respondieron que tienen ingreso familiar promedio mensual menor a 3,540 soles y en el rango de 3,401 a 4,310 soles.

Tabla 17

Pregunta 1 de Contextualización

1. ¿Consume ensaladas?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Definitivamente sí	30	24%
b	Sí	76	62%
c	Tal vez (Terminar)	11	9%
d	No (Terminar)	4	3%
e	Definitivamente no (Terminar)	2	2%
	Total	123	100%

Nota: Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

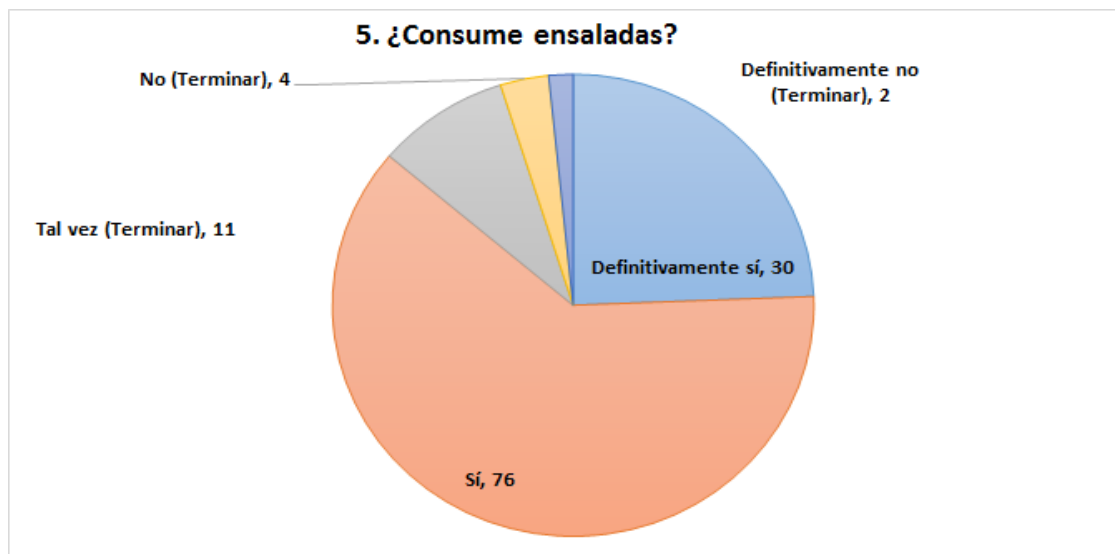


Figura 73. Pregunta para Contextualización 1.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 2 - Contextualización

El 62% (76 encuestas) sí consume ensalada, el 24% (30 encuestas) definitivamente sí consume ensalada, el 9% (11 encuestas) tal vez consume ensalada, 3% (4 encuestas) no consume ensalada, 2% (2 encuestas) definitivamente no consumen ensaladas. De la presente pregunta, solo continúan con la encuesta los que respondieron definitivamente sí (30 encuestas) y sí (76 encuestas) consumen ensalada; es decir, pasan 106 encuestas.

Tabla 18

Pregunta de Contextualización.

2. ¿Qué tipo de comida saludable prefiere consumir?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Ensaladas	65	61%
b	Sándwiches	22	21%
c	Frutas	12	11%
d	Wraps	5	5%
e	Otros	2	2%
	Tota	106	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

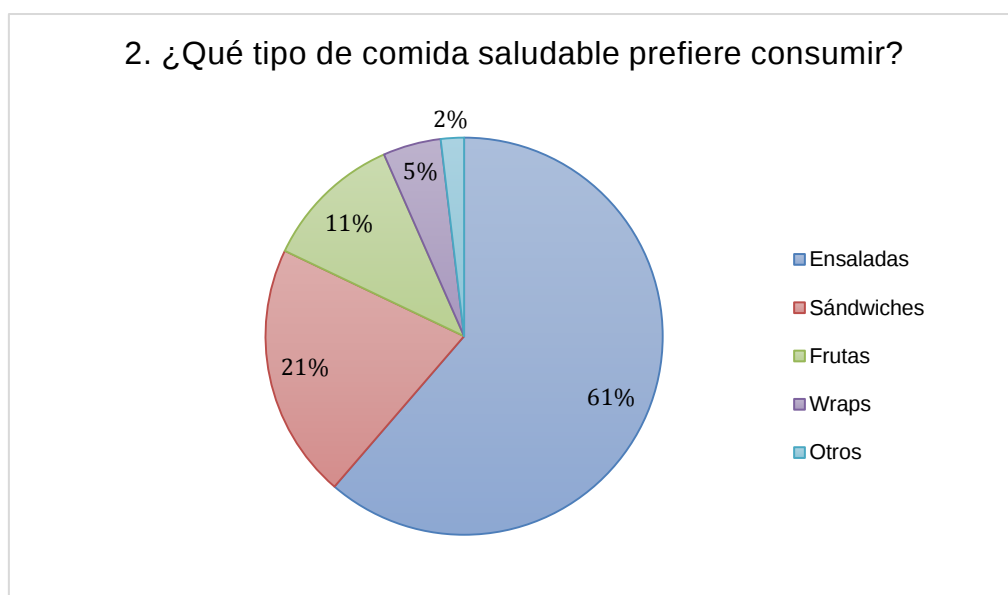


Figura 74. Pregunta 2 para Contextualización 2.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 2 - Contextualización

El 61% (65 encuestas) prefiere consumir ensalada como comida saludable, el 21% (22 encuestas) prefiere sándwiches, el 11% (12 encuestas) prefiere frutas, 5% (5 encuestas) prefiere wraps y 2% (2 encuestas) prefieren otro tipo de comida saludable.

Tabla 19

Pregunta 3 – De mercado Green Gourmet

3. ¿Consumiría las ensaladas Green Gourmet

	Respuesta	Cantidad	%
a	Definitivamente Sí	17	16%
b	Sí	75	71%
c	Tal vez (terminar)	7	7%
d	No (terminar)	4	4%
e	Definitivamente no (terminar)	3	3%
	Total	106	100%

Nota: Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

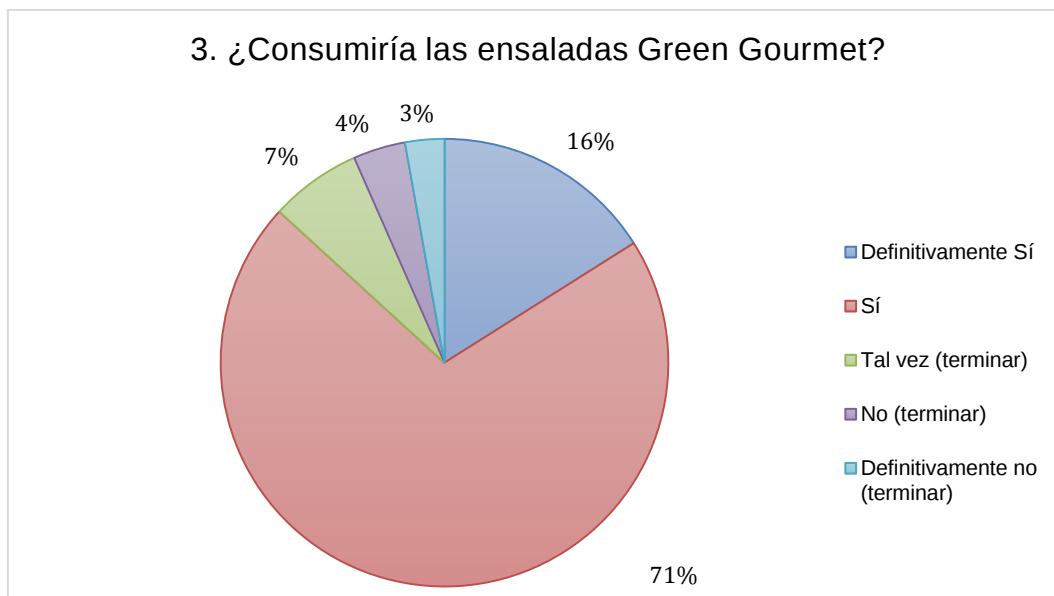


Figura 75. Pregunta 3 – De mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 3 – De mercado Green Gourmet

El 71% (75 encuestas) sí consumiría las ensaladas de Green Gourmet, el 16% (17 encuestas) definitivamente sí consumiría, el 7% (7 encuestas) tal vez consumiría, el 4% (4 encuestas) no consumiría y el 3% (3 encuestas) definitivamente no consumiría. De la presente pregunta, solo continúan con la encuesta los que respondieron definitivamente sí (7 encuestas) y sí (75 encuestas) consumirían las ensaladas de Green Gourmet; es decir, pasan 92 encuestas.

Tabla 20

Pregunta 4 – De mercado Green Gourmet.

4. De nuestro menú. ¿Señale cuál es la que más probablemente compraría?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Deli Mixta	7	8%
b	Spinach Salad	9	10%
c	Gourmet fruit salad	8	9%
d	Deli Quinoa	11	12%
e	Ensalada Caprese	9	10%
f	Ceaser salad	10	11%
g	Ensalada Salmón	12	13%
h	Waldrof Salad	10	11%
i	Ensalada de garbanzo	8	9%
j	Ensalada multicolor	8	9%
	Total	92	100%

Nota: Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

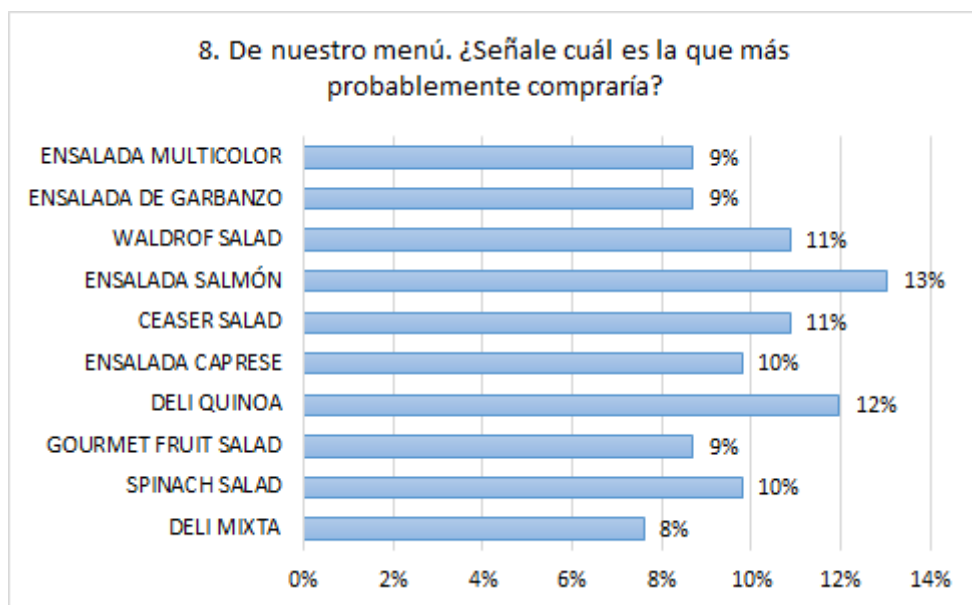


Figura 76. Pregunta, N°4 – De mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 4 – Mercado de Green Gourmet

El 13% (12 encuestas) prefiere la ensalada salmón de Green Gourmet, el 12% (11 encuestas) prefiere la ensalada Deli Quinoa, el 11% (10 encuestas) prefiere la Waldrof Salad, el 10% (9 encuestas) prefiere Spinach Salad, 10% (9 encuestas) prefiere Ensalada Caprese, 9% (8 encuestas) prefiere Gourmet Fruit Salad, otro 9% (8 encuestas) prefiere Ensalada de Garbanzo, y 9% (8 encuestas) ensalada multicolor.

Tabla 21

Pregunta 5 – De mercado Green Gourmet

5. De las siguientes variedades bebidas ¿cuál compraría para su combo?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Chicha	15	16%
b	Infusiones	16	17%
c	Agua mineral con/sin gas embotellada	41	45%
d	Free Tea Limón Light	11	12%
e	Coca – Cola Zero	5	5%
f	Inka – Cola Zero	4	4%
Total		92	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

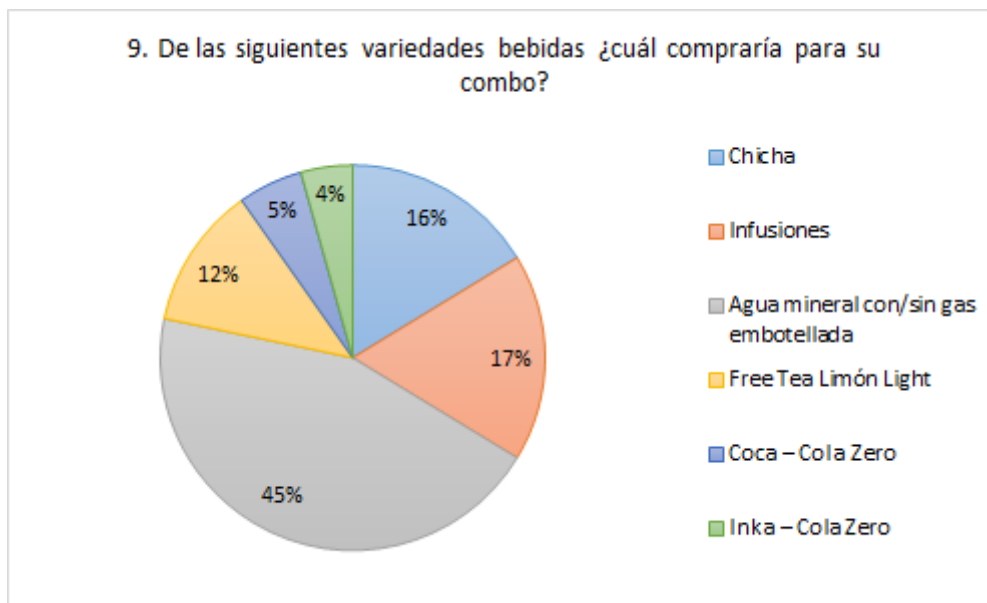


Figura 77. Pregunta, N° 5 – De mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 5 – De Mercado Green Gourmet

El 45% (41 encuestas) compraría agua mineral con/sin gas embotellada para su combo de ensalada Green Gourmet, el 17% (16 encuestas) infusiones, 16% (15 encuestas) chicha, 12% (11 encuestas) Free tea limón light, 5% (5 encuestas) Coca-Cola Zero, y 4% (4 encuestas) Inka cola Zero.

Tabla 22

Pregunta 6 – Frecuencia de compra.

6. ¿Con qué frecuencia semanal consumiría este tipo de ensaladas?

	Respuesta	Cantidad	%
a	Una vez	21	23%
b	Dos veces	42	46%
c	Tres veces	19	21%
d	Cuatro veces	6	7%
e	Cinco veces	3	3%
f	Más de cinco veces	1	1%
Total		92	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

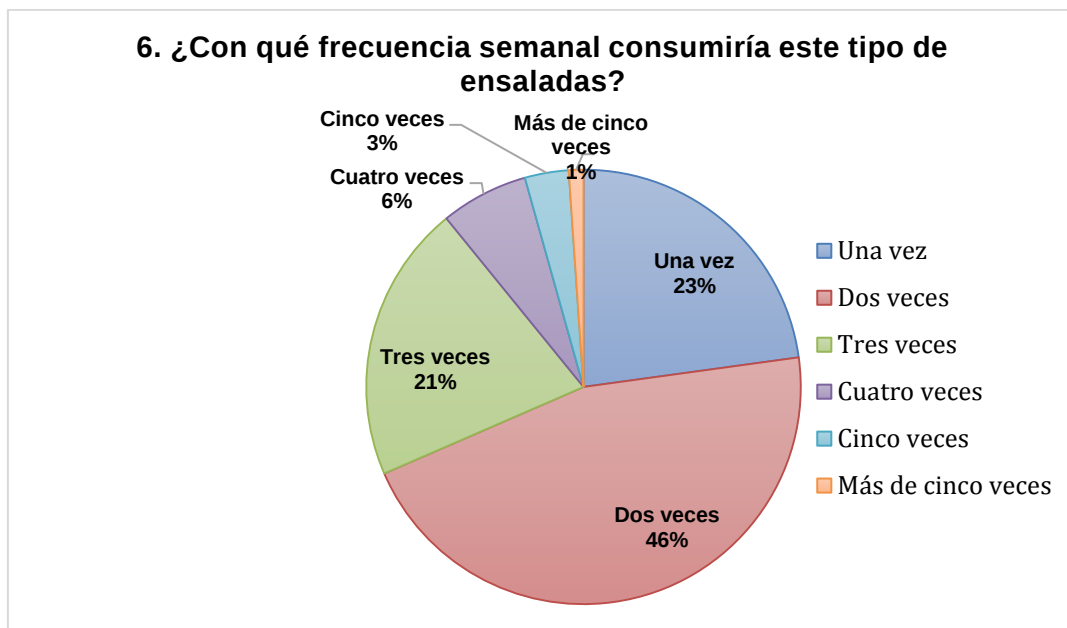


Figura 78. Pregunta, N°6 – Mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 7 – Mercado Green Gourmet

El 46% (42 encuestas) consumiría dos veces a la semana las ensaladas Green Gourmet, el 23% (21 encuestas) una vez a la semana, 21% (19 encuestas) tres veces a la semana, 7% (6 encuestas) cuatro veces a la semana, 3% (3 encuestas) cinco veces a la semana y 1% (1 encuesta) más de cinco veces a la semana.

Tabla 23

Pregunta 7 – Medio de comunicación Green Gourmet.

7. ¿A través de qué canales le gustaría enterarse de este producto? - RM

	Respuesta	Cantidad	%
a	Vallas publicitarias	60	19%
b	Página web (internet)	25	8%
c	Facebook/Instagram (Redes Sociales)	85	26%
d	Internet (banners, etc.)	75	23%
e	Volantes	55	17%
f	Afiches	12	4%
g	Alianza con tarjeta de Crédito / Débito	11	3%
	Total	323	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

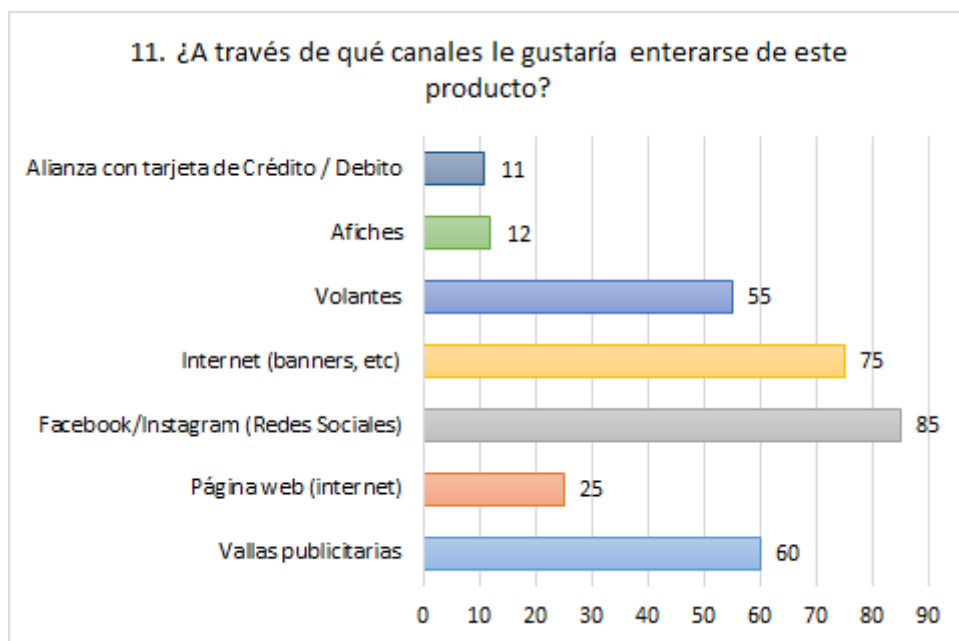


Figura 79. Pregunta, N°7 – Medio de comunicación Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 7 – Medio de comunicación Green Gourmet

El 26% le gustaría enterarse a través de redes sociales del producto, el 23% por internet, el 19% por vallas publicitarias, el 17% por volantes, 8% por página web, 4% a través de afiches y 3% por medio de alianzas con tarjeta de crédito/débito.

Tabla 24

Pregunta 8 – Canal Green Gourmet

8. ¿Dónde compraría Green Gourmet? Solo una respuesta.

Respuesta	Cantidad	%
a Supermercados	15	16%
b Patio de comida	37	40%
c Tiendas por conveniencia (ej. Tambo)	12	13%
d Restaurantes o cafeterías de comida saludable	16	17%
e De un ambulante	8	9%
f Ninguna de las anteriores	4	4%
Total	92	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

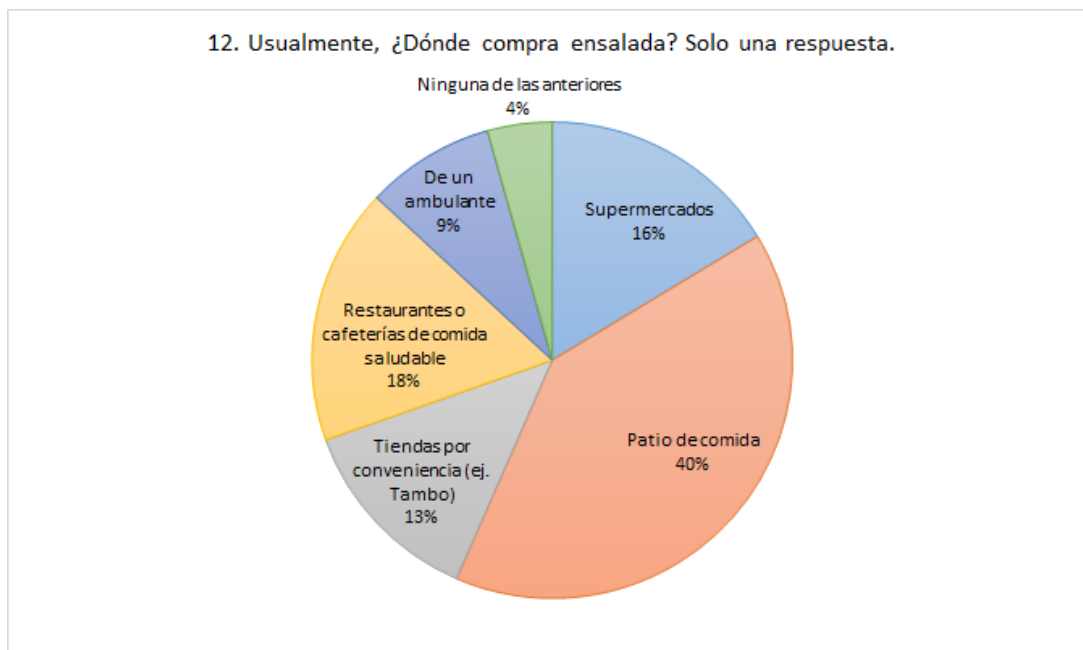


Figura 80. Pregunta, N°8 – Mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 8 – Canal Green Gourmet

El 40% (37 encuestas) compraría el producto en el patio de comida, el 17% (16 encuestas) en restaurantes o cafeterías de comida saludable, 16% (15 encuestas) en supermercados, 13% (12 encuestas) en tiendas por conveniencia, 9% (9 encuestas) de ambulante, y 4% (4 encuestas) ninguna de las anteriores.

Tabla 25

Pregunta 9 – Precio Pregunta 1.

9. Si selecciono una las ensaladas: Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)

	Rpta	Cantidad	%
a	S/ 33	4	13%
b	S/ 30	6	19%
c	S/ 27	15	47%
d	S/ 25	4	13%
e	S/ 22	3	9%
Total		32	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

9. Spinach Salad, Ensalada con Salmon o Deli Quinoa. ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

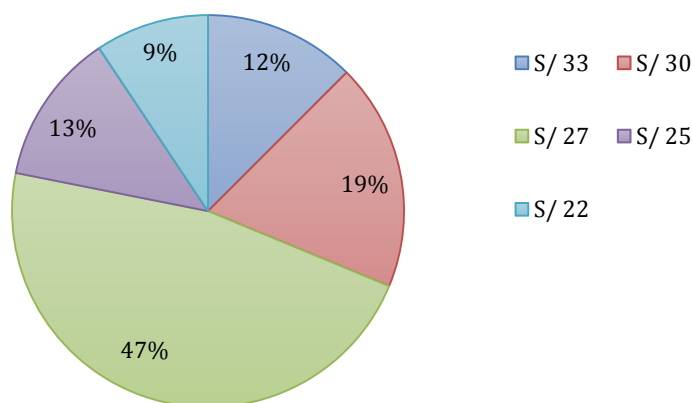


Figura 81. Pregunta, N°9 – Precio grupo 1 – Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 9 – Precio grupo 1

El 47% (15 encuestas) pagaría 30 soles por cualquiera de los siguientes productos Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa. El 19% (6 encuestas) pagaría 32 soles, 12% (4 encuestas) 35 soles, 13% (4 encuestas) 28 soles y 9% (3 encuestas) 25 soles.

Tabla 26

Pregunta 10 – Precio grupo 2.

10. Si selecciono una las ensaladas: Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)

	Rpta	Cantidad	%
a	S/ 28	1	6%
b	S/ 25	2	12%
c	S/ 22	10	59%
d	S/ 19	3	18%
e	S/ 16	1	6%
Total		17	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

10. Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor.
¿Qué precio pagaría por la ensalada?

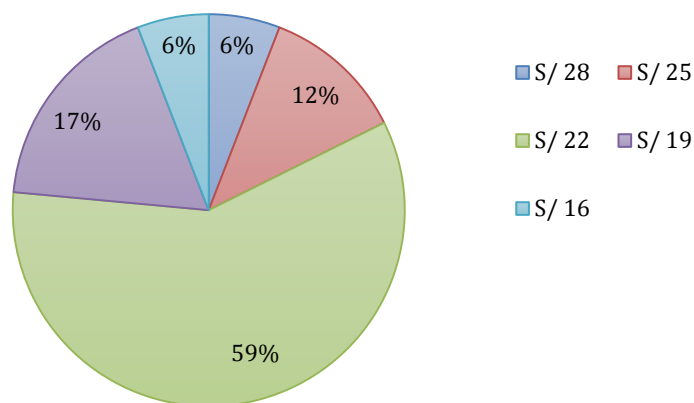


Figura 82. Pregunta, N°10 – Precio grupo 2 – Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 10 – Precio grupo 2

El 59% (10 encuestas) pagaría 25 soles por una Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor, el 18% (3 encuestas) 23 soles, 12% (2 encuestas) 27 soles, 6% (1 encuesta) 30 soles y otro 6% (1 encuesta) 20 soles.

Tabla 27

Pregunta 11 – Precio grupo 3.

11. Si selecciono una las ensaladas: Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)

	Rpta	Cantidad	%
a	S/ 22	1	4%
b	S/ 20	3	11%
c	S/ 18	19	68%
d	S/ 16	4	14%
e	S/ 14	1	4%
Total		28	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

11. Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo. ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

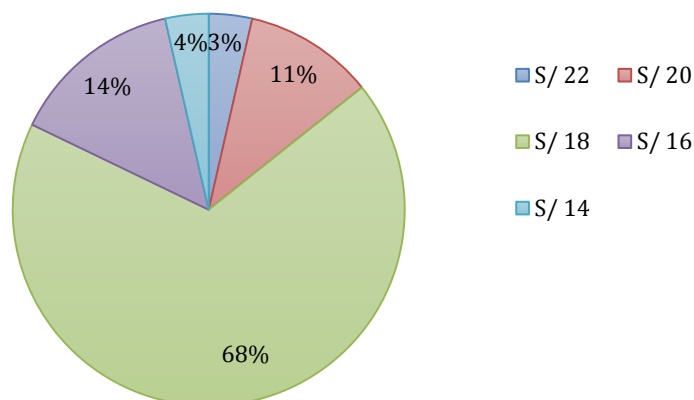


Figura 83. Pregunta, N°11 – Precio grupo 3 – Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 11 – Precio grupo 3

El 68% (19 encuestas) pagaría 20 soles por Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo. El 14% (4 encuestas) pagaría 18 soles, el 11% (3 encuestas) pagaría 22 soles, 4% (1 encuesta) 25 soles y 4% (1 encuesta) 15 soles.

Tabla 28

Pregunta 12 – Precio grupo 4.

12. Si selecciono una las ensaladas: Deli Mixta o Gourmet Fruit. ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

	Rpta	Cantidad	%
a	S/ 19	1	7%
b	S/ 15	1	7%
c	S/ 11	9	60%
d	S/ 7	2	13%
e	S/ 3	2	13%
Total		15	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

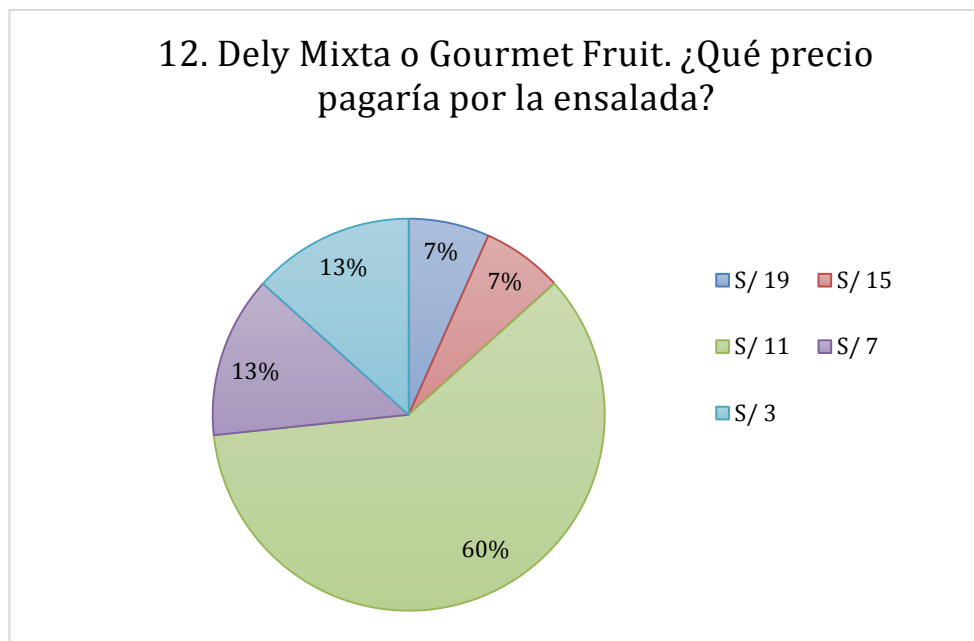


Figura 84. Pregunta, N°12 – Mercado Green Gourmet.

Adaptado del Estudio de mercado de este documento.

Interpretación Pregunta 12 – Precio grupo 4

El 60% (9 encuestas) pagaría 15 soles por una ensalada Deli Mixta o Gourmet Fruit. El 13% (2 encuestas) 13 soles, otro 13% (2 encuestas) 10 soles, 7% (1 encuesta) 20 soles y otro 7% (1 encuesta) 17 soles.

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

El mercado potencial está conformado por la población que cumple con los criterios de segmentación; es decir, está conformado por las personas (hombres y mujeres) de 25 a 65 años de edad de los NSE A, B y C1 que van a centros comerciales de los distritos de San Isidro, San Borja y Surco.

Asimismo, se ha considerado como población a los visitantes de los centros comerciales (patio de comida) seleccionados como canal para el proyecto. En tal sentido se ha utilizado los datos de los últimos seis años de los centros comerciales en el Perú del 2016 y 2018 en los informes publicados por la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento en el Perú (Accep).

Tabla 29

Población histórica de las visitas por centro comercial seleccionado.

VISITANTES POR AÑO

Centro Comercial	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Crecimiento
Jockey Plaza	12,428,965	12,993,918	13,276,394	13,445,880	14,123,824	14,406,300	
VAR%	0	4.55%	2.17%	1.28%	5.04%	2.00%	3.01%
Real Plaza	0	0	10,504,380.00	10,744,380.00	10,981,476.00	11,400,000.00	
VAR%	0	0.00%	0.00%	2.28%	2.21%	3.81%	2.77%
RAMBLA	7,180,320.00	7,243,080.00	7,476,000.00	8,330,400.00	8,676,000.00	9,000,000.00	
VAR%	0	0.87%	3.22%	11.43%	4.15%	3.73%	4.68%
Patio de Comidas Begonias	1,680,000.00	1,824,000.00	1,920,000.00	2,040,000.00	2,223,600.00	2,412,000.00	
VAR%	0	8.57%	5.26%	6.25%	9.00%	8.47%	0.75%

Nota. Adaptado de informe de los Centros Comerciales en el Perú 2016 y 2018, la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento en el Perú (Accep).

Considerando el crecimiento promedio por centro comercial, se proyecta las visitas:

Tabla 30

Visitas proyectadas por centro comercial seleccionado.

PROYECCIÓN DE VISITAS

Centro Comercial	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jockey Plaza	14,839,583	15,285,898	15,745,636	16,219,201	16,707,009	17,209,489	17,727,081
Real Plaza	11,715,500	12,039,732	12,372,938	12,715,364	13,067,268	13,428,911	13,800,562
RAMBLA	9,421,227	9,423,543	9,425,860	9,428,177	9,430,495	9,432,813	9,435,132
Patio de Comidas Begonias	2,430,118	2,448,371	2,466,762	2,485,291	2,503,959	2,522,768	2,541,718
Total	38,406,428	39,197,545	40,011,195	40,848,034	41,708,731	42,593,980	43,504,492

Nota: Elaboración Propia.

Luego se opera con el porcentaje de nivel Socio-Economico (A, B y C1) y edad (25 a 65 años) en funcion de la información según APEIM e INEI.

Tabla 31
Distribución de niveles socioeconómicos según APEIM 2018.

NSE					
Ítem	Centro Comercial	NSE A	NSE B	NSE C1	A + B + C1
1	Jockey Plaza	22%	46.20%	12.0%	80.20%
2	Real Plaza Salaverry	7.4%	54.80%	18.0%	80.20%
3	RAMBLA San Borja	2%	36.20%	42.0%	80.20%
4	Patio de Comidas Begonias	0.2%	65.00%	15.0%	80.20%

Nota. Adaptado de Niveles socioeconómicos 2018, por APEIM.

Tabla 32
Porcentaje de edades por Centro Comercial.

Edad		
Ítem	Centro Comercial	Total 25 a 65 años
1	Jockey Plaza	57.49%
2	Real Plaza Salaverry	55.19%
3	RAMBLA San Borja	54.79%
4	Patio de Comidas Begonias	52.09%

Nota. Adaptado de Boletín Especial N° 21, por el INEI.

Aplicando dichos porcentajes de NSE y edad se obtiene el siguiente mercado potencial en personas:

Tabla 33
Mercado - potencial, En visitas

Mercado Potencial						
Ítem	Centros Comerciales	2020	2021	2022	2023	2024
1	Jockey Plaza	6,568,753	6,766,315	6,969,818	7,179,442	7,395,371
2	Real Plaza	5,185,876	5,329,397	5,476,891	5,628,466	5,784,237
3	RAMBLA	4,139,816	4,140,834	4,141,852	4,142,870	4,143,889
4	Patio de Comidas Begonias	1,015,285	1,022,912	1,030,595	1,038,337	1,046,136
TOTAL		16,909,731	17,259,458	17,619,157	17,989,116	18,369,632

Nota: Elaboración Propia.

4.2.2. Estimación del mercado disponible.

Según se muestra el mercado disponible del presente documento están formado por las personas que definitivamente sí o sí consumen ensaladas, dicha información se obtuvo de la encuesta.

Tabla 34
Porcentaje de personas que consume ensaladas.
P1. Consume ensaladas

Ítem	Respuesta	Cantidad	%
1	Definitivamente sí	30	24%
2	Sí	76	62%
3	Tal vez (Terminar)	11	9%
4	No (Terminar)	4	3%
5	Definitivamente no (Terminar)	2	2%
Total		123	100.00%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Utilizando todos los porcentajes de visitas (personas) las cuales definitivamente sí o si consume ensalada (86%) obtenemos nuestro mercado disponible:

Tabla 35
Mercado disponible del proyecto

Mercado Disponible						
Ítem	Centros Comerciales	2020	2021	2022	2023	2024
1	Jockey Plaza	5,660,877	5,831,133	6,006,510	6,187,162	6,373,247
2	Real Plaza	4,469,129	4,592,814	4,719,922	4,850,548	4,984,789
3	RAMBLA	3,567,647	3,568,524	3,569,401	3,570,278	3,571,156
4	Patio de Comidas Begonias	874,961	881,534	888,155	894,827	901,548
TOTAL		14,572,614	14,874,004	15,183,989	15,502,815	15,830,740

Nota: Elaboración Propia.

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

Para determinar el mercado efectivo primero se considera las personas que han contestado que “definitivamente si” y “si” consumirían ensaladas Green Gourmet, las cuales son 92 personas.

Tabla 36
Aceptación del producto.
P3. ¿Consumiría las ensaladas Green Gourmet?

Ítem	Respuesta	Cantidad
1	Definitivamente Sí	17
2	Sí	75
3	Tal vez (terminar)	7
4	No (terminar)	4
5	Definitivamente no (terminar)	3
Total		106

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Para poder hallar el mercado efectivo por grupos de ensaladas se ha considerado las preferencias resultantes en la encuesta, teniendo los siguientes resultados:

Tabla 37

Pregunta 4 - Preferencias

Ítem	Grupos	Cantidad
1	Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	32
2	Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	17
3	Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	28
4	Deli Mixta o Gourmet Fruit	15
Total		92

Nota. Estudio de mercado del proyecto. Elaboración Propia.

Con lo que cual se procede a utilizar la siguiente fórmula para poder hallar el mercado efectivo por grupos de ensaladas.

M. E. por grupo de ensalada

$$= \frac{\text{Personas que eligieron el grupo de ensalada}}{\text{Marco muestral}} \times \text{Mercado Disponible}$$

Considerando que el marco muestral es igual a 106 y que el primer grupo tiene 32 personas que lo han elegido, se puede hacer el siguiente cálculo:

$$M. E. \text{ por grupo de ensalada } 1 = \frac{32}{106} \times 20\,333\,502 = 6\,138\,416 \text{ personas}$$

Siguiendo el mismo paso año por año, se obtiene el siguiente mercado efectivo por cada grupo de ensalada:

Tabla 38

Preferencias por ensaladas - Mercado efectivo de este mismo documento, por grupo de ensaladas.

Grupos de ensaladas	2020	2021	2022	2023	2024
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	234,407	312,543	390,678	390,678	390,678
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	124,529	166,038	207,548	207,548	207,548
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	205,106	273,475	341,843	341,843	341,843
Deli Mixta o Gourmet Fruit	109,878	146,504	183,130	183,130	183,130
TOTAL	673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

4.2.4. Estimación del mercado objetivo.

Para determinar el mercado objetivo se ha tomado como criterio la capacidad operativa, para poder determinarla se ha considerado como actividad crítica, el servicio de atención

en los puntos de venta de los patios de comida, el cual tendrá en promedio una duración de 4.5 minutos, como se puede observar a continuación:

Tabla 39
Capacidad operativa de atención de ensaladas.
Tiempo de atención promedio

Item	Actividad por línea	Tiempo Min
1	Cola para elección de ensalada	0.8
2	Elección de ensalada	0.2
3	Armado en plato	1.3
4	Armado de fuente con bebida cubiertos y servilleta	0.3
5	Cola para pagar caja	0.3
6	Pago de caja con efectivo o tarjeta (1)	1.0
7	Entrega de fuentes	0.2
8	Otros (2)	0.5
Total minutos promedio por Ensalada		4.50
	Ensaladas por hora por línea	13.0
	Ensaladas por día por línea (jornada de 12 horas)	156
	Líneas de atención - Año 1	3
	Líneas de atención - Año 2	4
	Líneas de atención - Año 3 a 5	5
	Ensaladas por total de líneas por día - Año 1	468
	Ensaladas por total de líneas por día - Año 2	624
	Ensaladas por total de líneas por día - Año 3 a 5	780

Nota: Se toma el tiempo máximo. Estudio de mercado de este mismo documento.

Elaboración Propia

De la misma manera haciendo un cálculo de tiempos promedios se obtiene que la atención promedio por cada persona sería de 4.5 minutos por línea, dando un total de 13 ensaladas por línea, Considerando que se atienden 12 horas disponibles y que existen 3 líneas, se calcula que se puede despachar 468 ensaladas por día en el primer año, 624 ensaladas por día en el segundo año, 780 ensaladas por día en el tercer año.

Dicha capacidad se compara contra la demanda del mercado efectivo, que se calcula de multiplicar el mercado efectivo por 1, dado que se asume que cada visita es igual al consumo de una ensalada, por tanto la demanda de dicho mercado (efectivo) será de 17 457 460 en el año 1, de 17 860 730 al año 2 y de 19 139 013 al año 5. Si dicha demanda se lleva al día a día es de 48 492 en año 1 y de 53 164 en año 5. Finalmente, la demanda del mercado efectivo por local es de 12 123 ensaladas en año 1, 12 403 en año 2, 12691 en año 3, 12 987 en año 4 y 13 291 en año 5. Dicha demanda se compara contra la

capacidad operativa calculada inicialmente y se obtiene la siguiente participación, que va de 3.86% (año 1) a 3.52% (año 5).

Tabla 40
Capacidad operativa.

Capacidad Operativa					
	2020	2021	2022	2023	2024
Mercado Efectivo	17,457,460	17,860,730	18,275,192	18,701,175	19,139,013
M.E. por meses	1,454,788.30	1,488,394	1,522,933	1,558,431	1,594,918
M.E. por días	48,492.94	49,613	50,764	51,948	53,164
M.E. por local	12,123	12,403	12,691	12,987	13,291
Ensaladas por día	468	624	780	780	780
C.O. vs M.E. por día	3.86%	5.03%	6.15%	6.01%	5.87%
% Capacidad	3.86%	5.03%	6.15%	6.01%	5.87%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

Considerando la tabla anterior se obtiene el siguiente mercado objetivo (en personas por tipo de ensaladas):

Tabla 41
Mercado Objetivo – por tipo de ensaladas.

Mercado Objetivo						
Ítem	Distritos	2020	2021	2022	2023	2024
1	M.O. Por Capacidad operativa	3.86%	5.03%	6.15%	6.01%	5.87%
Mercado Objetivo - por tipo de ensaladas						
Ítem	Grupos de ensaladas	2020	2021	2022	2023	2024
1	Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	234,407	312,543	390,678	390,678	390,678
2	Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	124,529	166,038	207,548	207,548	207,548
3	Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	205,106	273,475	341,843	341,843	341,843
4	Deli Mixta o Gourmet Fruit	109,878	146,504	183,130	183,130	183,130
TOTAL		673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

4.2.5. Frecuencia de compra.

Considerando que los mercados están en número de visitas, en consulta con administración de los centros comerciales indican que de 10 personas que visitan entre 6 a 7 pasan por el patio de comidas. Por ello se asume que la frecuencia es de 6.5 visitas y siendo una posible venta cada una de las visitas.

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.

Considerando la frecuencia de compra es de 1 ensalada por visita, y la cantidad de ensaladas en el mismo nivel (6.5), se obtiene que la demanda por cada grupo de ensaladas es como se muestra:

Tabla 42

Demanda por grupo de ensaladas.

Demanda por consumo

Nro.	Grupos de Ensaladas	2020	2021	2022	2023	2024
1	Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	152,365	203,153	253,941	253,941	253,941
2	Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	80,944	107,925	134,906	134,906	134,906
3	Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	133,319	177,759	222,198	222,198	222,198
4	Deli Mixta o Gourmet Fruit	71,421	95,228	119,035	119,035	119,035
Total		438,048	584,064	730,080	730,080	730,080

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

4.2.7. Estacionalidad.

La estacionalidad se ha tomado con los resultados de la pregunta 13

Tabla 43

P13 ¿En qué mes del año come más ensaladas y comida saludable?

Respuesta: %

a) Enero – Marzo	20%
b) Abril – Junio	30%
c) Junio – Septiembre	20%
d) Octubre – Diciembre	30%
Total	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Considerando el porcentaje por grupo de meses de la tabla anterior, se obtiene la siguiente estacionalidad por mes:

Tabla 44
Estacionalidad mensual

Mes	Respuesta %	%
Enero	20%	6.57%
Febrero		6.57%
Marzo		6.57%
Abril	30%	10.00%
Mayo		10.00%
Junio		10.00%
Julio	20%	6.57%
Agosto		6.57%
Septiembre		6.57%
Octubre	30%	10.00%
Noviembre		10.00%
Diciembre		10.00%
Total	100%	100.00%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado.

El programa de ventas se calculará en unidades por tipo de ensalada y bebida, dichos porcentajes se obtienen de la pregunta 4 y 5 del mercado de Green Gourmet (Encuesta).

Tabla 45
Preferencia por tipo de ensalada.
4. De nuestro menú. ¿Señale cuál es la que más probablemente compraría?

Respuesta	%
Deli Mixta	8%
Spinach salad	10%
Gourmet fruit salad	9%
Deli Quinoa	12%
Ensalada Caprese	10%
Ceaser Salad	11%
Ensalada Salmon	13%
Waldrof Salad	11%
Ensalada de Garbanzo	9%
Ensalada Multicolor	9%
Total	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia

Las cuales agrupadas tienen la siguiente preferencia:

Tabla 46
Preferencia por grupos de ensaladas.
Ensaladas

Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	35%
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	18%
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	30%
Deli Mixta o Gourmet Fruit	16%
Total ensaladas	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Asimismo, las bebidas tienen la siguiente preferencia

Tabla 47
Bebidas con preferencia.
5. De las siguientes variedades bebidas ¿cuál compraría para su combo?

Respuesta	%
1.- Chicha	16%
2.- Infusiones	17%
3.- Agua mineral con/sin gas embotellada	45%
4.- Free Tea Limón Light	12%
5.- Coca – Cola Zero	5%
6.- Inka – Cola Zero	4%
Total	100%

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Con lo cual se obtendrá la programación de ventas mensual (anexo 5), también se obtendrá la consolidación anual en el siguiente cuadro:

Tabla 48
Programa de ventas anual en unidades.

PROGRAMA DE VENTAS ANUAL						
	%	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda Total		438,048	584,064	730,080	730,080	730,080
Ensaladas						
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	35%	152,365	203,153	253,941	253,941	253,941
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	18%	80,944	107,925	134,906	134,906	134,906
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	30%	133,319	177,759	222,198	222,198	222,198
Deli Mixta o Gourmet Fruit	16%	71,421	95,228	119,035	119,035	119,035
Total ensaladas		438,049	584,065	730,080	730,080	730,080
Bebidas						
Chicha	16%	71,421	95,228	119,035	119,035	119,035
Infusiones	17%	76,182	101,576	126,970	126,970	126,970
Agua mineral con/sin gas embotellada	45%	195,217	260,289	325,362	325,362	325,362
Free Tea Limón Light	12%	52,375	69,834	87,292	87,292	87,292
Coca – Cola Zero	5%	23,807	31,743	39,678	39,678	39,678
Inka – Cola Zero	4%	19,046	25,394	31,743	31,743	31,743
Total bebidas		438,048	584,064	730,080	730,080	730,080

Nota. Estudio de mercado de este mismo documento. Elaboración Propia.

Por otro lado, para el programa de ventas valorizado en soles se ha considerado la siguiente estructura de precios de acuerdo a las preguntas 9, 10, 11 y 12 del cuestionario (Ver detalle del cálculo en Anexo 4):

Tabla 49
Estructura de precios.

Concepto	PV consumidor	Precio de venta	IGV	Valor venta
Ensaladas				
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 27.0	S/.27.00	S/.4.12	S/.22.88
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 22.0	S/.22.00	S/.3.36	S/.18.64
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 18.0	S/.18.00	S/.2.75	S/.15.25
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 11.0	S/.11.00	S/.1.68	S/.9.32
Bebidas				
Chicha	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Infusiones	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Free Tea Limón Light	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Coca – Cola Zero	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Inka – Cola Zero	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12

Nota: Elaboración Propia.

Considerando dicho valor de venta por canal de distribución de la tabla anterior, se obtiene el siguiente presupuesto de ventas (ver detalle mensual en anexo 6)

Tabla 50
El programa de ventas en soles.

Año	2020	2021	2022	2023	2024
Ensaladas	S/7,694,802	S/10,260,036	S/12,824,817	S/12,824,817	S/12,824,817
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/3,486,295	S/4,648,439	S/5,810,446	S/5,810,446	S/5,810,446
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/1,509,051	S/2,012,217	S/2,515,271	S/2,515,271	S/2,515,271
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/2,033,695	S/2,711,624	S/3,389,461	S/3,389,461	S/3,389,461
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/665,761	S/887,756	S/1,109,639	S/1,109,639	S/1,109,639
Bebidas	S/928,081	S/1,237,436	S/1,546,767	S/1,546,767	S/1,546,767
Chicha	S/151,309	S/201,763	S/252,191	S/252,191	S/252,191
Infusiones	S/161,403	S/215,212	S/269,008	S/269,008	S/269,008
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/413,593	S/551,466	S/689,326	S/689,326	S/689,326
Free Tea Limón Light	S/110,975	S/147,953	S/184,932	S/184,932	S/184,932
Coca – Cola Zero	S/50,441	S/67,246	S/84,064	S/84,064	S/84,064
Inka – Cola Zero	S/40,360	S/53,797	S/67,246	S/67,246	S/67,246
Total (soles) sin IGV	S/8,622,882	S/11,497,472	S/14,371,584	S/14,371,584	S/14,371,584
Total (soles) con IGV	S/10,175,001	S/13,567,017	S/16,958,469	S/16,958,469	S/16,958,469

Nota: Elaboración Propia.

4.3. Mezcla de marketing

4.3.1. Producto.

Descripción.

Consiste en la elaboración y venta de ensaladas saludables tipo gourmet a gusto del cliente y está dirigido a la ciudad de Lima Metropolitana, específicamente a la población flotante y residente de San Isidro, San Borja y Surco.

Se ofrecerá diez tipos de ensaladas y seis tipos de bebidas, cada ensalada incluye aliños a selección del cliente. A continuación, se describen los productos “Green Gourmet”:

Tabla 51

Bebidas.

1.- Chicha

2.- Infusiones

3.- Agua mineral con/sin gas embotellada

4.- Free Tea Limón Light

5.- Coca – Cola Zero

6.- Inka – Cola Zero

Nota: Elaboración propia.

Tabla 52

Ensaladas.

1.- DELI MIXTA

80g Lechuga Americana; 30g tomates; 30g pepino; 30g de huevo de codorniz; 20g cebolla; 30g Choclo; 30g Queso Fresco; Aliño (Sal, Pimienta blanca, Aceite de oliva virgen y vinagre); 150g Filete de Pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección



2.- SPINACH SALAD

100 gr Espinaca; 30 gr Manzana; 30 gr Pasas; 45 gr Queso Paria; 45 gr Nueces; Aliño (Aceite de oliva virgen, Vinagre, Miel, Sal y Pimienta negra molida); 150g Salmon a la parrilla + Bebida s/.2.5 a elección



3.- GOURMET FRUIT SALAD

100gr Plátano; 100gr Kiwi; 100gr Melocotón; 100gr Papaya ;100gr Rodajas de piña; Salsa Especial (Limón, miel y azúcar) + Bebida s/.2.5 a elección



4.- DELI QUINOA

100 gr quinoa (Blanca, roja y negra); 30gr cebolla; 10gr Perejil fresco; 30gr Queso Fresco; 30gr Tomate Cherry; 15gr Pimiento rojo; 15gr Pimiento Amarillo; 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Limón, Pimiento y Sal); 150gr Trucha a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección



5.- ENSALADA CAPRESE

80gr Albaca; 80gr Tomate Italiano; 55gr Queso Fresco; 35gr Pecanas; 50Mlts (Limón, vinagre y Aceite de oliva virgen); 150gr de Chuleta deshuesada de cerdo + Bebida s/.2.5 a elección



6.- CEASER SALAD

100gr Lechuga Americana; 30gr lonjas de tocino crocante; 30gr queso parmesano rallado grueso; 30gr cubos de pan (baguete, ciabatta y marraqueta); 30gr Palta Fuerte; 30gr Tomate Italiano

50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Paprika, Sal, Pimienta Blanca y Limón); 150gr Filete de pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección



7.- ENSALADA CON SALMON

100gr de láminas de salmón ahumado; 50gr Queso Fresco; 30gr cucharadas de ciboulette picado; 100gr Lechugas Mixtas (Hojas verdes y verdes); 50gr Tomates de cóctel en rodajas; 20gr Eneldo Gourmet; 50Mlts Aliño (Limón, Sal, Pimienta Negra y Yogurt Griego) + Bebida s/.2.5 a elección



8.- WALDORF SALAD

100gr Lechuga Americana; 50gr manzanas Granny Smith (También se puede utilizar Fuji y Golden); 50gr de pecanas; 25gr corazón de apio; 25gr de Pasas Negras; 50Mlts Aliño (Mayonesa, Limón, Sal y Pimienta Negra); 150gr Lomo de Cerdo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección



9.- ENSALADA DE GARBANZO

30gr de Cebolla; 30gr pimiento rojo; 30gr pimiento verde; 100 g de garbanzos cocidos; 30gr de tomates cherry; 150gr de Filete de Atún a la parrilla; 30gr Aceitunas; 50Mlts de aliño (Limón, Sal, Pimienta negra y Aceite de oliva virgen) + Bebida s/.2.5 de elección



10.- ENSALADA MULTICOLOR

20gr de Garbanzos; 20gr de Arvejas; 20gr de Brócoli cocida al vapor; 20gr de Coliflor cocida al vapor; 10gr Apio finamente picado; 30gr de Zanahoria cocida y picada en bastones; 30gr Tomates cherry; 30gr Huevos de codorniz cocidos y pelados 70gr de Lechuga Hidropónica; 50 Mlts Aliño (mayonesa, mostaza, perejil, Sal y pimienta); 150gr de Filete de lomo fino a la parrilla + Bebida s/.2.5 de elección



Nota: Elaboración propia.

Nombre del producto y Logo.

El logo propuesto está compuesto por las características del producto, como las verduras y frutas que puede llevar una ensalada.

El nombre del producto es “Green Gourmet” en color azulino sobre un fondo de blanco con verduras y frutas en colores naranja, rojo y verde en dos tonalidades. Los colores del logo son vibrantes y hacen referencia a naturaleza y salud.

Los colores elegidos tienen los siguientes significados subjetivos:

- Verde: naturaleza, frescura, medio ambiente, esperanza
- Naranja: enérgico, tierra, otoño, salud y vitalidad
- Rojo: calidez, amor
- Azul: calma, tranquilidad, confianza
- Blanco: pureza, limpieza, salud, paz



Figura 85. Logo Green Gourmet.

Elaboración propia.

Empaque.

Los envases serán de plástico transparente y serán del proveedor Galvanotek (Brasil) con más de 25 años de experiencia en el rubro y contando con altos estándares de calidad (ISO9001, FSSC 22000, Carbono Neutro, etc.).

Los envases serán tanto para comer en patio de comidas como para llevar, por lo que cuentan con tapa. Asimismo, se brindará un envase pequeño con tapa para los aliños y cubiertos de plástico en una bolsa cerrada.



Figura 86. Envase de ensalada, aliño y cubiertos.

Elaboración propia.

Etiqueta.

El envase contendrá la etiqueta de la marca la cual tendrá lo siguiente:

- El logotipo “Green Gourmet”
- Información de contacto de la empresa: redes sociales y página web.
- Ingredientes.
- Cantidad de calorías.
- El origen y procedencia (País).
- Contacto: web (pagina) y redes sociales.
- Un código en barra.

4.3.2. Precio.

Competencia

Para determinar el precio del producto, en primer lugar, se realizó un análisis de precios de la competencia de las principales marcas de ubicadas dentro de un patio de comidas y las que venden comida saludable.

Como se observa en la siguiente tabla, los competidores que se encuentran en el patio de comida en su mayoría son fast food y tiene en promedio un precio promedio de 25.65 soles, mientras que los restaurantes de comida saludable tienen un precio promedio de 24.75 soles. Los precios se han calculado en base a sus principales productos y en el caso de las marcas de comida saludable en base a sus precios de ensaladas.

Adicional a ello, se realizó un benchmarking para poder tener una imagen en comparación con la competencia directa e indirecta de nuestro producto. Donde también se pudo comparar los precios de la competencia.

Tabla 53
Precio de los competidores.

Empresa	Producto	Precio promedio
Marcas en patios de comida		S/. 25.64
KFC	Pollo crisper, Nuggets, etc.	S/. 16.00
Pizza Hut	Pizza	S/. 32.00
Burger King	Hamburguesas	S/. 16.00
Chinawok	Comida China	S/. 25.00
Papa Johns	Pizza	S/. 34.00
Bembos	Hamburguesas	S/. 18.00
Popeyes	Pollo frito, salchipapa, etc.	S/. 22.00
Mr. Sushi	Sushi, makis, etc	S/. 36.00
Taco Bell	Tacos	S/. 23.00
Sanurya	Comida saludable: ensaladas, bowls	S/. 35.00
Subway	Sándwiches	S/. 25.00
Marcas de comida saludable		S/. 24.75
Quinoa Café	Comida saludable: ensaladas, bowls	S/. 25.00
Raw Café		S/. 29.00
Pickadeli		S/. 25.00
Va bien		S/. 20.00

Nota. Elaboración propia, según la página web de la marca / redes sociales.

Estudio de mercado

Se consideró el precio del valor de venta de acuerdo a la encuesta realizada, calculándose en el precio (se tomó la media) ponderado a raíz de los resultados (Anexo 4), los cuales determinan los siguientes precios por producto:

Tabla 54

Precio al público de acuerdo la encuesta y su resultado.

Concepto	PV consumidor	IGV	Valor venta
Ensaladas			
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 30.0	S/.4.58	S/.25.42
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 25.0	S/.3.81	S/.21.19
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 20.0	S/.3.05	S/.16.95
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 15.0	S/.2.29	S/.12.71
Bebidas			
Chicha	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12
Infusiones	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12
Free Tea Limón Light	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12
Coca – Cola Zero	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12
Inka – Cola Zero	S/. 2.5	S/.0.38	S/.2.12

Nota: Investigación de mercados de este mismo documento. Elaboración Propia.

Costos de producción

Se considera que los precios de producción son los que se muestran en la tabla 58, a los cuales se tendría que sumas los costos fijos que aproximadamente son un 50% de los costos de producción, por lo que el costo del producto iría de 12.6 a 16 soles aproximadamente. En la parte financiera se realizará una presentación detallada de costos:

Tabla 55

Costo de insumos más MOD por tipo de ensalada Green Gourmet.

ENSALADA - BEBIDA	Costo
Deli Mixta	S/. 4.70
Spinach salad	S/. 7.23
Gourmet fruit salad	S/. 2.68
Deli Quinoa	S/. 6.87
Ensalada Caprese	S/. 5.70
Ceaser Salad	S/. 7.07
Ensalada Salmon	S/. 11.71
Waldrof Salad	S/. 6.56
Ensalada de Garbanzo	S/. 4.70
Ensalada Multicolor	S/. 5.69
Chicha	S/. 0.30
Infusiones	S/. 0.30
Agua Mineral	S/. 0.90
Free te limon light	S/. 1.10
Coca cola Zero	S/. 0.90
Inca cola zero	S/. 0.80

Nota: Elaboración Propia.

El detalle de cada insumo por tipo de ensalada se encuentra en el Anexo 7.

Estrategia de precios.

La estrategia de precios que se usará para el proyecto es la de **estrategia de alto valor**, la cual indica que es un producto de calidad alta (por su sabor e insumos) con un precio medio, el cual ha sido determinado por los potenciales consumidores a través de la investigación de mercados del proyecto.

Tabla 56
Estrategia de precios

		Precio		
		Alto	Medio	Bajo
Calidad del Producto, servicios, atención personal, etc.)	Alta	Estrategia de recompensa	Estrategia de alto valor	Estrategia de súper-valor
	Media	Estrategia de margen excesivo	Estrategia de valor medio	Estrategia de buen valor
	Baja	Estrategia de robo	Estrategia de falsa economía	Estrategia de economía

Nota. Adaptado de Relación Calidad-Precio, por Jaume.

4.3.3. Plaza.

De acuerdo al estudio de mercado realizado y a las características del producto se realizará **una estrategia de distribución directa** a través de los patios de comida de centros comerciales, por donde la empresa llegará al cliente.

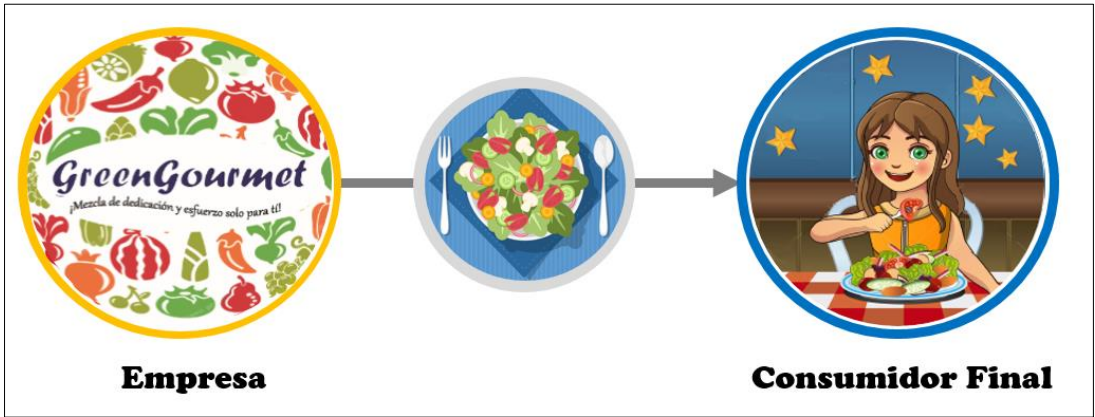


Figura 87. Distribución directa del proyecto.

Elaboración propia.

Se utilizará la estrategia de distribución también llamada **estrategia selectiva** debido a que se pondrá **el producto en patios de comidas cercanos a los distritos objetivos**, además es uno de los canales con mayor afluencia y contar con mayor preferencia en la encuesta (pregunta 8).

Los centros comerciales seleccionados para el proyecto son:

- Patio de Comidas – Las Begonias.

Dirección: Calle Las Begonias 705, San Isidro



*Figura 88.*Ubicación patio de comida Las Begonias.

Adaptado de Google Maps.



*Figura 89.*Patio de comidas Las Begonias.

Adaptado de Google Maps.

- Real Plaza Salaverry – Jesús María

Ubicación del patio de comidas: cuarto piso.

Dirección: Av. Gral. Salaverry 2370, Jesús María.



*Figura 90.*Ubicación C.C Real Plaza Salaverry.

Adaptado de Google Maps.



*Figura 91.*Patio de comidas C.C Real Plaza Salaverry.

Adaptado de Google Maps.

- C.C. La Rambla – San Borja

Ubicación del patio de comidas: segundo piso.

Dirección: Av. Javier Prado Este 2050, San Borja.



*Figura 92.*Ubicación C.C. La Rambla – San Borja.

Adaptado de Google Maps.



*Figura 93.*Patio de comidas C.C La Rambla – San Borja.

Adaptado de Google imágenes.

- C.C. Jockey Plaza – Surco

Ubicación del patio de comidas: segundo piso.

Dirección: Av. Javier Prado Este 4200, Santiago de Surco.



Figura 94. Ubicación C.C. Jockey Plaza.

Adaptado de Google Maps.



Figura 95. Patio de comidas C.C. Jockey Plaza.

Adaptado de Tripadvisor.

4.3.4. Promoción.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.

Se realizará una promoción (campaña) de apertura que durara un mes y contara con lo siguiente:

1. Página web

Se creará una página web que brinde información (contacto, ubicación, misión, etc.) de la empresa y sus productos, así como imágenes y contenido de cada producto. También incluirá la opción de que el usuario pueda mandar mensaje a la empresa desde la página web.

Con el fin de dar mayor visibilidad a nuestra página web se hará lo siguiente:

- Diseño web.

Para ello se contratará un diseñador web que creará un diseño atractivo para nuestro mercado objetivo, también adicionar todas las imágenes e información requerida y crear el contenido web con puntos clave (palabras) que darán a la página web visibilidad en las primeras búsquedas del navegador Google, Yahoo! y Bing.

- Publicidad en internet (Google Adwords).

Usaremos el Google Adwords para mejorar generar visitas en la página web y con ello una mayor visibilidad en los navegadores.

El costo por los servicios anteriormente mencionados se muestra a continuación:

Tabla 57

Promoción por página Web Green Gourmet

Servicio	Costo
Diseño web	S/. 1,500
Google Adwords	S/. 200
Total	S/. 1,700

Nota: Elaboración Propia.

2. Redes sociales (Facebook e Instagram)

Se aperturaran cuentas de Facebook e Instagram con el nombre “Green Gourmet”, en los cuales se brindara una interacción con los futuros clientes y fidelizarlos. Dichas redes sociales servirán para informar a los usuarios de la empresa y sus productos, así como fomentar una alimentación saludable en base de ensaladas ricas y nutritivas.

Para poder obtener likes y presencia en las redes sociales ya indicadas, se contratara en los anuncios directos (usuario de interés) a través de Facebook e Instagram con la ventaja de que su costo es flexible.

Tabla 58

Publicidad por redes sociales (Facebook e Instagram).

Concepto	Detalle
Duración (semanas)	4
Costo por semana	S/. 200
Total	S/. 800

Nota: Elaboración Propia.

3. Cupón de cortesía por inauguración

Como campaña de lanzamiento que se regalará un cupón de cortesía para una ensalada “Green Gourmet” y tendrá las siguientes condiciones:

- Solo podrá usarse durante la primera semana de inauguración.
- Se dará máximo 20 cupones por días en cada punto de venta.
- El cupón no incluye bebida.
- El cupón es transferible, por lo que el beneficiado debe guardar correctamente el cupón.
- Se agradece si los beneficiados dejan sus comentarios y fotos de su experiencia en las redes sociales de Green Gourmet.

Los cupones se entregarán en cada punto de venta; es decir, en los cuatro patios de comidas de los centros comerciales: Real Plaza, Jockey Plaza, La Rambla y patio de comida de Las Begonias.

El máximo de cupones a entregar por día es de 20 y solo será efectivo durante la semana de inauguración de Green Gourmet. Asimismo, los cupones se entregarán cada día durante la primera semana. El cupón solo es válido para una ensalada y no incluye bebida.

Tabla 59

Cupones de cortesía por inauguración

Cupón de una ensalada gratis*	S/. 2,100
Puntos de venta de Green Gourmet**	1
Total	S/. 2,100

Nota: Elaboración Propia.

*Stock por día de 20 unidades

**Patio de comidas de Jockey Plaza, Rambla, Real Plaza, y Patio de comidas Las Begonias

4. Utilizar Influencers

Se utilizara la llegada masiva a posibles clientes a través de influencers de nacionalidad peruana que se recomiendan y muestran lo que degustan en sus redes sociales, dichos influencers son conocidos como “foodies”. De acuerdo con la noticia de Perú 21 (2018), los foodies peruanos más importantes son:

- Los placeres culinarios: tiene más de 42 mil seguidores en Facebook y 3,856 en Instagram.
- Gula entre dos:’ posee más de 18 mil seguidores en Facebook y 5,313 en Instagram.
- K0cina: alberga a más de 14 mil seguidores en Facebook y 5 mil en Instagram
- Lima la linda: registra más de 12 mil seguidores en Facebook y 3,082 en Instagram.
- Lima à la carte: tiene 12 mil seguidores en Facebook y 13,800 mil en Instagram.

- A comer: tiene 2 millones de seguidores en Facebook y 49 seguidores en Instagram.
- Derecho a comer: tiene 10,500 seguidores en Facebook y casi 3 mil seguidores en Instagram.
- La gastronauta: tiene más de 14 mil seguidores en Facebook y 13 mil en Instagram.
- Sexyfoodperu: tiene 5 mil seguidores en Facebook y 3 mil en Instagram.

Para el presente proyecto se ha seleccionado a los foodies “La Lima Linda” y “A comer” por ser influencers de comida con gran aceptación y disposición a probar comidas saludables.

Se enviará invitaciones a dichos foodies para que asista uno en la segunda semana de lanzamiento y otro en la tercera semana de lanzamiento.

La finalidad de invitar a los foodies es que ellos lo posteen imágenes y recomienden el producto en sus redes sociales.

Tabla 60
Publicidad por influencers (foodies)
Concepto

Cantidad de influencers (foodies)*	2
Costo unitario de ensalada	S/. 15
Cantidad de ensaladas de cortesía**	2
Total	S/. 60

Nota: Elaboración Propia.

*Lima La Linda; A comer

**Incluye bebida

5. Samplin de producto - Degustación

Se hará samplin del producto en el mismo centro comercial donde se encuentra Green Gourmet: Real Plaza, Jockey Plaza, La Rambla y patio de comida de Las Begonias. También se aprovechará los edificios empresariales que se encuentra alrededor de los centros comerciales Debido a que dicha degustación se puede realizar en las cafeterías de los edificios con plena coordinación con la administración de los mismos. Todo eso se debe realizar en las horas de refrigerio, con el fin de interrumpir las labores de las empresas.

El samplin del producto tratara en que una anfitrión(a) ubicada en un módulo cerca, en cafeterías de edificio empresariales o en el mismo patio de comidas que dará pequeñas porciones de los diferentes tipos de ensalada de Green Gourmet. Asimismo, entregará volantes dípticos informativos.

Tabla 61
Prueba de producto.

Concepto	Cantidad	Costo	Total
Porción de ensalada al día (insumos)	100	S/. 10.0	S/. 1,000
Materiales:			
Dípticos impresos (ciento)	2	S/. 80	S/. 160
Anfitriona	1	S/. 150	S/. 150
Indumentaria para anfitriona (mandil y gorro)	1	S/. 11	S/. 11
Stand (módulo)	1	S/. 450	S/. 450
Envases	100	S/. 3	S/. 250
Servilletas (paquete)	5	S/. 4	S/. 20
Cubiertos (tenedores)	100	S/. 2	S/. 150
Total activación			S/. 2,191
Puntos de activación según punto de venta			4
Veces por punto de activación*			2
Total de prueba de producto por campaña de lanzamiento			S/. 17,524

Nota: Elaboración Propia.

6. Volanteo (material impreso)

Se realizara un volanteo de informativos sobre las ensaladas Green Gourmet e información de la marca en de los puntos de ventas; es decir, en los cuatro centros comerciales seleccionados. El volanteo se realizará todo el mes de lanzamiento y solo será una vez por tienda, distribuyéndose equitativamente por semana.

Tabla 62
Volanteo.

Concepto	Cantidad	Costo	Total
Material impreso (ciento)	2	S/. 80	S/. 160
Repartidor(a)	1	S/. 150	S/. 150
Indumentaria para repartidor(a) (polo con logo)	1	S/. 9	S/. 9
Total de actividad de volanteo			S/. 159
Puntos de volanteo según punto de venta			4
Veces por distrito*			4
Total de volanteo			S/. 2,544

Nota: Elaboración Propia.

A continuación, se presenta el cronograma y presupuesto total de la campaña de lanzamiento:

Tabla 63
Cronograma de campaña de lanzamiento.
Campaña de lanzamiento Mes 1

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
----------	----------	----------	----------

Página web	x	x	x	x
Facebook e Instagram	x	x	x	x
Inauguración	x			
Publicidad por Influencers		x	x	
Prueba del producto		x	x	
Volanteo	x		x	

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 64

Presupuesto de campaña de apertura.

Tipo de actividad	Cantidad	UM	Duración	Costo unitario por duración	Costo total
Via Página web	1	servicio	1 mes	S/. 1,700	S/. 1,700
Facebook e Instagram	2	anuncio	4	S/. 800	S/. 1,600
Inauguración	140	cupón de cortesía	1 semana	S/. 15	S/. 2,100
Publicidad via Influencers	2	Cupón	2	S/. 30	S/. 60
Samplin del producto	4	ubicación según C.C. seleccionados	2	S/. 4,381	S/. 17,524
Volantero	4	ubicación según C.C. seleccionados	4	S/. 636	S/. 2,544
Total Campaña de lanzamiento					S/. 25,528

Nota: Elaboración Propia.

4.3.4.2. Promoción a lo largo del proyecto.

La promoción tiene como objetivo posicionar a la marca Green Gourmet, así como los beneficios de una alimentación saludable. Según el resultado de la pregunta de la encuesta realizada, se ha seleccionado los siguientes medios: Redes sociales (Facebook, Instagram) y volanteo. Por ello, se harán otras actividades como activaciones de samplin de producto.

A continuación, se muestran las actividades a realizar por año:

Tabla 65

Actividades de Promoción a lo largo de los 5 años.

Actividad	Año 1	Año 2 al 5
Internet	- Publicidad en Facebook e Instagram. - Publicar recetas y consejos para una alimentación saludable. - Publicar las ventajas de Green Gourmet. - Google Adwords. - Contacto con influencers (foodies)	- Publicidad en Facebook e Instagram. - Publicar recetas y consejos para una alimentación saludable. - Publicar las ventajas de Green Gourmet. - Se invertirá Google Adwords.
Presencial	- Prueba de producto. - Volanteo	- Prueba de producto. - Volanteo

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 66

Presupuesto de Promoción para el año 1.

Tipo de actividad	Cantidad	UM	Veces al año	Costo unitario	Costo total
-------------------	----------	----	--------------	----------------	-------------

Página web	1	servicio	3	S/. 200	S/. 600
Facebook e Instagram	1	anuncio	12	S/. 120	S/. 1,440
Publicidad por Influencers	2	sorteo	3	S/. 60	S/. 360
Prueba del producto	3	lugar	2	S/. 2,191	S/. 13,143
Volanteo	4	lugar	2	S/. 2,544	S/. 20,352
Total año 1					S/. 35 895

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 67

Presupuesto de Promoción años de 2 al 5.

Tipo de actividad	Cantidad	UM	Veces al año	Costo unitario	Costo total
Google Adwords	1	servicio	3	S/. 200	S/. 600
Facebook e Instagram	4	anuncio	12	S/. 120	S/. 5,760
Activaciones (Prueba de producto)	3	lugar	1	S/. 2,191	S/. 6,572
Volanteo	3	lugar	1	S/. 2,544	S/. 7,632
Total Año 2 al 5					S/ 20 564

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 68

Cronograma de Promoción año 1.

Promoción durante el año 1	Año 1											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Página web	S/. 200				S/. 200				S/. 200			
Facebook e Instagram	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/.120	S/. 120	S/. 120
Publicidad por Influencers				S/. 120			S/. 120				S/. 120	
Prueba del producto				S/. 6,571			S/. 6,572					
Volanteo		S/. 10,176									S/. 10,176	
Total	S/. 320	S/. 10,296	S/. 120	S/. 6,812	S/. 320	S/. 120	S/. 6,812	S/. 120	S/. 320	S/.120	S/. 10,416	S/. 120

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 69

Cronograma de promoción para los años del 2 al 5.

Promoción durante los años de 2 al 5	Año 2 al 5											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Google Adwords	x				x				x			
Facebook e Instagram	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x
Activaciones (Prueba de producto)				x								
Volanteo											X	

Nota: Elaboración Propia.

4.3.4.3. Campaña de descuento.

Se creará una campaña de descuento en base a cantidad de visitas (ensalada comprada (s) que se contabilizarán por medio de una cartilla de consumo, la cual tendrá como criterio:

- Al completar las 6 visitas (cartilla completa), tendrá derecho a escoger una ensalada de nuestro portafolio.
- La contabilización de visitas en la cartilla será personal.
- Solo se contabilizará en la cartilla una visita diaria.

Capítulo V: Estudio legal y Organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria.

Se ha elegido la forma societaria de “Sociedad Anónima Cerrada” (S.A.C), por lo que la razón social de la empresa es “ENSALADAS SALUDABLES S.A.C.”

Las principales características de la forma jurídica elegida, según Ley General de Sociedades - Ley 26887, es que la empresa no puede cotizar sus acciones en la Bolsa de Valores, puede decidir si suprimir el directorio si los socios lo desean. Asimismo, existe la posibilidad de representación mediante terceros en la junta de accionistas, y tiene responsabilidad limitada; es decir, el patrimonio de la empresa no afecta el patrimonio personal de los socios.

A pesar de que no existe un capital social mínimo obligatorio por ley, se ha considerado un capital de S/.300 000 (trescientos mil soles y 00/100), representado por 10 mil acciones de un valor nominal de S/. 30 (treinta soles) cada una. Dicho aporte de capital será pago íntegramente mediante depósito en efectivo a una cuenta bancaria a nombre de la empresa. El monto de capital se aportará equitativamente entre los socios de la empresa y se conforma de la siguiente forma:

Tabla 70

Conformación de la Empresa.

N°.	Accionista	Participación
1.-	Alpas Lobatón, Raúl Jaime	20%
2.-	De la Torre Velasco, Rogelio	20%
3.-	Memenza Ccaccya, Salomón	20%
4.-	Ochoa Sanchez, Paola	20%
5.-	Pinedo Bustamante, Oswaldo	20%

Nota: Elaboración Propia.

5.1.1.1. Actividades.

1. Escoger un nombre o razón social para la empresa
2. Encontrar y reservar el nombre de la empresa en Registros Públicos (SUNARP)
3. Creación de minuta
4. Elevar minuta a escritura pública (ante notario)
5. Inscribir escritura pública en Registros Públicos
6. Inscripción al RUC para Personas Jurídicas.

5.1.1.2. Valorización.

Tabla 71

Costo de creación de la empresa.

N°	ACTIVIDADES	DETALLES	TIEMPO	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
1	Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	Oficina registral SUNARP	20-30 minutos	S/. 5.00		S/. 5.00
2	Reserva de nombre	Reserva del nombre por 30 días	30 días hábiles	S/. 20.00		S/. 20.00
3	Elaboración de minuta	Elaboración de minuta en notaria	2 días hábiles	S/. 480.00		S/. 566.40
4	Inscribir escritura pública en Registros Públicos	Registro ante SUNARP realizado por la notaria	30 días hábiles	S/. 90.00		S/. 90.00
5	Obtención del RUC	Registro ante SUNAT	1 día hábil	S/. 0.00		S/. 0.00
Total				S/. 595.00	S/.86.40	S/. 681.40

Nota: Adaptado de portal del Estado Peruano [Gob.pe] actualizado al 02 de Mayo del 2019.

(*) La Notaría Vettori– Av. Aviación 3340 – San Borja. Elaboración Propia.

5.1.2. Registro de marcas y patentes.

Se registrara la marca “Green Gourmet” para lo cual se deberá buscar ante registros de INDECOPI que no exista otra marca similar y después se realizara a su registro.

5.1.2.1. Actividades.

Pasos a seguir para realizar una inscripción ante INDECOPI, conforme al portal indecopi.gob.pe:

1. Búsqueda de marca en Indecopi
2. Si la marca no presenta ninguna similitud a otra, iniciar proceso de solicitud de registro de marca.
3. Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (Anexo 3).
4. Señalar cuál es el símbolo que desea registrar. Si tiene o contiene elementos de Figuras, se tiene que adjuntar su reproducción (tres copias de un aproximado de 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores, si se desea cubrir los colores del mismo).
5. Indicar directamente cual es el producto, servicio o que actividad económicas que se quiere anotar, también la clase o clases a la cual pertenecen (Clasificación de Niza).

6. Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT S/. 4200 al 2019) por cada una de las clase(s) solicitada(s). La cantidad debe ser cancelada en la Caja del mismo INDECOPI.
7. Una vez culminado los tramites y después de transcurrido el tiempo indicado que le tomara a INDECOPI hacer el trámite, la entidad reguladora brindara la orden de publicación a Gaceta Electrónica de INDECOPI de publicar el registro de marca. La Gaceta Electrónica reemplazó a la publicación del periódico oficial El Peruano desde Junio del 2017 con el Decreto Supremo N° 071-2017-PCM y es una herramienta gratuita.

5.1.2.2. Valorización.

Tabla 72
Costo del registro de una marca.

N°	ACTIVIDADES	DETALLES	TIEMPO	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
1	Búsqueda fonética en INDECOPI ¹	Ante INDECOPI	1 día hábil	S/. 35.28		S/. 35.28
2	Búsqueda de antecedentes figurativos en INDECOPI ²		1 día hábil	S/. 43.68		S/. 43.68
3	Registro de marca ³		Máximo de 180 días	S/. 583.80		S/. 583.80
Total				S/.662.76		S/. 662.76

Nota. Adaptado de portal del Estado Peruano [Gob.pe] actualizado al 02 de Mayo del 2019 y del portal de INDECOPI.

⁽¹⁾ es el 0.84% de una UIT

⁽²⁾ es el 1.04% de una UIT

⁽³⁾ es el 13.9% de una UIT

⁽⁴⁾ es el UIT 2019 = S/. 4200

5.1.3. Licencias y autorizaciones.

5.1.3.1. Actividades.

Licencia municipal de funcionamiento de Ate (tomado de la página Web):

- Llenar formulario y presentar formato
- Presentar Vigencia de poder en caso se trate de persona Jurídica o ente colectivo, si es persona natural representada, se requerirá carta poder con firma legalizada.

- Considerar cartilla de Seguridad o plan de Seguridad en Defensa Civil (para establecimientos de 500 m² a 600 m²).
- Pago de Derecho.

5.1.3.2. Valorización.

El costo correspondiente para la licencia de funcionamiento para un local de más de hasta 600 m² es 2.9083% de la UIT (S/. 4200), equivalente a S/. 122.15 soles, con un plazo de emisión de 7 días hábiles.

5.1.4. Legislación laboral.

La empresa se acogerá al régimen laboral general de la actividad privada (Decreto Legislativo N° 708, aprobado por el Decreto Supremo N° 003-97-TR). Las características de este régimen son:

Tabla 73

Beneficios del Régimen Laboral General

CONCEPTO	DETALLE
Remuneración Mínima Vital	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital. Actualmente es de S/ 930 soles.
Jornada máxima de trabajo	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo.
Derecho al refrigerio	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.
Descanso semanal obligatorio	
Licencia pre-natal y post natal	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso postnatal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.
Licencia por paternidad	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo
Vacaciones truncas	Son vacaciones truncas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones truncas como meses efectivos haya laborado. Para que perciba ese beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.
Vacaciones	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
Jornada nocturna	Considerada como tal 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.
Compensación por tiempo de servicios (CTS)	Una remuneración mensual, 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 media remuneración por cada oportunidad.
Seguro de salud	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.
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.
Utilidades	10% de la renta neta obtenida por las empresas, tengan más de 20 trabajadores en su planilla.

Nota. Adaptado de “Derecho Laboral de los Trabajadores” (RM N° 205-2014-TR) por el MTPE (Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo.). Elaboración propia.

Bajo el presente régimen se deberá inscribir a los trabajadores con una renta de la 5ta categoría en planilla electrónica PLAME, la cual es obligatoria desde Noviembre del 2011 con base legal en Resolución de Superintendencia N° 032-2015/SUNAT.

5.1.4.1. Actividades.

1. Inscribir a los trabajadores en planilla en la SUNAT. Este paso se hace en la página web de la SUNAT (www.sunat.gob.pe)

2. Inscribir a los trabajadores al Seguro Social de Salud (ESSALUD).

5.1.4.2. Valorización.

No existe un costo para inscribir a los trabajadores o para acogerse al régimen laboral general de la actividad privada. Sin embargo, sí hay para la legalización del libro de planilla, cuyo costo es 1 % de UIT (S/. 4200) por cada 100 hojas equivalente S/. 42 soles.

5.1.5. Legislación tributaria.

Esta legislación tributaria a la que se acogerá la empresa es el Régimen General (RG) del Decreto Legislativo N° 972. Se pueden acoger a dicho régimen personas con negocio y personas jurídicas que desarrollan actividades que constituyan negocio habitual. Las ventajas de dicho régimen son:

- Puedes desarrollar cualquier actividad sin límite de ingresos.
- Puedes emitir todo tipo de comprobantes de pago.
- En caso se tengan pérdidas económicas en un año, se pueden descontar de las utilidades de los años posteriores, pudiendo llegar al caso de no pagar Impuesto a la Renta de Regularización.

5.1.5.1. Actividades.

1. Llenar el formulario de la SUNAT para solicitar el número de RUC (el trámite puede ser presencial o por internet).
2. Cuando se tramita la obtención del RUC se selecciona la opción del régimen tributario a acogerse la empresa, en el presente caso se seleccionará el Régimen General (RG).
3. Esperar notificación de activación del número RUC correspondiente.
4. Solicitar código de usuario y clave SOL para realizar los trámites por internet.
5. Comprar los comprobantes de pago (boleta o facturas) con el número RUC correspondiente para la empresa.
6. Afiliarse al Programa de Libros Electrónicos (PLE) desde el portal web de la Sunat, en la sección "Sunat operaciones en línea-Oficina virtual".

5.1.5.2. Valorización.

- Impuesto General a las Ventas (IGV) de 18%
- Impuesto a la renta correspondiente es 29.5%
- Compra de comprobantes de pago:

Tabla 74

Costo de impresiones

N°	ACTIVIDADES	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
1	Impresión de facturas (Millar)	S/.169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
2.	Impresión de Boletas (millar)	S/. 67.79	S/. 12.21	S/ 80.00
3.	Impresión de Guías de Remisión (millar)	S/.169.49	S/. 30.51	S/ 200.00
Total		SI. 406.77	SI. 73.23	SI. 480.00

Nota. Adaptado de cotización con Grupo Gráfico R&L S.A.C, Jr. Callao 465, lima.

Elaboración propia

5.1.6. Otros aspectos legales.

5.1.6.1. Actividades.

Certificado de Defensa Civil

1. Solicitar una inspección técnica a la Oficina de Defensa Civil de la Municipalidad Distrital.
2. Llenar formato a solicitud.
3. Presentar cartilla de seguridad y/o plan de seguridad en Defensa Civil (incluye plano de Evacuación y señalización a escala 1/100).
4. Presentar plano de ubicación, plano de distribución del centro de operaciones, plano de instalaciones eléctricas, plano de instalaciones sanitarias.
5. Presentar recibo de pago: original o copia legalizada, efectuada en la Cuenta del Banco de la Nación con el código de inspección técnica correspondiente.
6. Esperar 15 días para la resolución.

Autorización del ministerio de salud

El Ministerio de Salud (MINSA) a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), dispone normas de sanidad que las empresas o personas deben cumplir en la fabricación, envasar y comercialización determinados productos con el fin de proteger la salud de los consumidores. Estas normas tienen base en la Ley N° 26842 del 20/07/97 Ar t. 91° y D.S. N° 007-98-SA del 25/09/98 Ar t. 105°.

Inscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano:

1. Presentar a la DIGESA el formulario de Declaración Jurada de Registro sanitario de alimentos y bebidas
2. Resultado de los análisis físicos, químicos y microbiológicos del producto terminado, confirmando su aptitud de acuerdo a la normatividad sanitaria vigente, otorgado por un laboratorio acreditado por Instituto Nacional de la

Calidad (INACAL) o del laboratorio de control de calidad de la fábrica y firmado por un profesional certificado.

3. Certificado de Libre Comercialización o similar o Certificado Sanitario emitido por la Autoridad Competente del país de origen, en original o copia refrendado por el consulado respectivo, cuando el alimento o bebida sea importado.
4. Rotulado de los productos etiquetados.
5. Los Alimentos y Bebidas de regímenes especiales, deberán señalar sus propiedades nutricionales, acompañando el correspondiente análisis bromatológico practicado por laboratorio acreditado por INDECOPI.
6. Comprobante de Pago de Derecho de Trámite (10% de UIT).
7. Para la solicitud del análisis fisicoquímicos y microbiológicos, se sigue los siguientes pasos, enviar un documento en forma física o vía correo electrónico a atencionalcliente.cncc@ins.gob.pe dirigido al Director General del CNCC /INS con la siguiente información

A. Datos de la empresa:

- 1) Nombre de la empresa o área, domicilio legal de la empresa (cuando corresponda). El caso de solicitar el servicio de muestreo, indicar la dirección del lugar de muestreo y persona de contacto.
- 2) Número de teléfono, número de RUC (cuando corresponda), correo electrónico.
- 3) Nombre de la persona de contacto y su cargo.

B. Datos del Servicio:

- 4) Nombre, concentración y presentación del producto.
- 5) Ensayos a realizar.
- 6) Farmacopea (receta – composición) y edición a la cual se acoge o adjuntar la técnica analítica propia del fabricante (TLO) y especificaciones técnicas (en caso fuera necesario), en formato Adobe Acrobat (PDF)

5.1.6.2. Valorización.

Se puede observar el costo del certificado de Defensa Civil y de las autorizaciones sanitarias a continuación:

Tabla 75

Costo de otros aspectos legales

N°	ACTIVIDADES	DETALLES	TIEMPO	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Defensa Civil						
1	Certificado de Inspección Técnica Básica de Seguridad en Defensa Civil ⁽¹⁾	Ante oficina de Defensa Civil de la Municipalidad de Ate	7 días hábiles	S/. 172.20		S/. 172.20
DIGESA						
2	Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano (DIGESA) ⁽²⁾	Ante DIGESA	7 días hábiles	S/. 390.00		S/. 390.00
3	Análisis fisicoquímicos y microbiológicos	Realizado por la empresa FS Certificaciones S.A.C.	5 días hábiles	S/. 466.10	S/. 83.90	S/. 550.00
Total				S/. 1,028.30	S/. 83.90	S/. 1,112.20

Nota. Adaptado de INDESI, DIGESA y FS Certificaciones.

(*)15.45% de UIT,10% de UIT.

5.1.7. Resumen de Capítulo.

Tabla 76

Costo estudio legal

N°	ACTIVIDADES	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Constitución de empresa				
1	Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	S/. 5.00	S/. 0.00	S/. 5.00
2	Reserva de nombre	S/. 20.00	S/. 0.00	S/. 20.00
3	Minuta a escritura pública	S/. 480.00	S/. 86.40	S/. 566.40
4	Inscribir escritura pública en Registros Públicos	S/. 90.00	S/. 0.00	S/. 90.00
5	Obtención del RUC	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Registro de marca				
7	Búsqueda fonética en INDECOPI	S/. 35.28	S/. 0.00	S/. 35.28
8	Búsqueda de antecedentes figurativos en INDECOPI	S/. 43.68	S/. 0.00	S/. 43.68
9	Registro de marca	S/. 583.80	S/. 0.00	S/. 583.80
Licencia de funcionamiento				
10	Licencia de Funcionamiento - Ate	S/. 103.52	S/. 18.63	S/. 122.15
Legislación Laboral				
11	Legalización de planilla (100 hojas)	S/. 35.59	S/. 6.41	S/. 42.00
Régimen Tributario				
12	Impresión de facturas (Millar)	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
13	Impresión de Boletas (millar)	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
14	Impresión de Guías de Remisión (millar)	S/.169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
Defensa Civil - Municipal				
14	Certificado de Inspección Técnica Básica de Seguridad en Defensa Civil	S/. 172.20	S/. 0.00	S/. 172.20
15	Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano (DIGESA)	S/. 390.00	S/. 0.00	S/. 390.00
16	Análisis fisicoquímicos y microbiológicos	S/. 466.10	S/. 83.90	S/. 550.00
Total		S/. 2,831.95	S/. 265.56	S/. 3,100.51

Nota. INDECOPI / SUNARP / Municipalidad de Ate y otros. Elaboración Propia

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

Para este documento se utilizará el siguiente organigrama:

—

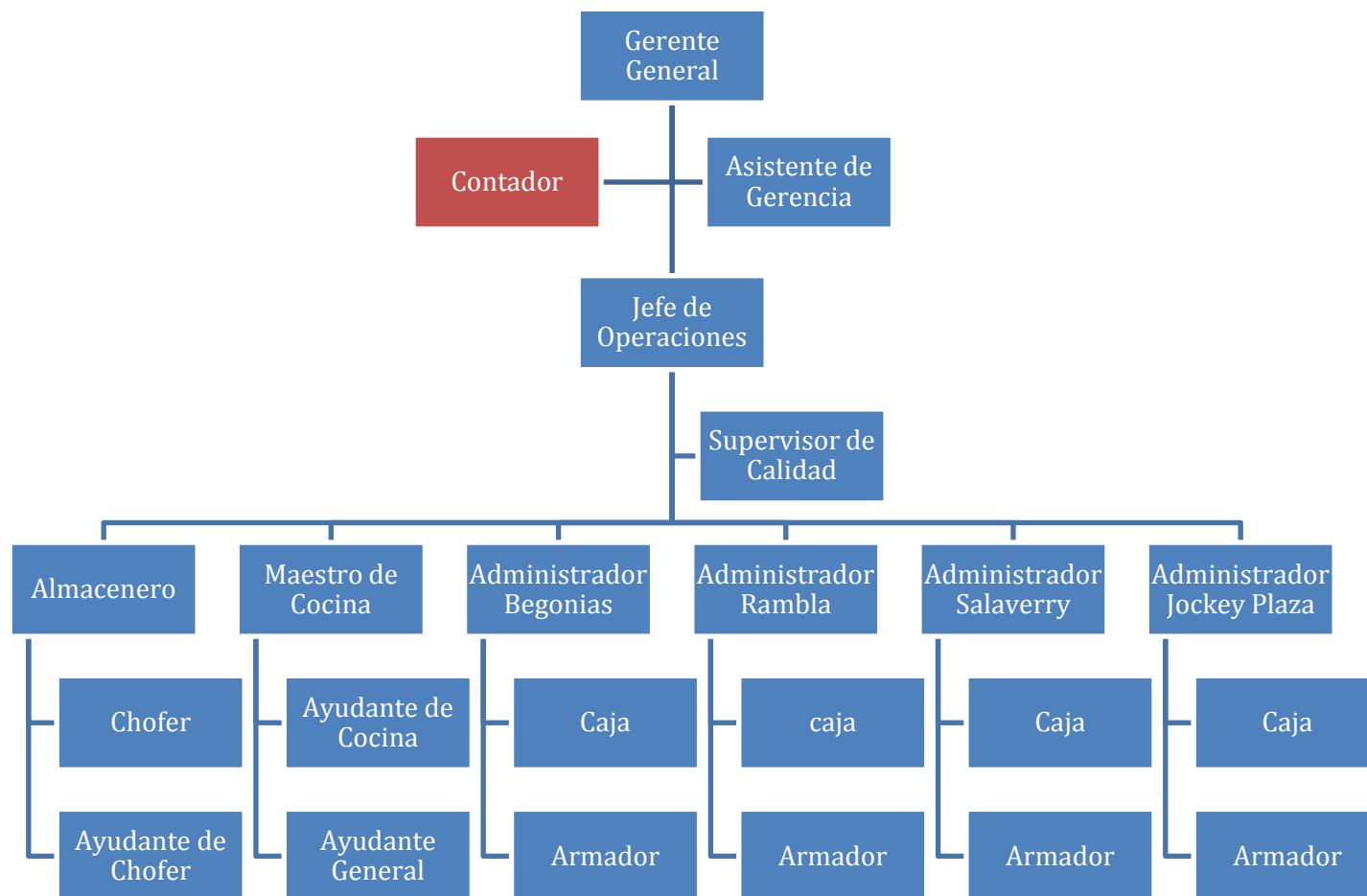


Figura 96.Organigrama.

Elaboración propia.

Servicio tercerizado.

Se procederá a tercerizar lo siguiente:

- **El área de contabilidad**

Se obtendrá el servicio de la empresa Servinterg para que se encargue de la contabilidad de la empresa como registrar, archivar y realizar la documentación adecuada ante la SUNAT. El costo por dicho servicio es de 560 soles mensual.

5.2.2. Descripción de puestos de trabajo.

El puesto de trabajo se observa a continuación:

Tabla 77

Descripción de los puestos - Gerente general.

Descripción y Perfil del Puesto 1

Nombre del Puesto	Gerente General		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Titulo	Profesión
Educación	Universitaria	Titulado	Ingeniero de Alimentos, Ingeniero Industrial o a fines con conocimiento en Administración de Empresas.
Nivel de Experiencia	4 años a más en empresas relacionadas al sector de alimentos o servicios como Gerente de Proyectos.		
Otros	Manejo de Office a nivel intermedio, conocimientos de medios digitales de marketing		
Habilidades Blandas	Ética, Empatía, Trabajo en equipo, Escucha activa, Facilidad de comunicación, liderazgo		
Acciones y resultados esperados	Ejerce la representación legal de la empresa. Verificar la correcta gestión de la empresa en reuniones con la administración. Reunirse con frecuencia mensual para evaluar los avances de la empresa. Reunirse con el Jefe de Operaciones para evaluar el logro de objetivos planteados. Planificar a largo plazo el horizonte de la empresa. Comprobar que las metas y objetivos planteados se cumplan.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 7,000		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 78

Descripción de puesto de Jefe de Operaciones.

Descripción y Perfil del Puesto 2

Nombre del Puesto	Jefe de Operaciones		
Competencias			
	Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Titulado	Ingeniería Industrial, Ingeniería de Alimentos o afines.
Nivel de Experiencia	3 años en puestos de jefatura o coordinación en empresas del rubro de alimentos y/o servicios		
Otros	o Gestión de negocios		
	o Estrategias empresariales		
	o Gestión de riesgos		
	o inglés básico		
	o Microsoft Office a nivel intermedio		
Habilidades Blandas	- Orientado al logro de objetivos - Trabajo en equipo - Iniciativa e innovación - Facilidad de palabra - Compromiso y responsabilidad - Liderazgo - Organización		
Acciones y resultados esperados	Encargado del correcto funcionamiento de los cuatro puntos de venta a su cargo. Responsable de la adquisición de equipos, herramientas y materia prima Reportar a los directores y socios sobre los avances de la empresa. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de todos los puestos a su cargo. Proponer alternativas de mejora respecto a ventas y publicidad. Comprobar que las metas y objetivos planteados se cumplan. Otras funciones asignadas por el gerente.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 4,500		
Ubicación física	Oficina en local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 9:00 a 6:00 pm.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 79

Descripción de puesto de Asistente de Gerencia.

Descripción y Perfil del Puesto 3

Nombre del Puesto	Asistente de Gerencia		
Competencias			
	Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitario completo	Titulado	Administración o afines
Nivel de Experiencia	3 años de puestos similares		
Otros	- Conocimiento gestión de negocios, estrategias, servicios, atención al cliente - Conocimiento en negocios del giro de servicio de comidas - Experiencia liderando equipos de trabajo - Microsoft Office intermedio - Licencia de conducir A2 vigente - Inglés intermedio		
Habilidades Blandas	- Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Honestidad - Liderazgo - Proactivo		
Acciones y resultados esperados	Redactar, archivar y revisar documentos, tales como recibos, reportes memos, hojas de cálculos y otros documentos administrativos. Recepcionar y ejecutar llamadas Distribución de comprobantes de Pagos a Proveedores Apoyo al proceso de compras (Elaboración de órdenes de compra y requisiciones) Mantener su área de trabajo limpia y ordenada. Otras funciones asignadas por el gerente.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo indeterminado		
Remuneración	S/. 2,000		
Ubicación física	Oficina en local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 9:00 a 6:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 80

Descripción de puesto de Chofer.

Descripción y Perfil del Puesto 4

Nombre del Puesto	Chofer		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Primaria/Secundaria	No aplica	No aplica
Nivel de Experiencia	6 meses en puestos similares.		
Otros	-Conocimiento de manejo de unidad de transporte -Conocimiento de calles y avenidas -Licencia de conducir A2 vigente -Buena condición física		
Habilidades Blandas	-Compromiso -Puntual - Responsabilidad -Honestidad -Proactividad -Coordinado		
Acciones y resultados esperados	Transportar los insumos y materiales desde la planta de producción hacia los puntos de comercialización en los distritos objetivo. Cumplir con el horario y tiempo de entrega establecido. No poner ningún objeto o caja pesada encima de la caja de transporte de los productos terminados. Asegurar que los productos lleguen en óptimas condiciones a las tiendas. Recoger los insumos y materias primas de los proveedores. Cumplir con las normas de seguridad ocupacional y calidad alimentaria. Inspeccionar los vehículos antes de su salida Reportar emergencias, retraso o accidentes. Llevar un registro de la carga entregada Otras asignadas por el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 1,800		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 5:00 am a 2:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 81

Descripción de puesto Ayudante de Chofer.

Descripción y Perfil del Puesto 5

Nombre del Puesto	Ayudante de Chofer		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Primaria/Secundaria	No aplica	No aplica
Nivel de Experiencia	6 meses en puestos similares.		
Otros	- Buena condición física		
Habilidades Blandas	- Compromiso - Puntual - Responsabilidad - Honestidad - Proactividad - Coordinado		
Acciones y resultados esperados	Carga y descarga de los insumos y materiales desde el camión hacia los puntos de comercialización en los distritos objetivo. Cumplir con el horario y tiempo de entrega establecido. No poner ningún objeto o caja pesada encima de la caja de transporte de los productos terminados. Asegurar que los productos lleguen en óptimas condiciones a las tiendas. Carga y descarga de los insumos y materia prima durante la recolección de compras. Cumplir con las normas de seguridad ocupacional y calidad alimentaria. Otras asignadas por el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 1,200		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 5:00am a 2:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 82

Descripción de puesto Maestro de Cocina.

Descripción y Perfil del Puesto 6

Nombre del Puesto	Maestro de Cocina.		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Cursos de Especialización y/o habilidades especiales en el área de Gastronómica.	No aplica	Relacionado a la preparación de alimentos frescos.
Nivel de Experiencia	03 años en puestos similares		
Otros	- Conocimiento de manipulación de alimentos - Conocimiento en preparación de alimentos y comidas - Conocimientos técnicos en cocina industrial - Conocimiento técnicos de higiene y manipulación de alimentos - Experiencia de un año en puestos similares.		
Habilidades Blandas	- Orientado al logro de objetivos - Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Iniciativa e innovación - Honestidad y responsabilidad - Puntualidad - Comunicación efectiva - Proactividad		
Acciones y resultados esperados	Produce la Mise en Place para el correcto funcionamiento del menú de ensaladas. Responsable de puntos de cocción, gramajes y presentación de los alimentos. Encargado de mantener el orden e higiene de los alimentos en los diferentes puestos de trabajo Encargado de garantizar la preparación y presentación de los alimentos de manera adecuada y eficiente, y de acuerdo a los estándares Revisar la minuta diariamente Preparar alimentos fríos y frescos diariamente. Otras actividades que indique el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 2,500		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 12:00 – 9:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

Descripción de puesto Ayudante de Cocina.

Descripción y Perfil del Puesto 7

Nombre del Puesto	Ayudante de Cocina.		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Cursos de Especialización y/o habilidades especiales en el área de Gastronómica.	No aplica	Relacionado a la preparación de alimentos frescos.
Nivel de Experiencia	1 año en puestos similares		
Otros	- Conocimiento de manipulación de alimentos - Conocimiento en preparación de alimentos y comidas - Conocimientos técnicos en cocina industrial - Conocimiento técnicos de higiene y manipulación de alimentos - Experiencia de un año en puestos similares.		
Habilidades Blandas	- Orientado al logro de objetivos - Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Iniciativa e innovación - Honestidad y responsabilidad - Puntualidad - Comunicación efectiva - Proactividad		
Acciones y resultados esperados	Revisar la minuta diariamente Lavar, desinfectar los insumos que serán utilizados en la elaboración de preparaciones de ensaladas. Realizar los adelantos de las preparaciones: cocer, porcionar, hornear, entre otros. Realizar tareas de apoyo al trabajo del maestro de cocina, siguiendo sus instrucciones y de acuerdo a las necesidades del momento. Utilizar en forma correcta y segura sus utensilios de trabajo: cuchillos, picadora, entre otros. Mantener el orden y limpieza en su área de trabajo. Cumplir con las normas de higiene, calidad y seguridad de la empresa para la manipulación de los alimentos y utensilios de cocina. Otras actividades que indique el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 1,200		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 12:00 – 9:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 84

Descripción de puesto Ayudante General.

Descripción y Perfil del Puesto 8

Nombre del Puesto	Ayudante General		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Primaria/Secundaria	No aplica	No aplica
Nivel de Experiencia	3 meses en puestos similares.		
Otros	- Conocimiento de manejo de implementos de limpieza - Conocimiento de inocuidad de alimentos.		
Habilidades Blandas	- Compromiso y responsabilidad - Capacidad para trabajar bajo presión - Honestidad - Proactividad - Coordinado		
Acciones y resultados esperados	Limpiar las oficinas y áreas de operaciones al final de día. Priorizando la zona de cocina. Mantener los baños limpios. Suministrar de papel higiénico, jabón, papel toalla, bolsa de basura y todo lo necesario para los baños, así como la correcta reposición de los mismos. Comprobar que las áreas estén en completo orden y limpieza antes de salir de la empresa. Utilizar el uniforme asignado. Reportar problemas con las instalaciones y cuando haya stock bajo de insumos de limpieza.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 930		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 12:00 a 9:00 pm. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 85

Descripción de puesto Administrador del Local.

Descripción y Perfil del Puesto 8

Nombre del Puesto	Administrador del Local		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Estudio técnico o superior completo	Graduado	Administración o afines
Nivel de Experiencia	1 año en puestos similares		
Otros	- Gestión administrativa - Manejo de base de datos - Microsoft Office intermedio - Disponibilidad de trabajo de lunes a viernes de 8 am a 5 pm. Horario Flexible.		
Habilidades Blandas	- Orientado al logro de objetivos - Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Iniciativa e innovación - Honestidad y responsabilidad - Puntualidad - Comunicación efectiva - Proactividad		
Acciones y resultados esperados	Encargado de tienda dentro del centro comercial Dirige al personal dentro de la tienda y verifica el correcto estado de los materiales e insumos antes de atender al público Supervisar y controlar el control de la preparación de los platos fríos. Verificar el cumplimiento de las normas de sanidad y calidad durante el armado y atención de ensaladas. Gestionar y Administrar el personal a cargo Verificar y asegurar el correcto servicio Reportar al Jefe de Operaciones inmediato sobre las situaciones de la operación. Otras actividades que indique el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S./ 2,500		
Ubicación física	Tienda (módulo en patio de comidas de centro comercial)		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 12:00 a 9:00 pm. Horario Flexible		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 86

Descripción de puesto Armador de ensalada.

Descripción y Perfil del Puesto 9

Nombre del Puesto	Operario de Armado de ensalada		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Secundaria completa, Estudios Técnicos	No aplica	Gastronomía o afines
Nivel de Experiencia	6 meses en puestos similares		
Otros	- Conocimiento en la preparación de alimentos		
Habilidades Blandas	- Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Capacidad para trabajar bajo presión - Honestidad - Comunicación efectiva - Proactividad - Paciencia - Empatía - Coordinado		
Acciones y resultados esperados	Proporcionar las raciones de las ensaladas según la receta y orden de pedido. Utilizar el uniforme adecuado Cumplir con las normas de salubridad Dejar el área limpia al final de la jornada laboral: Limpieza del área de cocina Lavado de vajillas y ollas Lavar, desinfectar y secar los utensilios utilizados en cada servicio Limpiar y desinfectar las áreas de trabajo asignadas. Reportar cuando haya bajo stock de insumos o materiales (platos, etc). Utilizar los insumos, materiales y agua adecuadamente. Otros asignados.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 1 000		
Ubicación física	Tienda (módulo en patio de comidas de centro comercial)		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 8:00 a 5:00 pm. Horario Flexible		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 87
Descripción de puesto Almacenero.
Descripción y Perfil del Puesto

Nombre del Puesto	Almacenero			
Competencias				
	Grado de Instrucción	Título	Profesión	
Educación	Secundaria completa, Estudios Universitarios en curso o incompleto	No aplica	Administración o afines	
Nivel de Experiencia	6 meses en el puesto de almacenero			
Otros	-Conocimiento de inocuidad alimentaria - Conocimiento del PEPS - Conocimiento de Kardex			
Habilidades Blandas	- Atención al cliente interno y externo - Orientación a los Resultados - Adaptabilidad - Flexibilidad - Trabajo en Equipo - Comunicación – Modalidades de Contacto - Dinamismo - Cordialidad- Empatía - Iniciativa - Organización			
Acciones y resultados esperados	Realizar los registros correspondientes, según área designada. Cerciorarse del cumplimiento de las normas de higiene y seguridad en las distintas áreas de almacenamiento: cámaras, abarrotes, insumos, químicos y desechables. Verificación el funcionamiento de los equipos de refrigeración para el almacenamiento de los congelados y refrigerados. Efectuar toma de inventarios de forma quincenal y mensual, contabilizando la totalidad del stock en almacén. Asegurar el despacho a las áreas de producción, los insumos requeridos para cada área de trabajo. Otros asignados.			
Condiciones de contratación				
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado			
Remuneración	S/. 1500			
Ubicación física	Local de operaciones			
Planilla	Si			
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 9:00 a 6:00 pm. Horario Flexible.			
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual			

Nota: Elaboración propia.

Tabla 88
Descripción de puesto Cajero.
Descripción y Perfil del Puesto 6

Nombre del Puesto	Cajero			
Competencias				
	Grado de Instrucción		Título	Profesión
Educación	Secundaria completa, Estudios Universitarios en curso o incompleto		No aplica	Administración o afines
Nivel de Experiencia	6 meses en el puesto de caja			
Otros	- Conocimiento de caja - Conocimiento de atención al público			
Habilidades Blandas	- Trabajo en equipo - Compromiso y responsabilidad - Capacidad para trabajar bajo presión - Honestidad - Comunicación efectiva - Proactividad - Paciencia - Empatía - Coordinado			
Acciones y resultados esperados	Cobrar el pedido del cliente. Enviar ordenes de pedidos Mantener limpia su área de trabajo. Cerrar caja al final del día laboral Reportar incidencias Otros asignados.			
Condiciones de contratación				
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado			
Remuneración	S/. 1 200			
Ubicación física	Tienda (módulo en patio de comidas de centro comercial)			
Planilla	Si			
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 8:00 a 5:00 pm. Horario Flexible.			
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual			

Nota: Elaboración propia.

Tabla 89
Supervisor de Calidad
Descripción y Perfil del Puesto 5

Nombre del Puesto	Supervisor de Calidad		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitario	Titulado	Nutricionista con conocimiento en temas de calidad alimentaria.
Nivel de Experiencia	3 años en puestos de jefatura o coordinación en empresas del rubro de alimentos y/o servicios		
Otros	- o Gestión de negocios - o Estrategias empresariales - o Gestión de riesgos - o inglés básico - o Microsoft Office a nivel intermedio		
Habilidades Blandas	- Orientado al logro de objetivos - Trabajo en equipo - Iniciativa e innovación - Facilidad de palabra - Compromiso y responsabilidad - Liderazgo - Organización		
Acciones y resultados esperados	. Realizar actividades de promoción, prevención de la salud en puntos de ventas en patios de comida. -Supervisar en temas de inocuidad de alimentos en los puntos de ventas y planta de producción. -Supervisar a los trabajadores realicen sus labores en ambientes adecuados. Revisar y evaluación de los menús. _ Otras actividades que indique el Jefe de Operaciones.		
Condiciones de contratación			
Tipo de Contrato	Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/. 2 600.		
Ubicación física	Local de operaciones		
Planilla	Si		
Jornada Laboral	De lunes a viernes de 9:00 a.m. a: 18:00 p.m. Horario Flexible.		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Nota: Elaboración propia.

5.2.3. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Contabilidad

La tercerización del área de contabilidad hará las funciones:

- Analizar, codificar y contar las boletas, facturas de las compras y las ventas.
- Supervisar a las facturas que lleguen al área que tenga los datos correctos fiscales de la empresa y cumplan toda la formalidad del caso.
- Revisión del cálculo del contenido de las planillas de Impuesto a la renta del personal creadas por los trabajadores, y se harán lo necesario en el caso de que se llegue a cumplir con lo requeridos.
- Entregar declaraciones de los impuestos que correspondan (anual y también mensual).
- Tener a cargo de manera mes a mes los libros de ventas y compras.
- Entregar reporte de Estado de Resultados anual.

Aspectos laborales

5.2.3.1. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.

- El contrato para el empleado (a planilla)
De acuerdo con el régimen general al cual se acogió la empresa. Se hará registro en P.L.A.M.E todos los empleados que correspondan al organigrama antes mencionado.
- El contrato va a ser de locación de servicios para los trabajadores independientes
Por el contrato, los trabajadores que den servicios a nuestra empresa; en este caso, el servicio de contaduría debe cumplir un trabajo específico a manera de intercambio de un sueldo (honorario).

5.2.3.2. Régimen laboral de puestos de trabajo.

El régimen corresponda (laboral) a los colaboradores dependientes, presentados en el organigrama, es el Régimen General de la actividad privada (Decreto Legislativo N° 708). Los beneficios correspondientes a dicho régimen se encuentran en el punto 5.1.4 Legislación laboral.

5.2.3.3. Planilla para todos los años del proyecto

La planilla de empleados serán 48 colaboradores asignados en áreas de producción (Centro de operaciones y oficina) así como en los módulos en centros comerciales (puntos de venta). A continuación, se presenta la planilla para todos los años:

Tabla 90
Planilla para año 1.

Clasificación	Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral	SCTR - PACIFICO*	Sueldo básico Anual	Gratificaciones julio y en dic.	SUB-TOTAL	ESSALUD	CTS	sueldo por año	Planilla Anual
					10% de RMV					9.00%			
Administración	1	Gerente General	1	S/.8,000	S/0.93	S/0.80	S/.98,076	S/.16,000	S/.114,076	S/.10,267	S/.8,000	S/.132,343	
	CIF	2	Jefe de Operaciones	1	S/.5,500	S/0.93	S/.68,076	S/.11,000	S/.79,076	S/.7,117	S/.5,500	S/.91,693	
Administración	3	Asistente de Gerencia	1	S/.2,100	S/0.93	S/0.80	S/.27,276	S/.4,200	S/.31,476	S/.2,833	S/.2,100	S/.36,409	
	CIF	4	Chofer	4	S/.1,800	S/0.93	S/.94,704	S/.14,400	S/.109,104	S/.9,819	S/.7,200	S/.126,123	
	MOI	5	Ayudante de chofer	4	S/.1,200	S/0.93	S/.65,904	S/.9,600	S/.75,504	S/.6,795	S/.4,800	S/.87,099	
	MOD	6	Maestro de Cocina	2	S/.2,200	S/0.93	S/.56,952	S/.8,800	S/.65,752	S/.5,918	S/.4,400	S/.76,070	
	MOD	7	Ayudante de cocina	19	S/.1,400	S/0.93	S/.358,644	S/.53,200	S/.411,844	S/.37,066	S/.26,600	S/.475,510	
	CIF	8	Ayudante de General	2	S/.1,000	S/0.93	S/.28,152	S/.4,000	S/.32,152	S/.2,894	S/.2,000	S/.37,046	
Administración	9	Administrador de local ¹	4	S/.2,400	S/0.93	S/0.80	S/.123,504	S/.19,200	S/.142,704	S/.12,843	S/.9,600	S/.165,147	
	MOD	10	Armador de ensalada ¹	12	S/.1,300	S/0.93	S/.212,112	S/.31,200	S/.243,312	S/.21,898	S/.15,600	S/.280,810	
	MOI	11	Supervisor de calidad	1	S/.2,400	S/0.93	S/.30,876	S/.4,800	S/.35,676	S/.3,211	S/.2,400	S/.41,287	
	CIF	12	Almacenero	2	S/.1,600	S/0.93	S/.42,552	S/.6,400	S/.48,952	S/.4,406	S/.3,200	S/.56,558	
Ventas	13	Cajero ¹	8	S/.1,400	S/0.93	S/0.80	S/.151,008	S/.22,400	S/.173,408	S/.15,607	S/.11,200	S/.200,215	
TOTAL			61	S/.32,300	S/.1,209	S/.1,040	S/.1,357,836	S/.205,200	S/.1,563,036	S/.140,673	S/.102,600	S/.1,806,309	

Nota: Para los 4 locales Elaboración Propia.

Tabla 91
Planilla para año 2.

PLANILLA TOTAL - SOLES - AÑO 2													
Clasificación	Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral	SCTR - PACIFICO*	Sueldo básico Anual	Gratificaciones julio y en dic.	SUB-TOTAL	ESSALUD	CTS	sueldo por año	Planilla Anual
					10% de RMV					9.00%			
Administración	1	Gerente General	1	S/.8,500	S/0.93	S/0.80	S/.104,076	S/.17,000	S/.121,076	S/.10,897	S/.8,500	S/.140,473	
Administración	2	Jefe de Operaciones	1	S/.5,500	S/0.93	S/0.80	S/.68,076	S/.11,000	S/.79,076	S/.7,117	S/.5,500	S/.91,693	
	CIF	3	Asistente de Gerencia	1	S/.2,100	S/0.93	S/.27,276	S/.4,200	S/.31,476	S/.2,833	S/.2,100	S/.36,409	
	CIF	4	Chofer	4	S/.1,800	S/0.93	S/.94,704	S/.14,400	S/.109,104	S/.9,819	S/.7,200	S/.126,123	
	MOI	5	Ayudante de chofer	4	S/.1,200	S/0.93	S/.65,904	S/.9,600	S/.75,504	S/.6,795	S/.4,800	S/.87,099	
	MOD	6	Maestro de Cocina	2	S/.2,200	S/0.93	S/.56,952	S/.8,800	S/.65,752	S/.5,918	S/.4,400	S/.76,070	
	MOD	7	Ayudante de cocina	23	S/.1,400	S/0.93	S/.471,900	S/.70,000	S/.541,900	S/.48,771	S/.35,000	S/.625,671	
	CIF	8	Ayudante de General	2	S/.1,000	S/0.93	S/.28,152	S/.4,000	S/.32,152	S/.2,894	S/.2,000	S/.37,046	
Administración	9	Administrador de local ¹	4	S/.2,400	S/0.93	S/0.80	S/.123,504	S/.19,200	S/.142,704	S/.12,843	S/.9,600	S/.165,147	
	MOD	4	Armador de ensalada ¹	16	S/.1,300	S/0.93	S/.282,816	S/.41,600	S/.324,416	S/.29,197	S/.20,800	S/.374,413	
	MOI	11	Supervisor de calidad	2	S/.2,400	S/0.93	S/.61,752	S/.9,600	S/.71,352	S/.6,422	S/.4,800	S/.82,574	
	CIF	12	Almacenero	4	S/.1,600	S/0.93	S/.85,104	S/.12,800	S/.97,904	S/.8,811	S/.6,400	S/.113,115	
Ventas	13	Cajero ¹	12	S/.1,400	S/0.93	S/0.80	S/.226,512	S/.33,600	S/.260,112	S/.23,410	S/.16,800	S/.300,322	
TOTAL			76	S/.32,800	S/.1,209	S/.1,040	S/.1,696,728	S/.255,800	S/.1,952,528	S/.175,728	S/.127,900	S/.2,256,156	

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 92
Planilla para año 3 a 5.

PLANILLA TOTAL - SOLES - AÑO 3 a 5													
Clasificación	Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral 10% de RMV	SCTR - PACIFICO*	Sueldo básico Anual	Gratificaciones julio y en dic.	SUB-TOTAL	ESSALUD 9.00%	CTS	sueldo por año	Planilla Anual
Administración	1	Gerente General	1	S/.8,500	S/0.93	S/0.80	S/.104,076	S/.17,000	S/.121,076	S/.10,897		S/.8,500	S/.140,473
Administración	2	Jefe de Operaciones	1	S/.5,500	S/0.93	S/0.80	S/.68,076	S/.11,000	S/.79,076	S/.7,117		S/.5,500	S/.91,693
CIF	3	Asistente de Gerencia	1	S/.2,100	S/0.93	S/0.80	S/.27,276	S/.4,200	S/.31,476	S/.2,833		S/.2,100	S/.36,409
CIF	4	Chofer	4	S/.1,800	S/0.93	S/0.80	S/.94,704	S/.14,400	S/.109,104	S/.9,819		S/.7,200	S/.126,123
MOI	5	Ayudante de chofer	4	S/.1,200	S/0.93	S/0.80	S/.65,904	S/.9,600	S/.75,504	S/.6,795		S/.4,800	S/.87,099
MOD	6	Maestro de Cocina	2	S/.2,200	S/0.93	S/0.80	S/.56,952	S/.8,800	S/.65,752	S/.5,918		S/.4,400	S/.76,070
MOD	7	Ayudante de cocina	30	S/.1,400	S/0.93	S/0.80	S/.566,280	S/.84,000	S/.650,280	S/.58,525		S/.42,000	S/.750,805
CIF	8	Ayudante de General	2	S/.1,000	S/0.93	S/0.80	S/.28,152	S/.4,000	S/.32,152	S/.2,894		S/.2,000	S/.37,046
Administración	9	Administrador de local ¹	4	S/.2,400	S/0.93	S/0.80	S/.123,504	S/.19,200	S/.142,704	S/.12,843		S/.9,600	S/.165,147
MOD	24	Armador de ensalada ¹	20	S/.1,300	S/0.93	S/0.80	S/.353,520	S/.52,000	S/.405,520	S/.36,497		S/.26,000	S/.468,017
MOI	11	Supervisor de calidad	2	S/.2,400	S/0.93	S/0.80	S/.61,752	S/.9,600	S/.71,352	S/.6,422		S/.4,800	S/.82,574
CIF	12	Almacenero	4	S/.1,600	S/0.93	S/0.80	S/.85,104	S/.12,800	S/.97,904	S/.8,811		S/.6,400	S/.113,115
Ventas	13	Cajero ¹	12	S/.1,400	S/0.93	S/0.80	S/.226,512	S/.33,600	S/.260,112	S/.23,410		S/.16,800	S/.300,322
TOTAL			87	S/.32,800	S/.1,209	S/.1,040	S/.1,861,812	S/.280,200	S/.2,142,012	S/.192,781		S/.140,100	S/.2,474,893

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 93
Planilla MOD – Año 1.

PLANILLA MOD - AÑO 1										
Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral 10% de RMV	Sueldo básico Anual	Gratificaciones - 2 sueldos por año	SUB-TOTAL	ESSALUD 9.00%	CTS - 1 sueldo por año	Planilla Anual
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	19	S/. 1,400	S/. 93	S/. 358,644	S/. 53,200	S/. 411,844	S/. 37,066	S/. 26,600	S/. 475,510
3	Armador de ensalada	12	S/. 1,300	S/. 93	S/. 212,112	S/. 31,200	S/. 243,312	S/. 21,898	S/. 15,600	S/. 280,810
TOTAL		33	S/. 4,900	S/. 279	S/. 627,708	S/. 93,200	S/. 720,908	S/. 64,882	S/. 46,600	S/. 832,390
PLANILLA MOD - AÑO 2										
				10% de RMV						
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	23	S/. 1,400	S/. 93	S/. 471,900	S/. 70,000	S/. 541,900	S/. 48,771	S/. 35,000	S/. 625,671
3	Armador de ensalada	16	S/. 1,300	S/. 93	S/. 282,816	S/. 41,600	S/. 324,416	S/. 29,197	S/. 20,800	S/. 374,413
TOTAL		41	S/. 4,900	S/. 279	S/. 811,668	S/. 120,400	S/. 932,068	S/. 83,886	S/. 60,200	S/. 1,076,154
PLANILLA MOD - AÑO 3 a 5										
				10% de RMV						
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	30	S/. 1,400	S/. 93	S/. 566,280	S/. 84,000	S/. 650,280	S/. 58,525	S/. 42,000	S/. 750,805
3	Armador de ensalada	20	S/. 1,300	S/. 93	S/. 353,520	S/. 52,000	S/. 405,520	S/. 36,497	S/. 26,000	S/. 468,017
TOTAL		52	S/. 4,900	S/. 279	S/. 976,752	S/. 144,800	S/. 1,121,552	S/. 100,940	S/. 72,400	S/. 1,294,892

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 94
Ventas Brutas vs Planilla.

Ventas Brutas vs Planilla					
	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Brutas	17,580,599	23,440,560	29,301,000	29,301,000	29,301,000
Planilla	S/. 1,806,309	S/. 2,256,156	S/. 2,474,893	S/. 2,474,893	S/. 2,474,893
Porcentaje	10.30%	9.60%	8.40%	8.40%	8.40%

Nota: Elaboración Propia.

5.2.3.4. Horario de Trabajo de puestos de trabajo.

Centro de Operaciones

Personal Choferes

Hora de ingreso: 5:00 a.m.

Hora de almuerzo: de 11:00 am a 12:00 m (aproximadamente)

Hora de retirarse: 2:00 p.m.

Día para descansar: un día a la semana de forma rotatoria.

Personal de Cocina:

Hora de ingreso: 12:00 p.m.

Hora de almuerzo: de 6:00 pm a 7:00 p.m. (aproximadamente)

Hora de retirarse: 9:00 p.m.

Día para descansar: un día a la semana de forma rotatoria.

Personal de Administración

Hora de ingreso: 12:00 p.m.

Hora de almuerzo: de 6:00 pm a 7:00 p.m. (aproximadamente)

Hora de retirarse: 9:00 p.m.

Día para descansar: un día a la semana.

Tienda en Centro Comercial

Turno 1:

Hora de ingreso: 8:00 a.m.

Hora de almuerzo: de 1:00 pm a 2:00 p.m (aproximadamente)

Hora de retirarse: 5:00 p.m.

Día para descansar: un día a la semana de forma rotatoria.

Turno 2:

Hora de ingreso: 12:00 p.m.

Hora de almuerzo: de 7:00 pm a 8:00 p.m (aproximadamente)

Hora de retirarse: 9:00 p.m.

Día para descansar: un día a la semana de forma rotatoria.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada.

6.1.1.1. Criterios.

Considerando que el proyecto presenta varios procesos involucrados, como el de abastecimiento, preparación de insumos para cocina (mise and place – MEP), distribución y servicio. Se considera para la determinación de la capacidad instalada el proceso de servicio (despacho y atención al cliente), el cual tiene los siguientes tiempos por cada tipo de ensalada

Considerando una jornada de 12 horas de trabajo dividida en 4 rangos (9 am - 12 m / 12 m a 3 pm / 3 pm a 6 pm / 6 a 9 pm) y las preferencias y tiempos de atención por tipo de ensaladas, se puede observar en la siguiente tabla la capacidad por cada rango por cada tipo de ensalada.

Tabla 95

Estimación de capacidad de atención por rango de horas por tipo de ensaladas.

Estimación de capacidad de atención por rango de horas por tipo de ensaladas

Item		Horas	9:00 am - 12:00 m		12:00 m - 3:00 pm		3:00 p.m. - 6:00 p.m.		6:00 p.m. - 9:00 p.m.	
Tipo de Ensalada		%	180		180		180		180	
			Minutos	Ensaladas	Minutos	Ensaladas	Minutos	Ensaladas	Minutos	Ensaladas
1	Deli Mixta	8%	14	3	14	3	14	3	14	3
2	Spinach salad	10%	18	4	18	4	18	4	18	4
3	Gourmet fruit salad	9%	16	4	16	4	16	4	16	4
4	Deli Quinoa	12%	22	5	22	5	22	5	22	5
5	Ensalada Caprese	10%	18	4	18	4	18	4	18	4
6	Ceaser Salad	11%	20	5	20	5	20	5	20	5
7	Ensalada Salmon	13%	23	5	23	5	23	5	23	5
8	Waldrof Salad	11%	20	5	20	5	20	5	20	5
9	Ensalada de Garbanzo	9%	16	3	16	3	16	3	16	3
10	Ensalada Multicolor	9%	16	4	16	4	16	4	16	4
Total atención por línea		100%	180	42	180	42	180	42	180	42
Líneas de atención - Año 1				2	3		1		1	
Líneas de atención - Año 2				3	3		1		1	
Líneas de atención - Año 3 a 5				3	4		1		1	
Total por líneas - Año 1				84	126		42		42	
Total por líneas - Año 2				126	126		4		2	
Total por líneas - Año 3 a 5				126	168		42		42	

Nota: Elaboración propia.

Considerando lo presentado en la tabla anterior se puede concluir que la capacidad instalada de la empresa se incrementara desde el año 1 hasta el año 3, en donde se va juntar los flujos de atención y la entrega de ensaladas debido a que se realizara un proceso de pre-armando de ensaladas en distintos horarios basándose en nuestra capacidad operativa.

Se va a tomar para calcular nuestra capacidad instalada en días de servicio por año, como los centros comerciales, atienden casi todo el año, se ha considerado 360 días operativos por año.

6.1.1.2. Cálculos.

Tomar en cuenta que son 360 días de operación al año y una capacidad diaria de 468 ensaladas por día. Asimismo, considerando los 4 locales. Observamos que la capacidad por año es la siguiente:

Tabla 96

Capacidad Instalada del proyecto.

Criterios	2020	2021	2022	2023	2024
Días de producción por año	360	360	360	360	360
Ensaladas por día (12 horas)	468	626	780	780	780
Locales	4	4	4	4	4
Producción anual (ensaladas)	673,920	901,440	1,123,200	1,123,200	1,123,200

Nota: Elaboración propia.

Como observamos en la tabla mencionada, al año 1 se pueden despachar hasta 673,920 720 ensaladas, para el año 2 901,40 ensaladas y para los años 3 al 5 1,123,200 ensaladas en los 4 locales y en los turnos indicados (a diferente nivel).

6.1.2. Capacidad utilizada.

6.1.2.1. Criterios.

Debido a nuestra capacidad utilizada se tomó en cuenta estimar la demanda de las ventas más una producción adicional, la cual es para atender las degustaciones o situaciones como ensaladas mal armadas o desechadas, se consideran los siguientes:

Tabla 97
Adicionales a la demanda.

	Dic. 2019	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda Total		673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200
Sampling	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Merma o perdida *	1%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
Inventario Final*		0%	0%	0%	0%	0%

Nota: Elaboración propia.

No se considera inventario final porque no se almacenan ni se guardan ensaladas para su posterior uso.

6.1.2.2. Cálculos.

A continuación, se producción de ensaladas total:

Tabla 98
Programa de producción.

	2020	2021	2022	2023	2024
Ensaladas a producir	673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200

Nota: Elaboración propia.

6.1.2.3. Porcentaje de utilizada de capacidad instalada.

Tomando en cuenta nuestro programa producción y nuestra capacidad instalada de por año del proyecto, se determino que el nivel que se utilizara es del 100% para todo el horizonte del proyecto, creciendo la producción desde el primer año hasta el tercer año manteniéndose hasta el año cinco.

Tabla 99
Capacidad Utilizada.

	2020	2021	2022	2023	2024
Tamaño Normal (producción)	673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200
Capacidad instalada	673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200
% de Utilización (capacidad utilizada)	100%	100%	100%	100%	100%
Capacidad Ociosa	0%	0%	0%	0%	0%

Nota: Elaboración propia

6.1.3. Capacidad máxima.

6.1.3.1. Criterios.

Con el fin de determinar nuestra capacidad máxima se tomó en cuenta lo siguiente:

- Días para producir: se utilizara 360 días por año.
- Jornada de 15 horas de atención.

- Con lo anterior la capacidad por día aumenta a 585 ensaladas al año 1, 782.5 ensaladas al año 2 y se mantiene a 975 ensaladas al año 3 al 5.

6.1.3.2. Cálculos.

Según lo mencionado en los puntos se obtiene la capacidad máxima de 1,404,000 por año por los cuatro locales. Se puede observar los cálculos a continuación:

Tabla 100
Capacidad Máxima.

	2019	2020	2021	2022	2023
Días de producción por año	360	360	360	360	360
Ensaladas por día (15 horas)	585.0	783.0	975.0	975.0	975.0
Locales	4	4	4	4	4
Producción anual	842,400	1,126,800	1,404,00	1,404,00	1,404,00

Nota: Considerando horario de 8:00 a 11 p.m. Elaboración propia.

Capacidad por rangos de horas

Considerando que la demanda diaria de 468 ensaladas al primer año no es constante a lo largo del día, se puede tener en cuenta que la mitad de dicha demanda se requiere en el horario de 12 m a – 3 pm, es decir 234 ensaladas al primer año en dicho horario, para poder cubrir los picos de demanda durante el día (se utilizará la capacidad ociosa), por lo que la capacidad utilizada por día quedará a un nivel de 100% en todos los horarios, durante el horizonte de evaluación del proyecto.

Tabla 101
Capacidad instalada por rango de horas – Primer año
Capacidad Instalada por tramos - Año 1

Criterios	9:00 am - 12:00 m	12:00 m - 3:00 pm	3:00 p.m. - 6:00 p.m.	6:00 p.m. - 9:00 p.m.
Distribución de demanda por día	10%	50%	30%	10%
Demanda de ensaladas por rango ¹	31	153	92	31
Demanda menos el Stock	-	105	23	30
Capacidad por rango	42	126	42	42
Capacidad Utilizada por rangos	74%	83%	55%	71%
Capacidad Ociosa	26%	17%	45%	29%
Armado de Salad para stock	48	69	1	
Tiempo de Capacidad utilizada Total (min)	133	150	99	129
Tiempo de Capacidad de ocio para preparar ensaladas (min)	42	20	1	0
Tiempo de capacidad de ocio para otras actividades (min)	5	10	80	51

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102

*Capacidad instalada por rango de horas – Segundo año.***Capacidad Instalada por tramos - Año 2**

Criterios	9:00 am - 12:00 m	12:00 m - 3:00 pm	3:00 p.m. - 6:00 p.m.	6:00 p.m. - 9:00 p.m.
Distribución de demanda por día	10%	50%	30%	10%
Demanda de ensaladas por rango ¹	41	203	122	41
Demanda menos el Stock	-	95	38	23
Capacidad por rango	84	126	42	42
Capacidad Utilizada por rangos	49%	75%	90%	55%
Capacidad Ociosa	51%	25%	10%	45%
Armado de Salad para stock	108	84	18	-
Tiempo de Capacidad utilizada Total (min)	88	136	163	99
Tiempo de Capacidad de ocio para preparar ensaladas (min)	47	24	16	0
Tiempo de capacidad de ocio para otras actividades (min)	45	20	1	81

Nota: Elaboración propia.

Tabla 103

*Capacidad instalada por rango de horas – Tercer año***Capacidad Instalada por tramos - Año 3 a 5**

Criterios	9:00 am - 12:00 m	12:00 m - 3:00 pm	3:00 p.m. - 6:00 p.m.	6:00 p.m. - 9:00 p.m.
Distribucion de demanda por dia	10%	50%	30%	10%
Demanda de ensaladas por rango ¹	51	254	153	51
Demanda menos el Stock	-	114	25	37
Capacidad por rango	84	168	42	42
Capacidad Utilizada por rangos	61%	68%	60%	88%
Capacidad Ociosa	39%	32%	40%	12%
Armado de Salad para stock	140	128	14	
Pestaña 6.21 Proceso y atención				
Tiempo de Capacidad utilizada Total (min)	109	122	107	159
Tiempo de Capacidad de ocio para preparar ensaladas (min)	61	28	13	0
Tiempo de capacidad de ocio para otras actividades (min)	10	30	60	21

Nota: Elaboración propia.**6.2. Procesos****6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.****Macro proceso**

Green Gourmet tiene un macro proceso que a la vez está formado por 4 procesos principales que son:

1. Proceso de Abastecimiento

Tiene como objetivo principal tener en el momento y calidad debida los insumos para poder cumplir con los diferentes requerimientos de elaboración de ensaladas en los puntos de venta. Abarca actividades de gestión de los proveedores, de clasificación de insumos según tiempo de conservación, determinación de frecuencia de compra de cada uno, control de calidad, los espacios de refrigeración y conservación, entre otros aspectos.

2. Procesos de Preparado de insumos (Mise en place - MEP)

Tiene como objetivo preparar todos los insumos necesarios para que se envíen a los 4 patios de comida y se armen de la manera más rápida las diferentes ensaladas. Implica cortar, pelar, cocinar, hervir, mezclar, picar entre otros aspectos que se requiere realizar previamente. Abarca el procesamiento de insumos fríos y calientes, así como su conservación y refrigerado (de ser necesario) para su envío posterior.

3. Distribución de insumos

Tiene como objetivo que los diferentes insumos para la elaboración de ensaladas lleguen de manera oportuna y en óptimas condiciones a los 4 puntos de servicio y venta ubicados en los centros comerciales, como son Surco, San Borja, San Isidro y el límite con Jesús María. Este proceso implica la estiba, el transporte en una unidad de conservación especializada, la entrega adecuada en el mismo lugar de armado y el retorno al centro de operaciones.

4. Servicio en el punto de venta.

Es el último paso del proceso del macro proceso y tiene como objetivo la atención rápida y oportuna de los clientes que soliciten una ensalada. Abarca la atención al cliente, la gestión de colas, el proceso de armado de la ensalada en el punto de venta, la atención en horarios de alta rotación (hora de almuerzo – 12 – 3 pm), la contratación de personal de apoyo extra, entre otros aspectos necesarios.

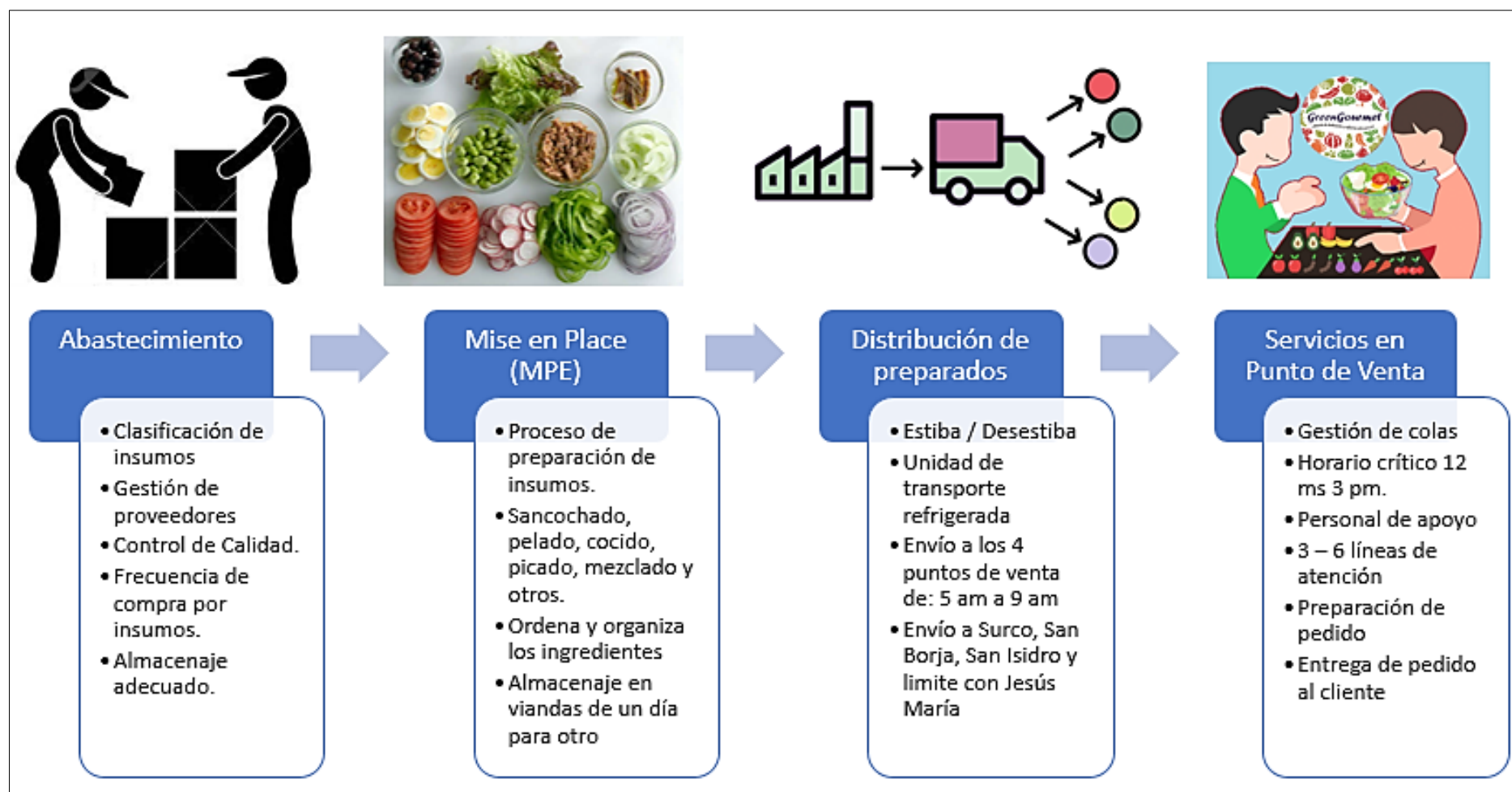


Figura 97. Diagrama del Macro Proceso.

Elaboración Propia.

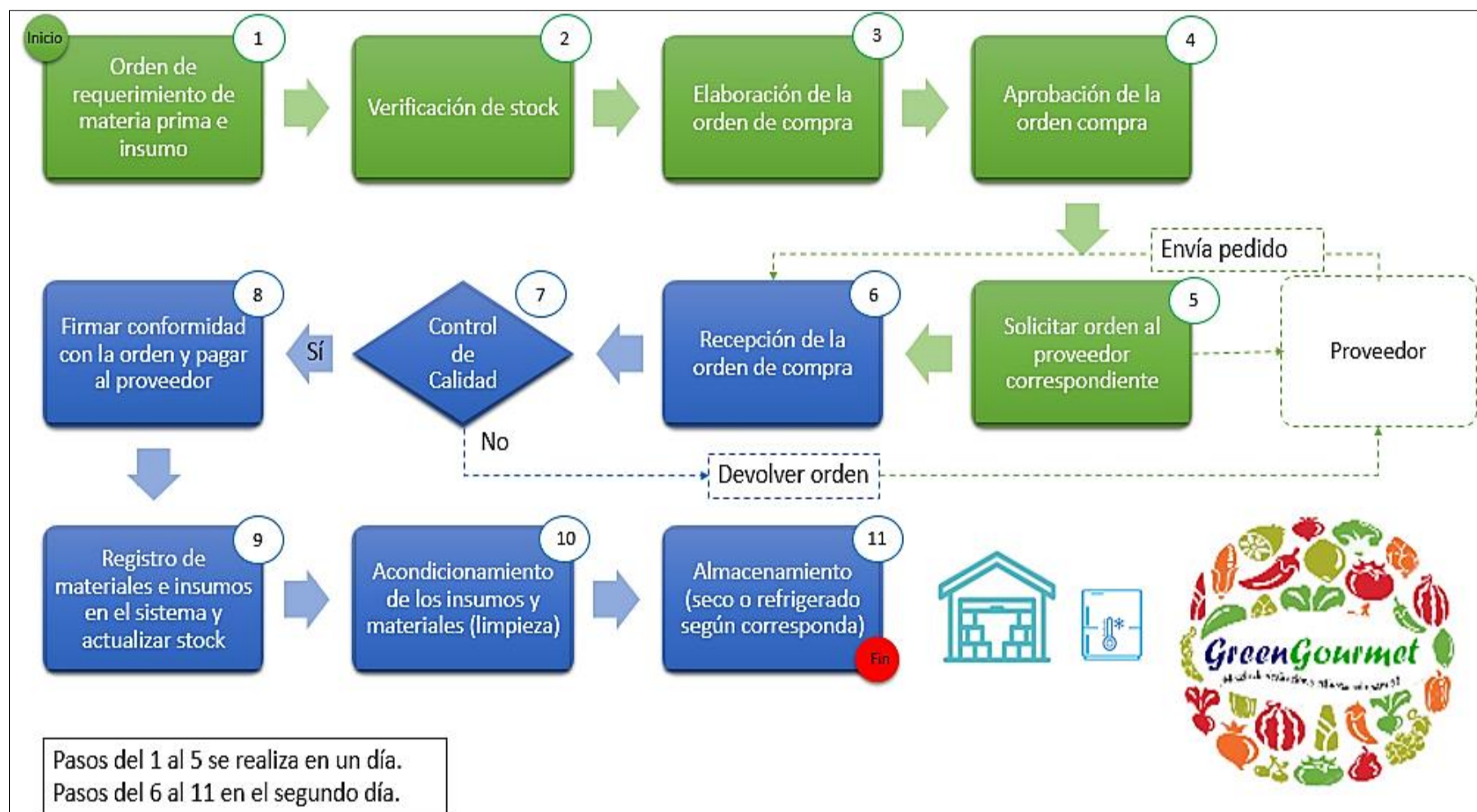


Figura 98. Diagrama del Proceso de Abastecimiento.
Elaboración Propia.

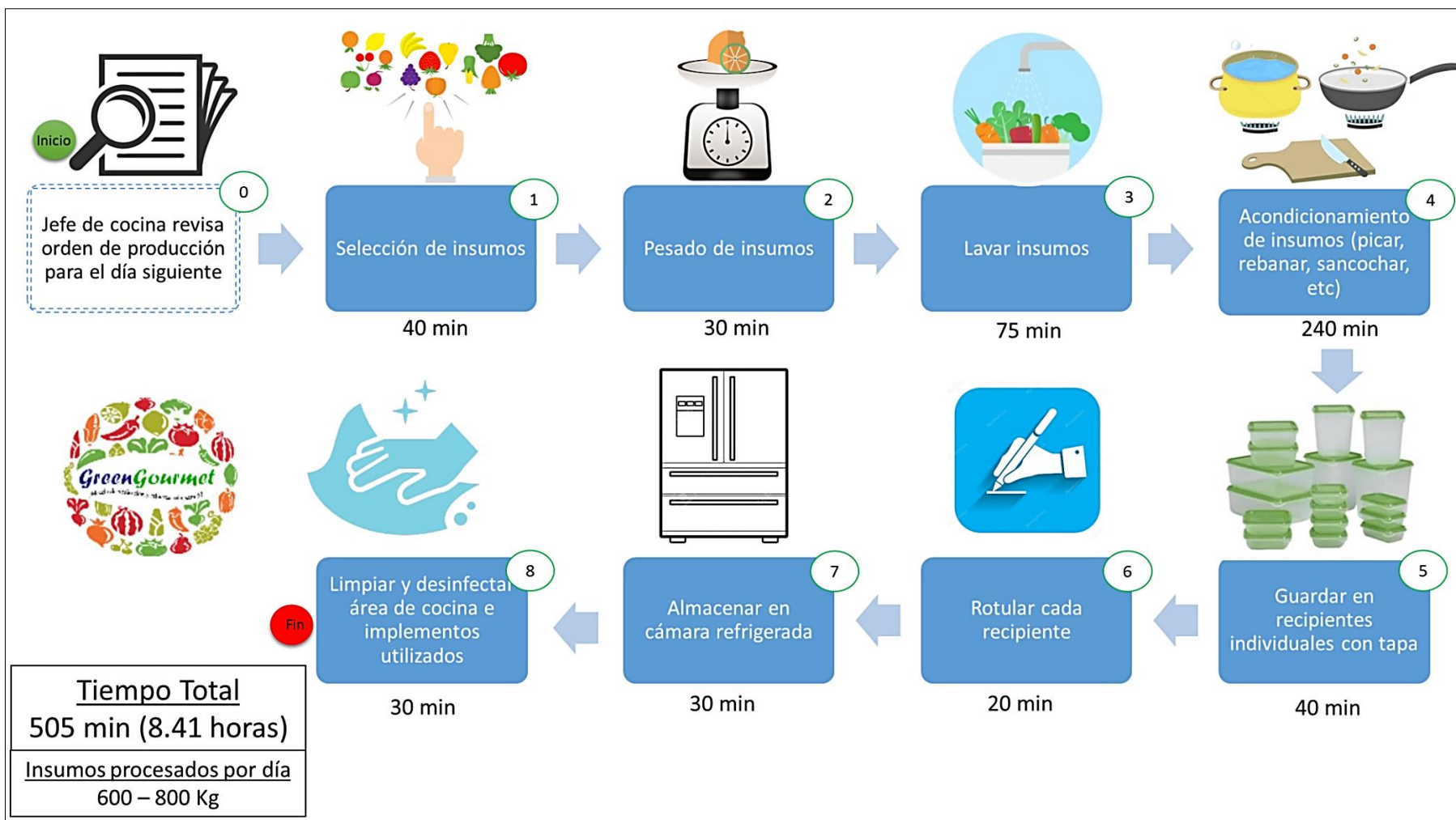


Figura 99. Diagrama del Proceso Mise en Place.

Elaboración propia.

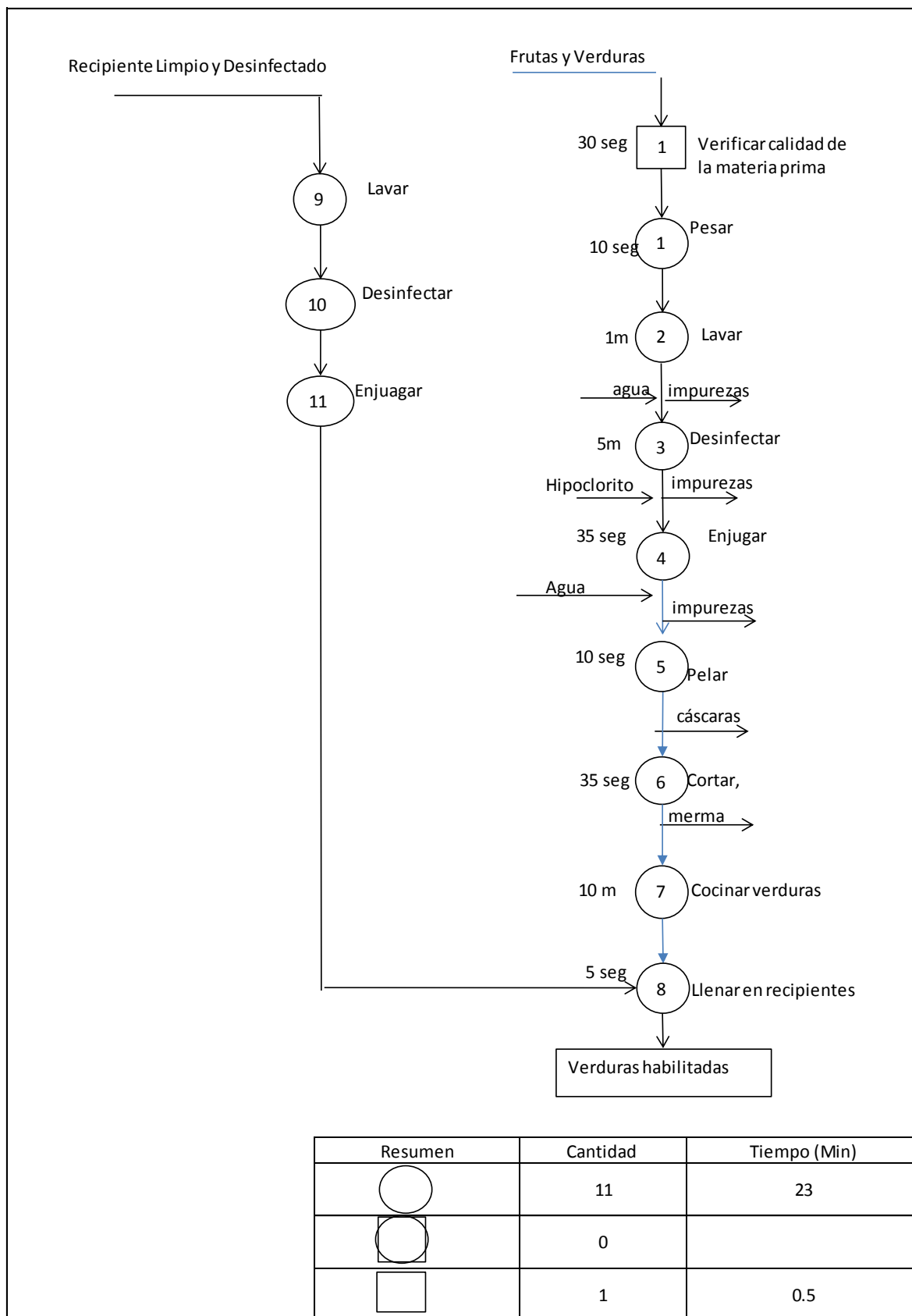


Figura 100 .Diagrama del Proceso Habilitación de Cárnicos.

Elaboración Propia.

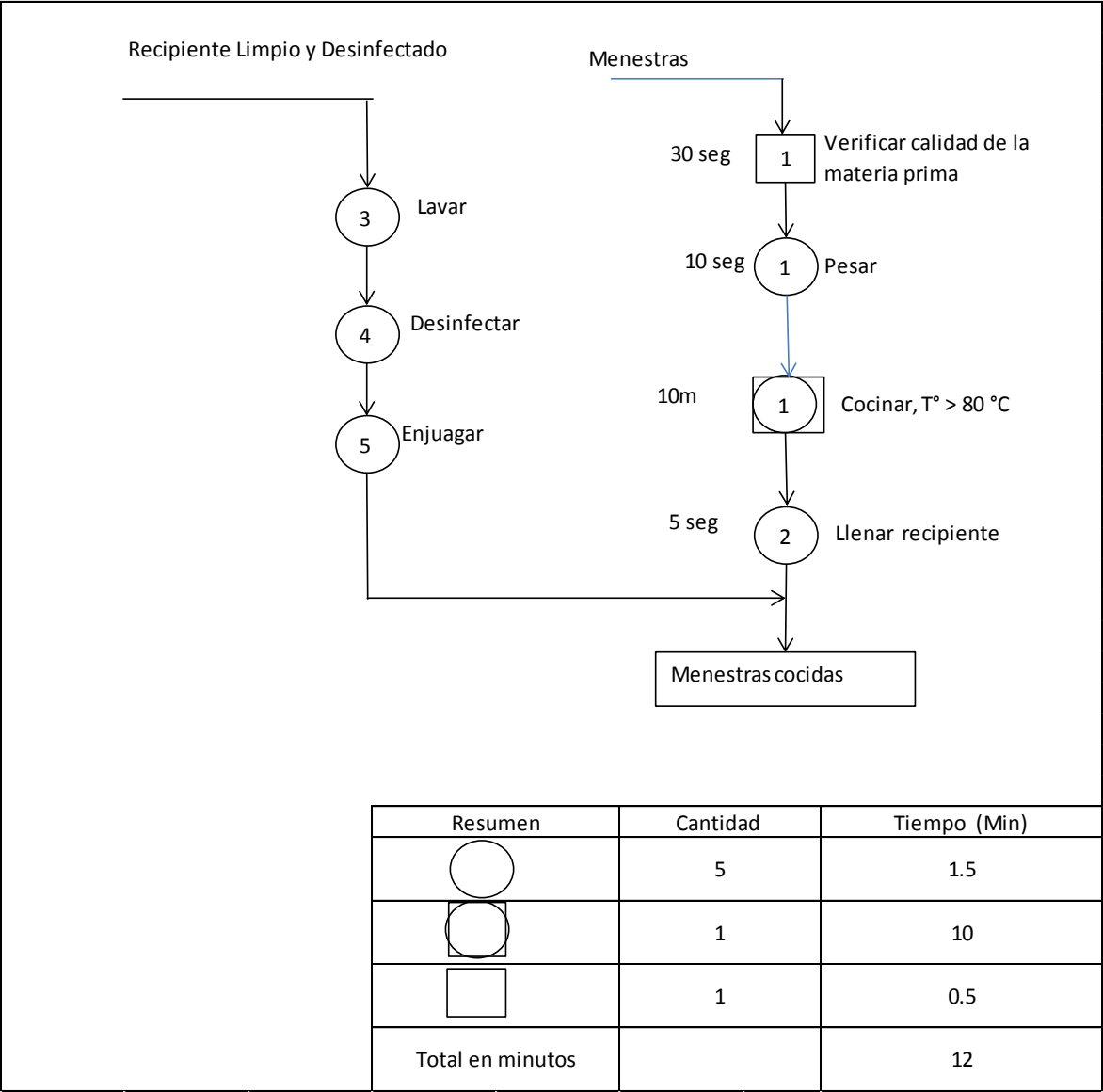


Figura 101. Diagrama del Proceso Cocción de menestras.
Elaboración Propia.

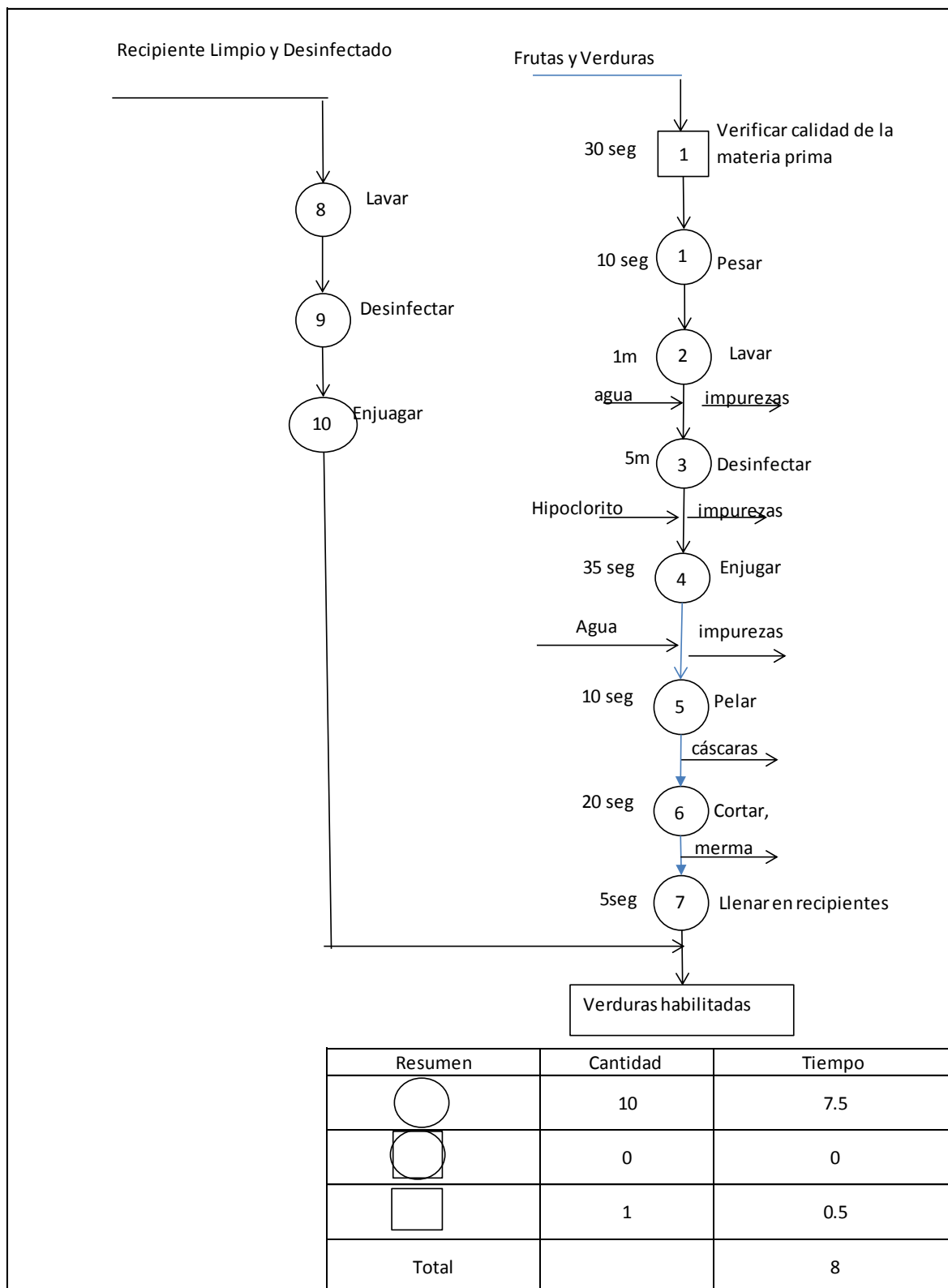


Figura 102. Diagrama del Proceso Habilitación de Frutas, Verduras y Hortalizas.
Elaboración Propia.

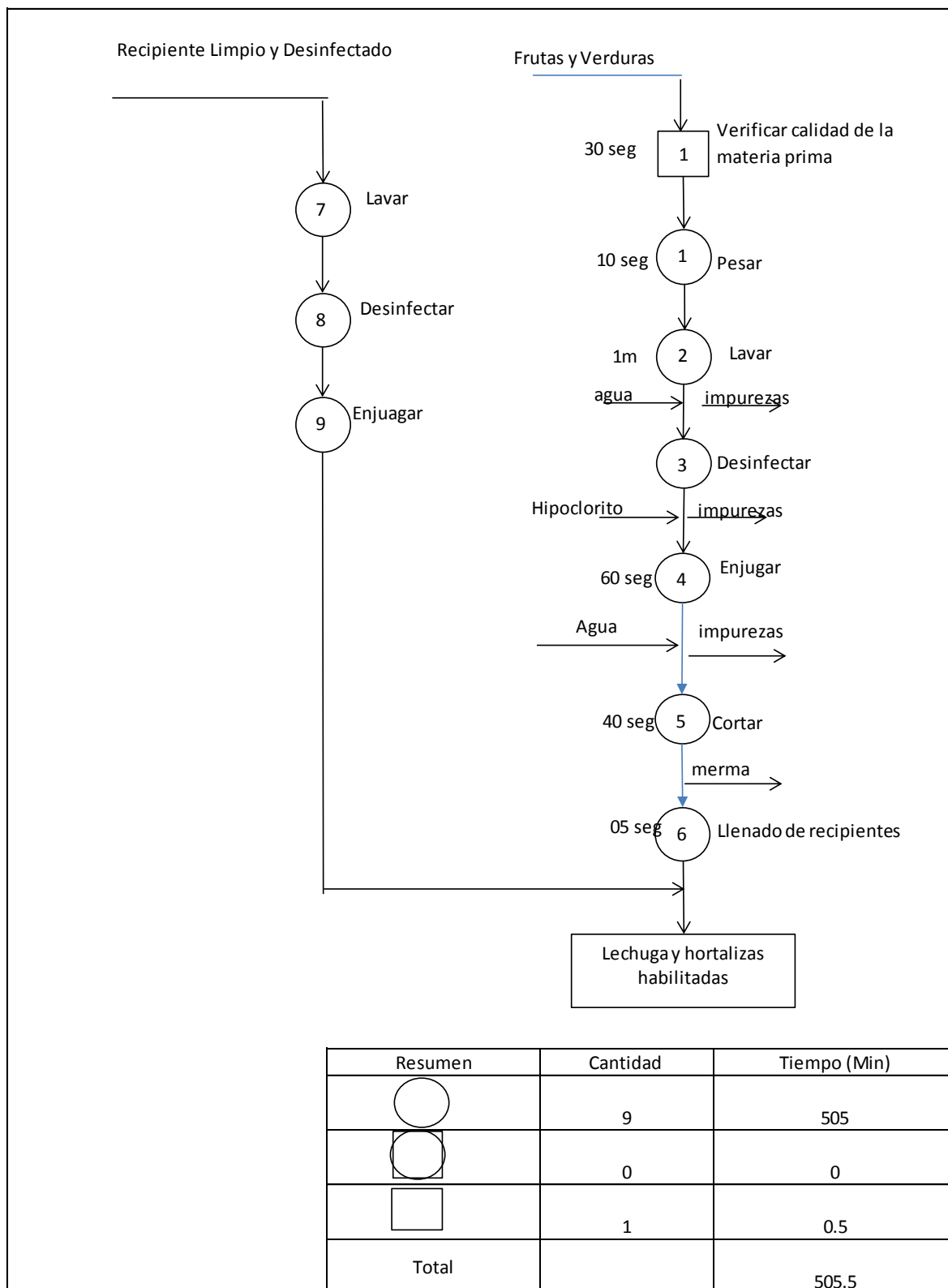


Figura 103. Diagrama del Proceso Habilitación de Lechuga y Hortalizas.

Elaboración Propia.

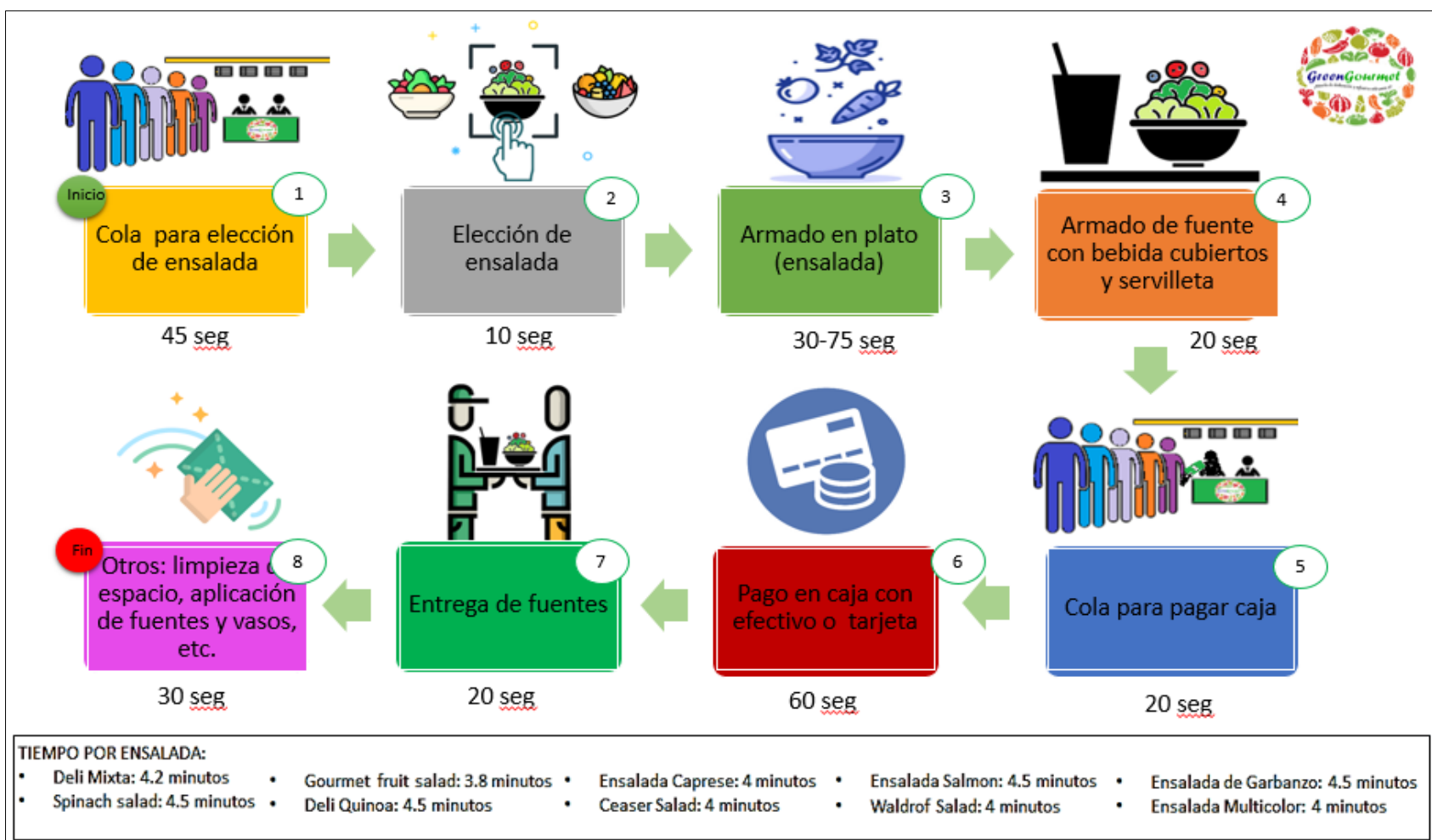


Figura 104. Diagrama del Proceso de Servicio en Punto de Venta.

Elaboración propia.

6.2.2. Programa de producción.

Se ha considerado la demanda anual el cual va incrementando durante el horizonte de evaluación, así como un porcentaje adicional para las muestras (sampling), así como errores en el armado y otras fallas. No se considera inventario final dado que no se almacena ni guarda ensaladas servidas.

Tabla 104

Criterios para programa de producción.

	Dic. 2019	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda Total		673,920	898,560	1,123,200	1,123,200	1,123,200
Sampling	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Merma o perdida *	1%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
Inventario Final*		0%	0%	0%	0%	0%

Nota: Elaboración Propia.

No se considera inventario final dado que no se almacena ni guarda ensaladas servidas

Considerando la tabla anterior, se calcula el programa de producción en unidades:

Tabla 105

Programa de producción anual.

PROGRAMA DE PRODUCCION CONSOLIDADO

		2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ensaladas		1,150	461,046	614,727	768,409	768,409	768,409
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	35%	400	160,364	213,818	267,273	267,273	267,273
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	18%	212	85,193	113,591	141,989	141,989	141,989
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	30%	350	140,318	187,091	233,864	233,864	233,864
Deli Mixta o Gourmet Fruit	16%	187	75,170	100,227	125,284	125,284	125,284
TOTAL	100%	1,150	461,046	614,727	768,409	768,409	768,409

Nota: Elaboración Propia.

Como se observa en la tabla anterior, el programa de producción para el primer año es de 461,046 mil unidades, para el segundo año es de 614,727 mil ensaladas y 768,409 ensaladas de forma consecutiva para al tercer al quinto año para poder cubrir la demanda. En anexos se puede visualizar el programa de producción mensual.

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Para hallar la necesidad de materia prima e insumos se ha considerado la receta por tipo de ensalada, la cual se puede visualizar en anexos, y considerando los ingredientes de cada receta se halla el siguiente requerimiento de materia prima e insumos consolidado (por todos los tipos de ensalada):

Tabla 106

Necesidad de materia prima e insumos.

Necesidad consolidada de Materia Prima e Insumos							
Item	Materiales directos	Und	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Espinaca	Kg	5,412	7,198	8,998	8,998	8,998
2	manzana	Kg	1,510	2,008	2,510	2,510	2,510
3	pasas	Kg	1,481	1,970	2,463	2,463	2,463
4	queso paria	Kg	2,200	2,927	3,658	3,658	3,658
5	nueces	Kg	2,222	2,955	3,694	3,694	3,694
6	trucha	Kg	17,447	23,205	29,006	29,006	29,006
7	Salmón	Kg	9,139	12,155	15,194	15,194	15,194
8	queso fresco	Kg	9,682	12,878	16,097	16,097	16,097
9	coboulete picado	Kg	1,880	2,500	3,126	3,126	3,126
10	Lechuga Americana	Kg	19,364	25,754	32,193	32,193	32,193
11	Tomate	Kg	10,978	14,601	18,251	18,251	18,251
12	eneldo	Kg	302	401	502	502	502
13	Quinua	Kg	6,583	8,756	10,945	10,945	10,945
14	cebolla	Kg	4,296	5,714	7,142	7,142	7,142
15	perejil	Kg	696	926	1,158	1,158	1,158
16	tomate cherry	Kg	5,368	7,139	8,924	8,924	8,924
17	pimiento rojo	Kg	2,437	3,241	4,052	4,052	4,052
18	pimiento amarillo	Kg	2,437	3,241	4,052	4,052	4,052
19	trucha	Kg	9,970	13,260	16,575	16,575	16,575
20	Albaca	Kg	4,330	5,759	7,198	7,198	7,198
21	pecanas	Kg	1,481	1,970	2,463	2,463	2,463
22	chuleta de cerdo	Kg	7,549	10,040	12,550	12,550	12,550
23	Garbanzo	Kg	11,381	15,138	18,922	18,922	18,922
24	alverjas	Kg	5,102	6,786	8,482	8,482	8,482
25	brócoli	Kg	2,676	3,558	4,448	4,448	4,448
26	coliflor	Kg	2,573	3,422	4,277	4,277	4,277
27	apio	Kg	1,865	2,481	3,101	3,101	3,101
28	zanahoria	Kg	9,704	12,906	16,133	16,133	16,133
29	huevo de codorniz	Kg	2,562	3,408	4,260	4,260	4,260
30	filete de lomo de cerdo	Kg	6,647	8,840	11,050	11,050	11,050
31	tocino	Kg	1,677	2,231	2,789	2,789	2,789
32	queso parmesano	Kg	1,630	2,168	2,710	2,710	2,710
33	pan baguete	Kg	1,646	2,189	2,189	2,189	2,189
34	palta fuerte	Kg	1,757	2,336	2,336	2,336	2,336
35	filete de pollo	Kg	20,771	27,625	34,531	34,531	34,531
36	aceituna	Kg	1,393	1,852	1852.2	1852.2	1852.2
37	Pepino	Kg	1,219	1,621	1621	1621	1621
38	Choclo	Kg	1,795	2,387	2387	2387	2387
39	Plátano	Kg	4,600	6118	6118	6118	6118
40	kiwi	Kg	4,515	6,006	6006	6006	6006
41	melocotón	Kg	4,600	6,118	6118	6118	6118
42	papaya	Kg	4,811	6,399	6399	6399	6399
43	piña	Kg	5,992	7,970	7970	7970	7970
44	Aceite de oliva virgen	Lt	7,565	10,062	12,578	12,578	12,578
45	Vinagre	Lt	1,279	1,701	2,126	2,126	2,126
46	Miel	Lt	1,996	2,654	3,318	3,318	3,318
47	Sal	Gr	698	931	1,164	1,164	1,164
48	Pimienta Negra	Kg	244	325	406	406	406
49	Limón	Kg	18,450	24,539	30,674	30,674	30,674
50	Yogurt Griego	Lt	1,828	2,431	3,039	3,039	3,039
51	Paprika	Kg	586	779	974	974	974
52	Pimienta Blanca	Kg	154	204	256	256	256
53	Azúcar	Kg	215	286	358	358	358
54	Mayonesa	Lt	2,934	3,902	4,878	4,878	4,878
55	Mostaza	Lt	435	578	723	723	723
Total			262,063	348,550	424,939	424,939	424,939

Nota: Elaboración Propia.

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Hallamos considerando los siguientes precios por insumos:

Tabla 107

Precio de materia prima e insumos-Sin IGV

Programa de ventas Valorizado - Sin IGV						
Ítem	Materiales directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Espinaca	S/21,649	S/28,793	S/35,992	S/35,992	S/35,992
2	Manzana	S/5,284	S/7,028	S/8,785	S/8,785	S/8,785
3	Pasas	S/22,219	S/29,551	S/36,939	S/36,939	S/36,939
4	Queso paria	S/55,012	S/73,167	S/91,459	S/91,459	S/91,459
5	Nueces	S/66,656	S/88,653	S/110,816	S/110,816	S/110,816
6	Trucha	S/348,945	S/464,102	S/580,128	S/580,128	S/580,128
7	Salmón	S/365,561	S/486,203	S/607,753	S/607,753	S/607,753
8	Queso fresco	S/232,377	S/309,065	S/386,331	S/386,331	S/386,331
9	Coboulete picado	S/7,520	S/10,002	S/12,502	S/12,502	S/12,502
10	Lechuga Americana	S/58,091	S/77,262	S/96,578	S/96,578	S/96,578
11	Tomate	S/43,913	S/58,405	S/73,006	S/73,006	S/73,006
12	Eneldo	S/11,466	S/15,250	S/19,062	S/19,062	S/19,062
13	Quinua	S/78,999	S/105,070	S/131,338	S/131,338	S/131,338
14	Cebolla	S/12,888	S/17,141	S/21,427	S/21,427	S/21,427
15	Perejil	S/2,089	S/2,778	S/3,473	S/3,473	S/3,473
16	Tomate cherry	S/80,518	S/107,091	S/133,864	S/133,864	S/133,864
17	Pimiento rojo	S/9,748	S/12,965	S/16,207	S/16,207	S/16,207
18	Pimiento amarillo	S/9,748	S/12,965	S/16,207	S/16,207	S/16,207
19	Trucha	S/199,397	S/265,201	S/331,502	S/331,502	S/331,502
20	Albaca	S/17,319	S/23,035	S/28,793	S/28,793	S/28,793
21	Pecanas	S/88,874	S/118,204	S/147,755	S/147,755	S/147,755
22	Chuleta de cerdo	S/113,229	S/150,597	S/188,246	S/188,246	S/188,246
23	Garbanzo	S/68,289	S/90,825	S/113,531	S/113,531	S/113,531
24	Alverjas	S/10,204	S/13,572	S/16,964	S/16,964	S/16,964
25	Brócoli	S/8,027	S/10,675	S/13,344	S/13,344	S/13,344
26	Coliflor	S/7,718	S/10,265	S/12,831	S/12,831	S/12,831
27	Apio	S/4,663	S/6,202	S/7,753	S/7,753	S/7,753
28	Zanahoria	S/29,112	S/38,719	S/48,399	S/48,399	S/48,399
29	Huevo de codorniz	S/204,968	S/272,610	S/340,763	S/340,763	S/340,763
30	Filete de lomo de cerdo	S/99,699	S/132,601	S/165,751	S/165,751	S/165,751
31	Tocino	S/67,099	S/89,242	S/111,553	S/111,553	S/111,553
32	Queso parmesano	S/105,950	S/140,915	S/176,143	S/176,143	S/176,143
33	Pan baguete	S/2,469	S/3,283	S/3,283	S/3,283	S/3,283
34	Palta fuerte	S/12,296	S/16,354	S/16,354	S/16,354	S/16,354
35	Filete de pollo	S/249,246	S/331,502	S/414,377	S/414,377	S/414,377
36	Aceituna	S/30,638	S/40,748	S/40,748	S/40,748	S/40,748
37	Pepino	S/2,437	S/3,241	S/3,241	S/3,241	S/3,241
38	Choclo	S/8,973	S/11,934	S/11,934	S/11,934	S/11,934
39	Plátano	S/18,399	S/24,471	S/24,471	S/24,471	S/24,471
40	kiwi	S/45,154	S/60,056	S/60,056	S/60,056	S/60,056
41	Melocotón	S/27,599	S/36,707	S/36,707	S/36,707	S/36,707
42	Papaya	S/19,243	S/25,594	S/25,594	S/25,594	S/25,594
43	Piña	S/23,970	S/31,880	S/31,880	S/31,880	S/31,880
44	Aceite de oliva virgen	S/151,310	S/201,244	S/251,555	S/251,555	S/251,555
45	Vinagre	S/25,573	S/34,013	S/42,516	S/42,516	S/42,516
46	Miel	S/89,800	S/119,435	S/149,294	S/149,294	S/149,294
47	Sal	S/698	S/931	S/1,164	S/1,164	S/1,164
48	Pimienta negra	S/9,763	S/12,985	S/16,231	S/16,231	S/16,231
49	Limón	S/92,250	S/122,694	S/153,368	S/153,368	S/153,368
50	Yogurt Griego	S/91,390	S/121,551	S/151,938	S/151,938	S/151,938
51	Paprika	S/23,442	S/31,179	S/38,973	S/38,973	S/38,973
52	Pimienta Blanca	S/7,687	S/10,224	S/12,780	S/12,780	S/12,780
53	Azúcar	S/646	S/859	S/1,073	S/1,073	S/1,073
54	Mayonesa	S/38,142	S/50,729	S/63,412	S/63,412	S/63,412
55	Mostaza	S/5,651	S/7,515	S/9,394	S/9,394	S/9,394
Total		S/3,434,007	S/4,567,288	S/5,645,542	S/5,645,542	S/5,645,542

Nota. Proveedores diversos. Elaboración Propia

Asimismo, se ha considera los siguientes precios por bebida:

Tabla 108
Precio por bebida.

Programa de compra de bebidas - Sin IGV						
Ítem	Materiales directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Chicha	S/21,425	S/28,570	S/35,710	S/35,710	S/35,710
2	Infusiones	S/22,855	S/30,474	S/38,092	S/38,092	S/38,092
3	Agua mineral con/sin gas embotellada	S/175,694	S/234,263	S/292,826	S/292,826	S/292,826
4	Free Tea Limón Light	S/57,618	S/76,817	S/96,017	S/96,017	S/96,017
5	Coca – Cola Zero	S/21,427	S/28,566	S/35,710	S/35,710	S/35,710
6	Inka – Cola Zero	S/15,240	S/20,314	S/25,392	S/25,392	S/25,392
Total		S/314,260	S/419,003	S/523,747	S/523,747	S/523,747

Nota: Diversos proveedores. Elaboración Propia

Considerando los precios de los insumos se obtiene el siguiente programa de compras de insumos:

Tabla 109

Programa de compras de insumos – con IGV.

Programa de ventas Valorizado - Con IGV						
Ítem	Materiales directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Espinaca	S/25,546	S/33,976	S/42,470	S/42,470	S/42,470
2	Manzana	S/6,235	S/8,293	S/10,366	S/10,366	S/10,366
3	Pasas	S/26,218	S/34,870	S/43,588	S/43,588	S/43,588
4	Queso paria	S/64,914	S/86,337	S/107,922	S/107,922	S/107,922
5	Nueces	S/78,654	S/104,611	S/130,763	S/130,763	S/130,763
6	Trucha	S/411,755	S/547,641	S/684,551	S/684,551	S/684,551
7	Salmón	S/431,362	S/573,719	S/717,149	S/717,149	S/717,149
8	Queso fresco	S/274,205	S/364,697	S/455,871	S/455,871	S/455,871
9	Coboulete picado	S/8,874	S/11,802	S/14,753	S/14,753	S/14,753
10	Lechuga Americana	S/68,547	S/91,169	S/113,961	S/113,961	S/113,961
11	Tomate	S/51,817	S/68,917	S/86,147	S/86,147	S/86,147
12	Eneldo	S/13,530	S/17,995	S/22,493	S/22,493	S/22,493
13	Quinua	S/93,219	S/123,983	S/154,979	S/154,979	S/154,979
14	Cebolla	S/15,208	S/20,227	S/25,283	S/25,283	S/25,283
15	Perejil	S/2,465	S/3,278	S/4,098	S/4,098	S/4,098
16	Tomate cherry	S/95,012	S/126,367	S/157,959	S/157,959	S/157,959
17	Pimienta roja	S/11,503	S/15,299	S/19,124	S/19,124	S/19,124
18	Pimienta amarillo	S/11,503	S/15,299	S/19,124	S/19,124	S/19,124
19	Trucha	S/235,289	S/312,938	S/391,172	S/391,172	S/391,172
20	Albaca	S/20,436	S/27,181	S/33,976	S/33,976	S/33,976
21	Pecanas	S/104,871	S/139,481	S/174,351	S/174,351	S/174,351
22	Chuleta de cerdo	S/133,610	S/177,704	S/222,130	S/222,130	S/222,130
23	Garbanzo	S/80,581	S/107,174	S/133,967	S/133,967	S/133,967
24	Alverjas	S/12,041	S/16,014	S/20,018	S/20,018	S/20,018
25	Brócoli	S/9,471	S/12,597	S/15,746	S/15,746	S/15,746
26	Coliflor	S/9,107	S/12,113	S/15,141	S/15,141	S/15,141
27	Apio	S/5,503	S/7,318	S/9,148	S/9,148	S/9,148
28	Zanahoria	S/34,352	S/45,689	S/57,111	S/57,111	S/57,111
29	Huevo de codorniz	S/241,862	S/321,680	S/402,100	S/402,100	S/402,100
30	Filete de lomo de cerdo	S/117,644	S/156,469	S/195,586	S/195,586	S/195,586
31	Tocino	S/79,176	S/105,306	S/131,633	S/131,633	S/131,633
32	Queso parmesano	S/125,020	S/166,279	S/207,849	S/207,849	S/207,849
33	Pan baguete	S/2,913	S/3,874	S/3,874	S/3,874	S/3,874
34	Palta fuerte	S/14,509	S/19,298	S/19,298	S/19,298	S/19,298
35	Filete de pollo	S/294,111	S/391,172	S/488,965	S/488,965	S/488,965
36	Aceituna	S/36,152	S/48,083	S/48,083	S/48,083	S/48,083
37	Pepino	S/2,876	S/3,825	S/3,825	S/3,825	S/3,825
38	Choclo	S/10,588	S/14,082	S/14,082	S/14,082	S/14,082
39	Plátano	S/21,711	S/28,876	S/28,876	S/28,876	S/28,876
40	kiwi	S/53,282	S/70,866	S/70,866	S/70,866	S/70,866
41	Melocotón	S/32,567	S/43,315	S/43,315	S/43,315	S/43,315
42	Papaya	S/22,707	S/30,201	S/30,201	S/30,201	S/30,201
43	Piña	S/21,213	S/28,214	S/28,214	S/28,214	S/28,214
44	Aceite de oliva virgen	S/178,545	S/237,468	S/296,835	S/296,835	S/296,835
45	Vinagre	S/30,177	S/40,135	S/50,169	S/50,169	S/50,169
46	Miel	S/105,964	S/140,934	S/176,167	S/176,167	S/176,167
47	Sal	S/824	S/1,099	S/1,374	S/1,374	S/1,374
48	Pimienta negra	S/11,520	S/15,322	S/19,153	S/19,153	S/19,153
49	Limón	S/108,855	S/144,779	S/180,974	S/180,974	S/180,974
50	Yogurt Griego	S/107,841	S/143,430	S/179,287	S/179,287	S/179,287
51	Paprika	S/27,662	S/36,791	S/45,989	S/45,989	S/45,989
52	Pimienta Blanca	S/9,071	S/12,064	S/15,080	S/15,080	S/15,080
53	Azúcar	S/762	S/1,013	S/1,267	S/1,267	S/1,267
54	Mayonesa	S/45,007	S/59,861	S/74,826	S/74,826	S/74,826
55	Mostaza	S/6,668	S/8,868	S/11,085	S/11,085	S/11,085
Total		S/4,045,057	S/5,379,995	S/6,652,335	S/6,652,335	S/6,652,335

Nota: Elaboración Propia.

Por otro lado, considerando el precio de bebidas y el programa de ventas, se obtiene el programa de adquisición de bebidas:

Tabla 110

Programa de compras de bebidas – con IGV.

Programa de compra de bebidas - Con IGV

Ítem	Materiales directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Chicha	S/25,282	S/33,712	S/42,138	S/42,138	S/42,138
2	Infusiones	S/26,968	S/35,959	S/44,948	S/44,948	S/44,948
3	Agua mineral con/sin gas embotellada	S/207,319	S/276,430	S/345,534	S/345,534	S/345,534
4	Free Tea Limón Light	S/67,989	S/90,645	S/113,300	S/113,300	S/113,300
5	Coca – Cola Zero	S/25,284	S/33,708	S/42,138	S/42,138	S/42,138
6	Inka – Cola Zero	S/17,983	S/23,970	S/29,963	S/29,963	S/29,963
Total		S/370,826	S/494,424	S/618,021	S/618,021	S/618,021

Nota: Elaboración Propia.

6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

Considerando que va a tener un local de operaciones, así como locales de venta del producto se ha considerado dos tipos de mano de obra directa:

1. Personal de cocina

- Se ha considerado Mano de Obra directa a los trabajadores directamente relacionados con la preparación de insumos, en el caso del centro de operaciones, será los maestros de cocina y ayudantes de cocinas, no se considera a los ayudantes de Limpieza dado que ellos serán personal de apoyo con funciones diversas.
- En total el personal de cocina, serán 26 personas para el primer año, 36 personas para el segundo año y de forma consecutiva serán 45 personas para los años tercero al quinto, los cuales en promedio procesarán de 980 kilos de insumos por día al año 1, los cuales se hervirán, pellarán, sancocharán y cocinarán en los diferentes equipos a utilizar y presentar en el siguiente punto (6.23).

2. Personal de atención al público

- En el servicio se ha considerado que el personal que va a ser considerado MOD, tiene contacto directo con los insumos y el cliente, como es el "Armador de la ensalada", como se ha mostrado en el punto 6.21 Flujo de servicio. Para poder atender la demanda estimada se requiere a 3 personas al primer año, 4 personas al segundo año y 5 personas durante el tercer al quinto año, en esa función de manera permanente por local, lo cual da como resultado 12 en al primer año, 16 al segundo año y 20 personas durante el tercer al quinto año en dicha función.

Se estima que el gasto en el personal MOD será el siguiente:

Tabla 111

Requerimiento de Mano de Obra Directa.

PLANILLA MOD - AÑO 1										
Ítem	Puesto	Q	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral	Sueldo básico Anual	Gratificaciones - 2 sueldos por año	SUB-TOTAL	ESSALUD	CTS - 1 sueldo por año	Planilla Anual
				10% de RMV						
1	Maestro de Cocina	2	2000	93	52152	8000	60152	5414	4000	69566
2	Ayudante de cocina	19	1500	93	481824	72000	553824	49844	36000	639668
3	Armador de ensalada	14	1200	93	230664	33600	264264	23784	16800	304848
TOTAL		35	Sl. 4,700	Sl. 279	Sl. 764,640	Sl. 113,600	Sl. 878,240	Sl. 79,042	Sl. 56,800	Sl. 1,014,082
PLANILLA MOD - AÑO 2										
				10% de RMV						
								9.00%		
1	Maestro de Cocina	2	2000	93	52152	8000	60152	5414	4000	69566
2	Ayudante de cocina	23	1500	93	682584	102000	784584	70613	51000	906197
3	Armador de ensalada	18	1200	93	296568	43200	339768	30579	21600	391947
TOTAL		43	Sl. 4,700	Sl. 279	Sl. 1,031,304	Sl. 153,200	Sl. 1,184,504	Sl. 106,605	Sl. 76,600	Sl. 1,367,709
PLANILLA MOD - AÑO 3 - AÑO 5										
				10% de RMV						
								9.00%		
1	Maestro de Cocina	2	2000	93	52152	8000	60152	5414	4000	69566
2	Ayudante de cocina	30	1500	93	863268	129000	992268	89304	64500	1146072
3	Armador de ensalada	22	1200	93	362472	52800	415272	37374	26400	479046
TOTAL		54	Sl. 4,700	Sl. 279	Sl. 1,277,892	Sl. 189,800	Sl. 1,467,692	Sl. 132,092	Sl. 94,900	Sl. 1,694,684

Nota: Elaboración Propia.

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinaria

A continuación, se presentan las máquinas requeridas para el proyecto:

Tabla 112
Maquinaria.

	Horno combinado
	Modelo ANCY - PE - COC – 094 Tiene diez niveles Capacidad de 600 unidades Temperatura promedio > 250 °C Temperatura óptima > 250 °C
	<i>Campana Extractora</i> Modelo ANCY - PE - COC - 020
	Cámara de refrigeración. Cerramiento lateral en panel PIR paneles de poliuretano PIR-Clase 1. H=3.5 m
	Puerta de cámara, refuerzos metálicos para panel.
	Equipo de Refrigeración Vertical. Modelo ANCY - PE - COC - 070.
	Tres puertas
	Unidad de Transporte Marca Mercedes – Benz Modelo HD 65 Motor D4DB-D Capacidad de carga 4145 kg Con sistema de refrigeración Combustible Diésel

Nota: Elaboración propia.

Tabla 113

Requerimiento de Maquinaria.

N°	Maquinaria	Q	Costo unitario sin IGV	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
1	Licuada industrial 4L	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 270.00	S/. 1,770.00
2	Horno combinado Rational	1	S/. 27,118.64	S/. 27,118.64	S/. 4,881.36	S/. 32,000.00
3	Campana extractora	1	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00
4	Cámara de Frío	2	S/. 90,305.08	S/. 180,610.17	S/. 32,509.83	S/. 213,120.00
5	Visicooler 1200L	4	S/. 6,327.00	S/. 25,308.00	S/. 4,555.44	S/. 29,863.44
6	Unidad de Transporte	2	S/. 40,919	S/. 81,838.00	S/. 14,730.84	S/. 96,568.84
7	Cocina Industrial de 6 hornillas	1	S/. 8,466.10	S/. 8,466.10	S/. 1,523.90	S/. 9,990.00
8	Difusores - Unidad Btizer	3	S/. 11,016.95	S/. 33,050.85	S/. 5,949.15	S/. 39,000.00
Total		15		S/. 358,188.38	S/. 64,473.91	S/. 422,662.28

Nota: Elaboración propia.

6.3.2. Equipos.

Operaciones

Tabla 114

Equipos operaciones.

Balanza Electrónica.	
	Marca: Balanzas ACS
	Capacidad: 300 kg
	Dimensiones: Largo:0,6 m, Ancho: 0,46 m
	Precio: US\$ 250,00
	Especificaciones: Plataforma de acero inoxidable. Corriente o batería
Fuente: Balanzas ACS (2018)	
Lavadero 03 pozas.	
	· Dimensiones aprox.: 210(a) x 70(p)
	· Acero inoxidable
	· 03 Pozas

Nota: Elaboración propia.

Tabla 115
Equipos operaciones II.

Cocina Industrial.



- ANCY - PE - COC – 026
- Seis hornillas
- Acero inoxidable

Salad Bar.

Modelo ANCY - PE - COC – 080

Capacidad 200 Kg

Seis compartimientos



Nota: Elaboración propia.

Tabla 116
Requerimiento de Equipos.

N°	Equipos	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
Área de Operaciones						
1	Balanza electrónica	2	S/. 701.27	S/. 1,402.54	S/. 252.46	S/. 1,655.00
2	Balanza de mesa – Gramera	2	S/. 25.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
3	Aire Acondicionado	1	S/. 677.97	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
4	Lavadero de tres Pozas	5	S/. 2,340.00	S/. 11,700.00	S/. 2,106.00	S/. 13,806.00
5	Lavadero de una Poza	1	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 708.00
6	Lavadero de manos con pedal	6	S/. 1,800.00	S/. 10,800.00	S/. 1,944.00	S/. 12,744.00
7	Microondas	4	S/. 729.00	S/. 2,916.00	S/. 524.88	S/. 3,440.88
8	Mesa trabajo acero inoxidable	4	S/. 2,334.00	S/. 9,336.00	S/. 1,680.48	S/. 11,016.48
9	Mesa de trabajo con teflón	7	S/. 2,800.00	S/. 19,600.00	S/. 3,528.00	S/. 23,128.00
10	Salad bar	4	S/. 5,569.49	S/. 22,277.96	S/. 4,010.03	S/. 26,287.99
10	Computadora de escritorio	2	S/. 2,118.64	S/. 4,237.29	S/. 762.71	S/. 5,000.00
Total		33		S/. 83,597.76	S/. 15,047.60	S/. 98,645.35

Nota: Elaboración propia.

Administración

Tabla 117
Computadora de escritorio.
IMAGEN



DESCRIPCION

- Marca Lenovo
- Modelo C40-30
- Memoria RAM 4GB
- Medida 5.1cm x 52.97cm
- Procesador Intel Core i3
- Disco duro 1TG
- Windows 8.1 incluido
- Un año de garantía



Impresora Multifuncional

- Marca HP
- Modelo Epson L575 Tinta Continua
- Funciones: impresión, copia, escaneado
- Bandeja de papel de 60 hojas
- Bandeja de salida de papel 25 hojas
- Soporte de impresión: A4, A6, Velocidad 7ppm

Teléfono alámbrico

- Teléfono con identificador de llamadas
- Modelo según operador telefónico.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 118
Requerimiento de Administración.

Área Administración	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
1 Computadora de escritorio	2	S/. 2,118.64	S/. 4,237.28	S/. 762.71	S/. 4,999.99
2 Laptops Gerencia	6	S/. 2,552.00	S/. 15,312.00	S/. 2,756.16	S/. 18,068.16
3 Impresora multifuncional	1	S/. 550.85	S/. 550.85	S/. 99.15	S/. 650.00
4 Teléfono alámbrico	4	S/. 36.44	S/. 145.76	S/. 26.24	S/. 172.00
5 Caja registradora digital	8	S/. 1,655.01	S/. 13,240.08	S/. 2,383.21	S/. 15,623.29
Total	92		S/. 200,681.48	S/. 36,122.67	S/. 236,804.15

Nota: Elaboración propia.

6.3.3. Herramientas.

Tabla 119
Herramientas.
IMAGEN

IMAGEN	DESCRIPCION
	<i>Dispensador de cinta de embalaje</i> · Marca Pegafan · Para cintas de 2" x 25,33 40, 55, 110 yds
	<i>Coche Transportador</i> · Plegable · Capacidad de 500 kg · Venta exclusiva de Sodimac
	Robot Coupe Capacidad 15 Kg
	Licuadora Industrial Capacidad 15 Litros Jaba de plástico
	Multiusos Apilable hasta con siete unidades iguales Medida: 50 x 35 x 30 cm Capacidad de 40 litros

Nota: Elaboración propia.

Tabla 120

Requerimiento de Herramientas.

N°	Herramientas	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
1	Dispensador de cinta	3	S/. 16.86	S/. 50.59	S/. 9.11	S/. 59.70
2	Coche transportador	4	S/. 677.97	S/. 2,711.86	S/. 488.14	S/. 3,200.00
3	Peladora de vegetales	10	S/. 838.98	S/. 8,389.83	S/. 1,510.17	S/. 9,900.00
4	Termómetro Caliente	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
5	Robot coupe	1	S/. 508.47	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00
6	Exprimidor de limón	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.90	S/. 5.90
7	Jaba de plástico	100	S/. 16.53	S/. 1,652.54	S/. 297.46	S/. 1,950.00
Total		125		S/. 13,438.31	S/. 2,418.89	S/. 15,857.20

Nota: Elaboración propia.

6.3.4. Utensilios.

Tabla 121

Requerimiento de Utensilios

N°	Utensilios	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
Área de Operaciones						
1	Taper de plástico con tapa de 15 Lts	40	S/. 16.40	S/. 656.00	S/. 118.08	S/. 774.08
2	Desinfectante Dioxill plus Ltr. 1	20	S/. 45.00	S/. 900.00	S/. 162.00	S/. 1,062.00
3	Cinta de embalaje	120	S/. 5.85	S/. 701.69	S/. 126.31	S/. 828.00
4	Cuchillo especial para corte de fruta	18	S/. 80.00	S/. 1,440.00	S/. 259.20	S/. 1,699.20
5	Guantes desechables (caja x 100unid)	250	S/. 14.32	S/. 3,580.51	S/. 644.49	S/. 4,225.00
6	Gorro desechable (caja x 100 unid)	250	S/. 14.32	S/. 3,580.51	S/. 644.49	S/. 4,225.00
7	Juego de sartenes	5	S/. 201.69	S/. 1,008.47	S/. 181.53	S/. 1,190.00
8	Juego de ollas	1	S/. 422.88	S/. 422.88	S/. 76.12	S/. 499.00
9	Juego de cuchillos	4	S/. 227.97	S/. 911.86	S/. 164.14	S/. 1,076.00
10	Utensilios de cocina	6	S/. 134.75	S/. 808.47	S/. 145.53	S/. 954.00
11	Taper de plástico con tapa de 60 Lts	60	S/. 35.00	S/. 2,100.00	S/. 378.00	S/. 2,478.00
12	Recipiente de acero	30	S/. 44.07	S/. 1,322.03	S/. 237.97	S/. 1,560.00
13	Juego de cubiertos	2	S/. 146.61	S/. 293.22	S/. 52.78	S/. 346.00
14	Espátulas de metal (Quirúrgico)	4	S/. 130.00	S/. 520.00	S/. 93.60	S/. 613.60
15	Cepillo limpiador	3	S/. 20.83	S/. 62.49	S/. 11.25	S/. 73.74
16	Pack de Cucharas medidoras	5	S/. 16.02	S/. 80.08	S/. 14.42	S/. 94.50
17	Balde de plástico de 20 Lts	9	S/. 45.00	S/. 405.00	S/. 72.90	S/. 477.90
18	Jarra medidora	10	S/. 16.10	S/. 161.02	S/. 28.98	S/. 190.00
19	Bandeja de acero inoxidable	22	S/. 25.42	S/. 559.32	S/. 100.68	S/. 660.00
20	Uniforme	50	S/. 67.80	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00
21	Individual de papel	50000	S/. 0.05	S/. 2,305.00	S/. 414.90	S/. 2,719.90
Total		50909		S/. 25,208.41	S/. 4,537.51	S/. 29,745.92

Nota: Elaboración propia.

Tabla 122
Utensilios

PRODUCTO	IMAGEN	DESCRIPCION
Cinta de embalaje		• Marca Topex • Medida 2"x100m • Color transparente •
Cuchillo especial para corte de fruta		• Acero inoxidable.
Guantes desechables		• Látex • Presentación en caja de 100 unidades
Gorros desechables		• Nylon • Presentación en caja de 100 unidades
Juego de sartenes		• Acero inoxidable • Modelos Fareware Classic
Juego de ollas		• Acero inoxidable • Cantidad: cinco • Modelo: olla de 40cm
Juego de cuchillos		• Marca Tramontina • Acero inoxidable • Modelo Century Chef • Mango de policarbonato • Contiene 4 cuchillos y un maletín de estuche

Nota: Elaboración propia.

Tabla 123
Utensilios I.

PRODUCTO	IMAGEN	DESCRIPCION
Juego de cubiertos		• Contenido: 24 cubiertos • Tenedores 6; cuchillos 6; cucharas 6, cucharitas 6.
Cepillo limpiador		• Cepillo de plástico con cerdas de jébe para frutas y verduras.
Pack de Cucharas medidoras		• Pack de cinco piezas • Marca Home Colletion • Peso 0.8 kg
Uniforme		• Chaqueta manga larga blanca • Pantalón negro • Delantal estilo francés

Nota: Elaboración propia.

6.3.5. Mobiliario.

IMAGEN



DESCRIPCION

Anaqueles para almacén

Resistencia por repisa de 400kg

Número de estantes/repisas: 4

Acero inoxidable



Escritorio

- Marca Pisopak
- Modelo X1245561
- Color marrón
- Fabricado en melamina
- 1 repisa, 3 cajones
- Medida 76x120x57cm
- Garantía 1 año



Silla de escritorio

- Marca Mica
- Color negro blanco
- Material metal y nylon



Archivador

- Marca Tvillum
- Acabado melamina
- Número de repisas: 3
- Color café
- Resistencia por repisa de 10kg

Medidas Alto 1.3 mts x 1.2 mt largo, 0.4 mts ancho.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 124
Silla fija.
IMAGEN



DESCRIPCION

Mesa de Trabajo

- Marca Inochef
- Acero inoxidable
- Repisas superiores: 2
- Repisas inferiores: 1



Silla fija

- Marca Tvilum
- Acabado melanina
- Número de repisas: 3
- Color café
- Resistencia por repisa de 10kg

Medidas Alto 1.3 mts x 1.2 mt largo, 0.4 mts ancho.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 125
Requerimiento de Mobiliario.

N°	Mobiliario	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
Área de Operaciones						
1	Anaqueles	5	S/. 800.00	S/. 4,000.00	S/. 720.00	S/. 4,720.00
2	Mesa de trabajo	2	S/. 838.98	S/. 1,677.97	S/. 302.03	S/. 1,980.00
3	Silla plegable	3	S/. 76.27	S/. 228.81	S/. 41.19	S/. 270.00
4	Escritorio	2	S/. 161.02	S/. 322.04	S/. 57.97	S/. 380.01
5	Silla de escritorio	2	S/. 152.54	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00
6	Archivador	1	S/. 169.49	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
Área Administración						
7	Escritorio	2	S/. 169.49	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00
8	Mueble de impresora	1	S/. 202.54	S/. 202.54	S/. 36.46	S/. 239.00
9	Silla de escritorio	2	S/. 152.54	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00
10	Pizarra de corcho	1	S/. 42.29	S/. 42.29	S/. 7.61	S/. 49.90
11	Juego de estantes	2	S/. 1,271.19	S/. 2,542.37	S/. 457.63	S/. 3,000.00
Total		21		S/. 10,134.67	S/. 1,824.24	S/. 11,958.91

Nota: Elaboración propia.

6.3.6. Útiles de oficina.

Los útiles para las oficinas serán comprados en la tienda Tai loy y serán los siguientes:

- Lapicero, lápiz, borrador
- Corrector
- Resaltador
- Tinta para impresora
- Hojas bond A-4
- Folder y sobres manila
- Archivador
- Block de notas
- Post-it
- Perforador
- Engrapadora, grapas.

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 126

Programa de Mantenimiento

Concepto	Q	Frecuencia	Veces al año	Costo x servicio	Costo anual
Máquinas					
Horno combinado	1	Semestral	2	S/. 200.0	S/. 400.0
Campana extractora	1	Semestral	2	S/. 60.0	S/. 120.0
Cámara de refrigeración 1000 kg	2	Semestral	2	S/. 180.0	S/. 720.0
Equipo de refrigeración vertical	4	Semestral	2	S/. 180.0	S/. 1,440.0
Unidad de Transporte	2	Mensual	12	S/. 500.0	S/. 12,000.0
Equipos					
Deshumecedor	1	Trimestral	4	S/. 55.0	S/. 220.0
Lavadora de frutas y verduras 100 L	5	Trimestral	4	S/. 120.0	S/. 2,400.0
Plancha freidora	4	Semestral	2	S/. 120.0	S/. 960.0
Mesa refrigeradora	4	Semestral	2	S/. 180.0	S/. 1,440.0
Salad bar	4	Semestral	2	S/. 180.0	S/. 1,440.0
Total	28				S/. 21,140.0

Nota: Elaboración propia.

6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 127

Programa de reposición.

Concepto	Cantidad	Frecuencia	Veces al año	Costo unitario	Costo Anual sin IGV	Costo Anual con IGV
Herramientas						
Dispensador de cinta	3	Anual	1	S/. 16.9	S/. 50.59	S/. 59.7
Coche transportador	4	Anual	1	S/. 678.0	S/. 2,711.86	S/. 3,200.0
Peladora de vegetales	5	Anual	1	S/. 839.0	S/. 4,194.92	S/. 4,950.0
Robot coupe	1	Anual	1	S/. 508.5	S/. 508.47	S/. 600.0
Licuada industrial	1	Anual	1	S/. 1,500.0	S/. 1,500.00	S/. 1,770.0
Jaba de plástico	2	Anual	1	S/. 16.5	S/. 33.05	S/. 39.0
Utensilios						
Cinta de embalaje	120	Trimestral	4	S/. 5.8	S/. 2,806.78	S/. 3,312.0
Cuchillo especial para corte de fruta	18	Anual	1	S/. 80.0	S/. 1,440.00	S/. 1,699.2
Guantes desechables (caja x 100unid)	250	Trimestral	4	S/. 14.3	S/. 14,322.03	S/. 16,900.0
Gorro desechable (caja x 100 unid)	250	Trimestral	4	S/. 14.3	S/. 14,322.03	S/. 16,900.0
Utensilios de cocina	1	Anual	1	S/. 134.7	S/. 134.75	S/. 159.0
Tabla de picar	1	Trimestral	4	S/. 35.0	S/. 140.00	S/. 165.2
Pirex para ensaladas	1	Anual	1	S/. 44.1	S/. 44.07	S/. 52.0
Cepillo limpiador	3	Anual	1	S/. 20.8	S/. 62.49	S/. 73.7
Tapas de silicona flexible	2	Anual	1	S/. 45.0	S/. 90.00	S/. 106.2
Uniforme	50	Anual	1	S/. 67.8	S/. 3,389.83	S/. 4,000.0
Total	712			S/. 4,020.7	S/. 45,750.9	S/. 53,986.0

Nota: Elaboración propia.

6.3.9. Programa de compras posteriores

Se puede observar el detalle a continuación:

Tabla 128

Programa de compras posteriores

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Campana extractora				0	
Coche transportador				0	
Computadora de escritorio				0	
Impresora multifuncional				0	

Nota: Elaboración propia.

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización.

La dirección de la empresa se determinó por los factores:

- Cercanía a los puntos de venta
- Costo de compra
- Cercanía a los proveedores
- Vías de acceso
- Costo de operación

A los factores mencionados se les dará un valor porcentual de acuerdo al nivel de importancia que tenga para el proyecto. Al factor más importante se les ha dado un 25%, y al más bajo 15% de acuerdo a su nivel de importancia.

Se ha considerado como potencial ubicación distritos de Lima donde existan zonas comerciales e industriales, tales como Ate, Breña y San Luis. Los distritos serán evaluados conforme a los factores y se les dará una calificación del 1 al 10, siendo 1 la calificación más baja del distrito respecto a la variable evaluada y 10 la calificación más alta.

Tabla 129

Evaluación de Macro - Localización

Factor	Peso	San Luis		Breña		Ate	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Tipo de ruta	25%	6	1.5	6	1.5	6	1.5
Tiempo de demora	25%	6	0.9	6	0.9	6	1.5
Cercanía a los proveedores ³	30%	5	1	7	1.4	8	2.4
Vías de acceso ⁴	10%	5	1	6	1.2	5	0.5
Disponibilidad de Mano de Obra	20%	5	1	5	1	7	1.4
Total	100%		5.4		6		7.3

Nota: Elaboración propia.

- (1) **Cercanía a los puntos de venta.** El local debe estar ubicado cerca de los puntos de venta para que el traslado de materiales y productos sea más fácil.
- (2) **Costo de Compra** No debe ser un obstáculo para el negocio, el tope según investigación hecha es menor a 1500\$ por m².
- (3) **Cercanía a los proveedores.** Es importante que el distrito donde se ubique el local sea cercano a nuestros principales proveedores y de esta manera asegurar la entrega rápida de nuestros insumos.
- (4) **Vías de acceso.** Es fundamental que el local no sea un problema a la hora de despachar y enviar los insumos.
- (5) **Acceso de personal:** El local debe estar ubicado cerca de avenidas principales para que el traslado de materiales y productos sea más fácil, así como la llegada diaria de los trabajadores.

El distrito escogido es Ate por tener mayor cercanía a los puntos de ventas, un menor costo de compra, un mejor acceso al personal y unas adecuadas vías de acceso.



Figura 105. Macro - Localización de la Empresa en el distrito de Ate.

Adaptado de Google Maps.

6.4.2. Micro localización.

Para considerar la exacta ubicación del local de la empresa se revisa las calles o avenidas dentro del distrito escogido en la macro localización; en otras palabras, dentro del distrito de Ate. se presentara las direcciones tomadas en cuenta la micro localización:

Tabla 130
Opciones de Ubicación.

Dirección	Alquiler	Área total (m2)	Costo x m2	Fuente
Calle Santa Sofía 372 - Ate	\$2,600	600	\$4.33	Urbania.pe
Calle Augusto Durand con Manuel Beingolea	\$850,000	270	\$15.56	Adondevivir.com
Calle Augusto Durand 2490 San Luis	\$790,000	240	\$18.75	Urbania.pe

Nota. Adaptado de Urbania.pe y Adondevivir.com. Elaboración Propia.

Los puntos con los que se evalúa las calles y avenidas son:

- **Acceso a avenidas principales.** Es importante que el local no sea un problema a la hora de movilizar los insumos y poder distribuir el producto.
- **Tamaño de local.** Es necesario un local que tenga entre 300 m² a 600 m² para tener todas las facilidades necesarias para la producción.
- **Condiciones del local.** El área más grande del local deberá estar ubicado en el primer piso del local. Asimismo, el piso y paredes deben estar en condiciones de habitar; es decir, no se debe requerir de un acondicionamiento significativo como nivelar suelo o poner concreto a las paredes, así como no contar con mobiliario que necesite ser trasladado.
- **Lejanía a hogares.** A raíz que el proyecto indicado se dedica a la fabricación de ensaladas, habrá una cantidad de proveedores y distribuidores que puedan generar problemas acústicos o tráfico en la zona, por ello, se ha tomado en cuenta que no haya muchas zonas de domicilio, casa y colegios.
- **Instalación de agua y desagüe.** Ya que a que el proceso de producción necesita utilizar agua como parte importante de la producción, es importante que el local de producción tenga una adecuada instalación de agua potable y desagüe.

Se usará el método que para ubicar la macro-localización, tomando en cuenta a los factores con un peso según la importancia y a las calles o avenidas con una numeración del 1 al 10.

Los factores con mayor peso es acceso a avenidas principales, puesto que se requiere que los proveedores y distribuidores puedan realizar el traslado de insumos/productos sin obstáculos significativos, y la instalación de agua y desagüe es importante debido a su requerimiento en el proceso productivo. Redistribuyéndose los otros factores según su importancia para el negocio.

Tabla 131

Evaluación de la Micro Localización

Factor	Peso	Av. Guardia Civil Y Circunvalación San Luis		Calle Augusto Durand con Manuel Beingolea		Calle Santa Sofía 372 - Ate	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Acceso a avenidas principales	25%	6	1.5	8	2	9	2.25
Costo de compra	10%	9	0.9	7	0.7	6	0.6
Tamaño del local	20%	9	1.8	8	1.6	7	1.4
Condiciones del local	10%	3	0.3	7	0.7	10	1
Lejanía a hogares	15%	6	0.9	6	0.9	8	1.2
Instalación de agua y desagüe	20%	6	1.2	6	1.2	8	1.6
Total	100%		6.6		7.1		8.05

Nota: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla anterior, el local ubicado en Calle Santa Sofía 372 es el que mejor cumple con los criterios de selección y es el que se usará como local de operaciones.



Figura 106. Micro – Localización de la empresa en el distrito de San Luis.

Adaptado de Urbania. pe.

6.4.3. Gastos de adecuación.

Adecuar el local es pintar las paredes del interior de las habitaciones de operación oficina y baño, teniendo como total a pintar un área de 420 m². El pintado incluye la colocación de una pintura especial, materiales adicionales (brocha, rodillos, etc.) y prepara (mezcla de la pintura). El costo de dicho servicio es S/. 30 por m² + IGV.

También el pintado del local, se hizo una limpieza de todo el local, se realizará por el personal contratado con anticipación. Se considera que por el tamaño del local se hará en dos días aproximadamente.

También se hará la fumigación respectiva del local el cual tendrá el costo S/.400 (incluido IGV), la inspección parte eléctricas del local y del sistema de agua y desagüe.

Tabla 132

Gastos de adecuación.

Ítem	Concepto	Q	Precio S/.	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO VENTA
1	Pozo a tierra	1	S/. 2,600	S/. 2,600	S/. 468	S/. 3,068
2	Extintores	1	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
3	Fumigación General	1	S/. 400	S/. 508	S/. 92	S/. 600
4	Cambio de chapas	1	S/. 500	S/. 500	S/. 90	S/. 590
5	Revisión de instalaciones de agua / desagüe	1	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 270	S/. 1,770
6	Revisión de instalaciones eléctricas	1	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
7	Señalizaciones	1	S/. 500	S/. 500	S/. 90	S/. 590
8	Sistema de CCTV	1	S/. 4,500	S/. 4,500	S/. 810	S/. 5,310
9	Remodelación de 2do piso	1	S/. 3,800	S/. 3,800	S/. 684	S/. 4,484
10	Puertas y ventanas	1	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416
11	Adecuación de baño	1	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 360	S/. 2,360
12	Pintado	1	S/. 2,800	S/. 2,800	S/. 504	S/. 3,304
13	Tanque de agua	1	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416
Total				S/. 23,108	S/. 4,160	S/. 242,972

Nota. Proveedores varios. Elaboración Propia.

6.4.4. Gastos de servicios.

Los servicios que la empresa debe pagar por el local son: el alquiler, el teléfono e internet, el agua y la energía eléctrica.

Tabla 133

Pagos por servicio para Local.

Ítem	Concepto	Costo mensual	Veces al año	Total Anual
1	Plan Dúo Movistar	S/. 89.90	12	S/. 1,079
2	Instalación Dúo ¹	S/. 150.00	1	S/. 150
3	Agua	S/. 800.00	12	S/. 9,600
4	Celular	S/. 3,590.00	1	S/. 3,590
5	Plan RPM	S/. 399.00	12	S/. 4,788
6	Luz	S/. 500.00	12	S/. 6,000
Total con IGV		S/. 5,528.9		S/. 25,206.8
Total sin IGV		S/. 4,686		S/. 21,362
IGV		S/. 843		S/. 3,845

Nota: Elaboración Propia

6.4.5. Plano del centro de operaciones.

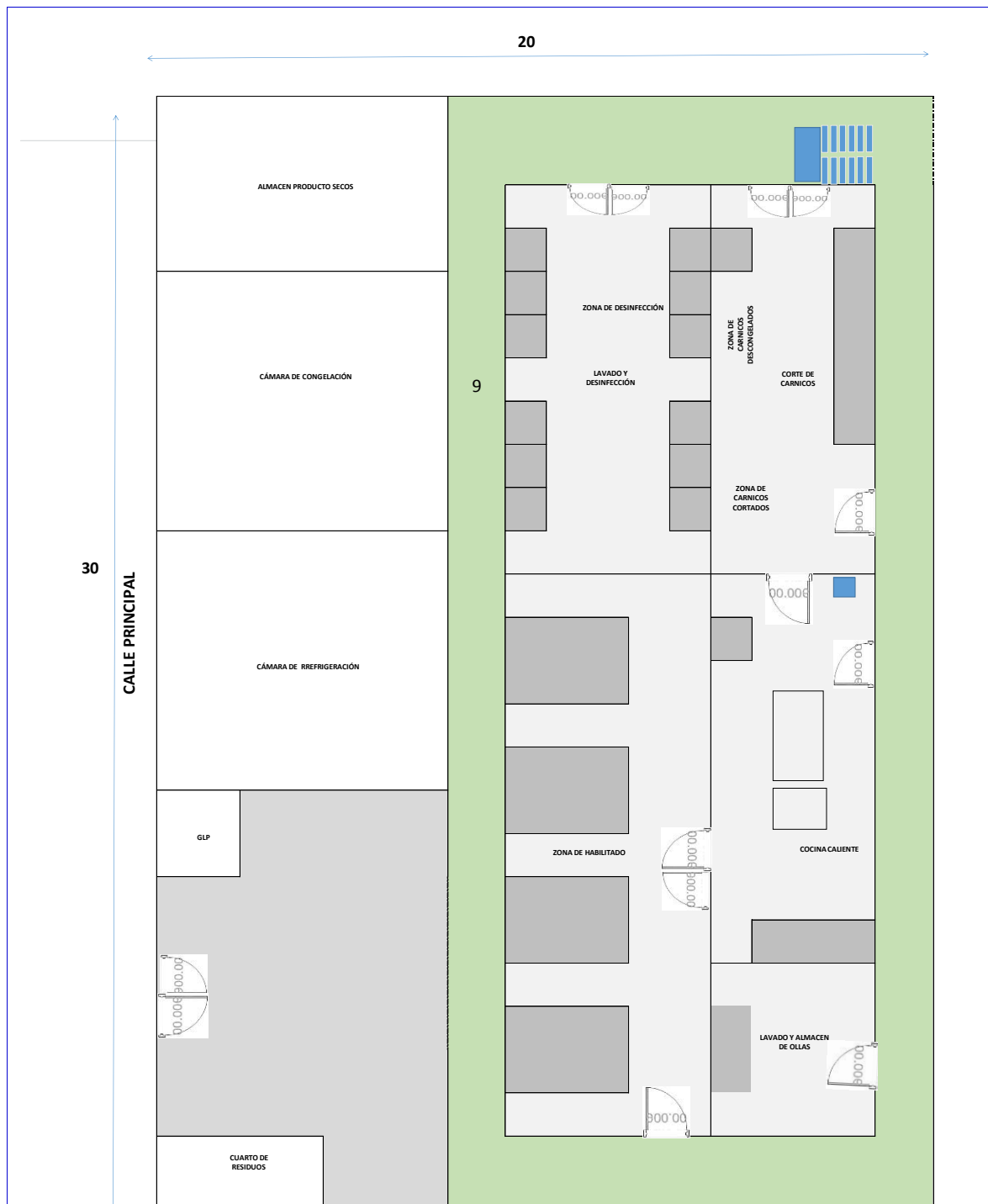


Figura 107. Plano de local. Nivel 1.
Elaboración propia.

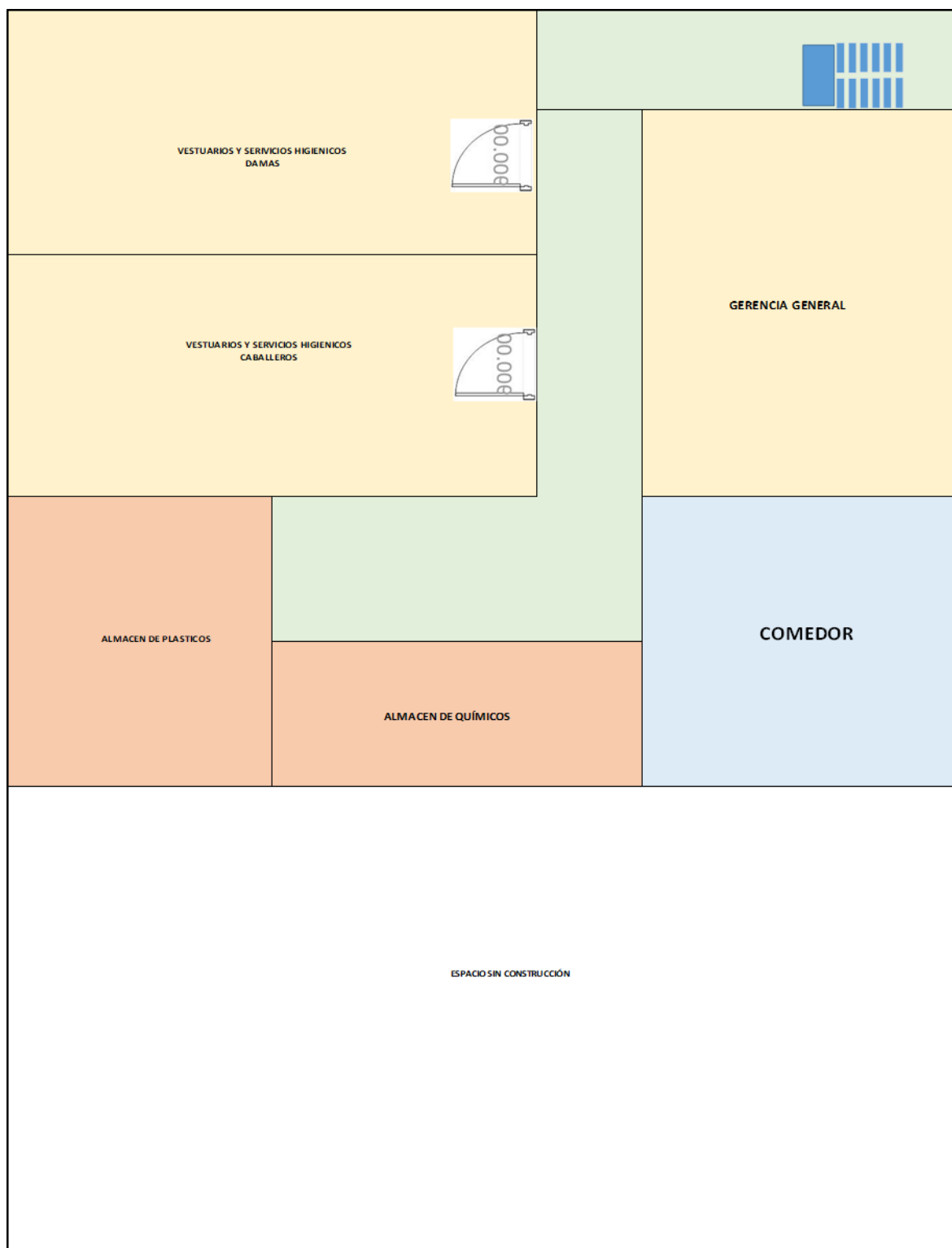


Figura 108.Plano de Local. Nivel 2.

Elaboración propia.

6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

El local tiene un tamaño de 240 m² que tendrá las siguientes áreas:

Tabla 134
Distribución de espacios

ÁREA	MEDIDA	UNIDAD	%
Zona y descarga	105.56	m2	44%
Oficinas	16.2	m2	7%
Baño dentro de oficina	6.3	m2	3%
Baños y Cambiadores	11.25	m2	5%
Almacén productos frescos	25	m2	10%
Almacén productos secos	38.25	m3	16%
Cocina	24.94	m4	10%
Pasillo	12.5	m2	5%
TOTAL	240.00	m2	100%

Nota: Elaboración propia.

La oficina será utilizada por el gerente general, jefe de administración, jefe de distribución y jefe de servicios. Mientras que las otras áreas serán utilizadas por el jefe de cocina, asistentes de cocina, personal de distribución, personal de limpieza y seguridad.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1. Impacto ambiental.

Con la finalidad de apoyar al cuidado del medio ambiente se implementará programa de gestión ambiental con actividades:

- Capacitación sobre el adecuado manejo del agua, asegurando así un estricto control de dicho recurso y utilizando un pozo de agua o tanque de agua.
- El local de operaciones se ubicará en una zona alejada de viviendas o zona residencial para no incomodar a los vecinos con el movimiento de los proveedores de insumos hacia el local de operaciones, así como al llevar los insumos listos desde el local de operaciones hacia los puntos de servicio.
- Se contará con proveedores y distribuidores que tengan sus permisos, certificados y licencia en regla (ejemplo: vehículos con revisión técnica aprobada) además de instruirlos de que no empleen el claxon más de una vez ni que griten en plena vía pública.
- Capacitación sobre el adecuado manejo de residuos líquidos y sólidos, conforme a lo que indique DIGESA y teniendo como guía el “Manual de difusión técnica N° 1 – Gestión de Residuos Peligrosos en el Perú”.

- Política de reciclaje, para ello se capacitará respecto a los materiales que se pueden reciclar y cuáles no, dichos materiales se darán a la municipalidad a penas se hagan las campañas, así como a organizaciones sociales que requieran dichos materiales.

6.5.2. Con los trabajadores.

La responsabilidad de la empresa con los trabajadores involucra las siguientes acciones:

- Respetar sus derechos laborales como vacaciones anuales, día de descanso a la semana, horas de trabajado máximo de 48 horas semanales, seguro de salud, pago puntual de sueldos, etc.
- Se brindará capacitaciones respecto al adecuado manejo del agua, residuos y de reciclaje, que permitirá al trabajador desarrollarse mejor dentro de la empresa.
- Existirá la política de no discriminación.
- Se implementará una política de inclusión, la cual brindará más oportunidades a trabajadores con alguna discapacidad para que pueda laborar en la empresa.
- Actividades de integración laboral como: almuerzo por el día del trabajo y fiestas patrias así como una fiesta de fin de año en la cual los trabajadores podrán traer a su familiar y disfrutar de comida, música y una ambiente festivo.

6.5.3. Con la comunidad.

La creación de la empresa generará más oportunidades de trabajo que irán aumentando conforme también lo haga la empresa. Asimismo, realizará las siguientes actividades de responsabilidad social frente a la comunidad:

- La empresa brindará apoyo ante eventos desafortunados (ej. Terremotos o huaycos) a través del donativo de víveres en zonas afectadas por dichos eventos.
- Se realizará campañas de nutrición. Dichas campañas se realizarán tres veces al año en la cual se capacitará a la comunidad respecto a los alimentos que debe consumir para una vida sana. Además, se dará a degustar algunas ensaladas que deben consumir en su dieta semanal y se contará con dos nutricionistas que brindarán asesoría personalizada entre los asistentes de la capacitación.

Tabla 135

Gasto mensual en actividades de Responsabilidad Social.

Actividad	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Capacitación sobre cuidado del agua	S/. 150						S/. 150						S/. 300
Capacitación sobre manejo de residuos	S/. 150						S/. 150						S/. 300
Capacitación sobre reciclaje	S/. 150						S/. 150						S/. 300
Tachos para reciclaje (3 colores)	S/. 134												S/. 134
Eventos de integración de trabajadores					S/. 250		S/. 250					S/. 3,500	S/. 4,000
Campaña de nutrición			S/. 1,131			S/. 1,131			S/. 1,131				S/. 3,394
Total sin IGV	S/. 584	S/. 0	S/. 1,131	S/. 0	S/. 250	S/. 1,131	S/. 700	S/. 0	S/. 1,131	S/. 0	S/. 0	S/. 3,500	S/. 8,428
IGV	S/. 105	S/. 0	S/. 42	S/. 0	S/. 45	S/. 42	S/. 126	S/. 0	S/. 42	S/. 0	S/. 0	S/. 630	S/. 1,517
Total con IGV	S/. 690	S/. 0	S/. 1,173	S/. 0	S/. 295	S/. 1,173	S/. 826	S/. 0	S/. 1,173	S/. 0	S/. 0	S/. 4,130	S/. 9,946

Nota: Elaboración propia.

Tabla 136

Gasto anual en actividades de Responsabilidad social.

Actividad	2020	2021	2022	2023	2024
Capacitación sobre cuidado del agua	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Capacitación sobre manejo de residuos	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Capacitación sobre reciclaje	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Tachos para reciclaje (3 colores)	S/. 134	S/. 134	S/. 134	S/. 134	S/. 134
Eventos de integración de trabajadores	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
Campaña de nutrición	S/. 3,394	S/. 3,394	S/. 3,394	S/. 3,394	S/. 3,394
Total sin IGV	S/. 8,428	S/. 8,428	S/. 8,428	S/. 8,428	S/. 8,428
IGV	S/. 1,517	S/. 1,517	S/. 1,517	S/. 1,517	S/. 1,517
Total con IGV	S/. 9,946	S/. 9,946	S/. 9,946	S/. 9,946	S/. 9,946

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Se considera como activos depreciables aquellos que conforme a la ley de impuesto a la renta tienen un valor unitario mayor a $\frac{1}{4}$ de la unidad impositiva tributaria (UIT). La UIT para el 2019 equivale a S/. 4200, por lo que el valor unitario de los activos que se deprecien debe ser mayor a S/. 1050.

Asimismo, conforme al artículo 23 de la ley mencionada “la regla de $\frac{1}{4}$ de UIT no es de aplicación cuando los referidos bienes – muebles cuyo costo es menor al $\frac{1}{4}$ de UIT, es necesario formar parte de un conjunto o equipo”, por tal motivo, los equipos como impresora se consideran activo depreciable.

La inversión en activo fijo depreciable asciende a S/. 1, 360,222 con IGV y sin IGV asciende a S/. 878,154. La inversión corresponde a las máquinas, equipo y mobiliario necesario para operar el presente proyecto.

A continuación, se detalla la inversión en activos que cumple con lo indicado a Ley.

TC - Mayo 2019 = 3.324

.

Tabla 137

Inversión en activo fijo depreciable – Operaciones.

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO DEPRECIABLE – OPERACIONES

Item	Descripción	Tipo	Unidad	Q	Costo Unitario	Total Costo sin IGV	IGV	Total Costo con IGV
	Caja registradora digital	Equipo	Unidad	8	1655.01	S/13,240	S/2,383	S/15,623
1	Lavadero de manos con pedal	Equipo	Unidad	6	S/1,800	S/10,800	S/1,944	S/12,744
2	Licuada industrial 4L	Maquinaria	Unidad	1	S/1,500	S/1,500	S/270	S/1,770
3	Horno combinado Rational	Maquinaria	Unidad	1	S/20,339	S/20,339	S/3,661	S/24,000
4	Cámara de Frío	Maquinaria	Unidad	2	S/180,610	S/361,220	S/65,020	S/426,240
5	Visicooler 1200L	Maquinaria	Unidad	4	S/26,640	S/106,560	S/19,181	S/125,741
6	Unidad de Transporte	Maquinaria	Unidad	2	S/81,839	S/163,678	S/29,462	S/193,140
7	Cocina Industrial de 6 hornillas	Maquinaria	Unidad	3	S/33,051	S/99,153	S/17,847	S/117,000
8	Lavadero de dos Pozas	Equipo	Unidad	5	S/2,340	S/11,700	S/2,106	S/13,806
9	Lavadero de manos con pedal	Equipo	Unidad	6	S/1,800	S/10,800	S/1,944	S/12,744
10	Mesa de trabajo con teflon	Equipo	Unidad	7	S/2,800	S/19,600	S/3,528	S/23,128
11	Salad bar	Equipo	Unidad	4	S/5,569	S/22,276	S/4,010	S/26,286
12	Computadora de escritorio	Equipo	Unidad	2	S/2,119	S/4,237	S/763	S/5,000
13	Difusores - Unidad Btizer	Equipo	Unidad	3	S/11,017	S/33,051	S/5,949	S/39,000
TOTAL PRODUCCIÓN						S/. 878,154	S/. 158,068	S/. 1,036,222

Nota: Elaboración propia.

Tabla 138

Inversión en activo fijo depreciables - Administración

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO DEPRECIABLE – ADMINISTRACIÓN

Ítem	Descripción	Tipo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Total Costo sin IGV	IGV	Total Costo con IGV
1	Computadora de escritorio	Equipo	Unidad	2	S/. 2,119	S/. 4,237	S/. 763	S/. 5,000
2	Laptops Gerencia	Equipo	Unidad	6	S/. 2,552	S/. 15,312	S/. 2,756	S/. 18,068
TOTAL ADMINISTRACIÓN						S/. 19,549	S/. 3,519	S/. 23,068

Nota: Elaboración propia.

Tabla 139

Inversión en activo fijo depreciables – Ventas

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO DEPRECIABLE – VENTAS

Item	Descripción	Tipo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Total Costo sin IGV	IGV	Total Costo con IGV
1	Computadora de escritorio	Equipo	Unidad	2	S/. 2,119	S/. 4,237	S/. 763	S/. 5,000
2	Caja registradora	Equipo	Unidad	8	S/. 1,655	S/. 13,240	S/. 2,383	S/. 15,623
TOTAL VENTAS						S/. 17,477	S/. 3,146	S/. 20,623

Nota: Elaboración propia.

Tabla 140

Cuadro resumen – Inversión activo tangible Año 0

CUADRO RESUMEN - INVERSIÓN ACTIVO TANGIBLE AÑO 0

Área	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV	%
Producción	S/. 878,329	S/. 158,099	S/. 1,036,429	96.0%
Administración	S/. 19,549	S/. 3,519	S/. 23,068	2.1%
Ventas	S/. 17,477	S/. 3,146	S/. 20,623	1.9%
Total	S/. 915,356	S/. 164,764	S/. 1,080,120	100.0%

Nota: Elaboración propia.

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

La inversión del activo intangible está compuesta por todos los gastos relacionados con la constitución de la empresa, registro de marca, obtención de licencias entre otros aspectos. A continuación se detalla la inversión:

Tabla 141
Resumen activo fijo intangible
Resumen Activo Intangible

N°	ACTIVIDADES TRAMITES	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Constitución de empresa				
1	Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	S/.5.00	S/.0.00	S/.5.00
2	Reserva de nombre	S/.20.00	S/.0.00	S/.20.00
3	Minuta a escritura pública	S/.480.00	S/.86.40	S/.566.40
4	Inscribir escritura pública en Registros Públicos	S/.90.00	S/.0.00	S/.90.00
5	Obtención del RUC	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
		S/.595.00	S/.86.40	S/.681.40

Nota: Elaboración propia.

Tabla 142
Registro de marca
Registro de marca

6	Búsqueda fonética en INDECOPI	S/.35.28	S/.0.00	S/.35.28
7	Búsqueda de antecedentes figurativos en INDECOPI	S/.43.68	S/.0.00	S/.43.68
8	Registro de marca	S/.583.80	S/.0.00	S/.583.80
	Sub-Total	S/.662.76	S/.0.00	S/.662.76

Nota: Elaboración propia.

Tabla 143
Licencia de funcionamiento
Licencia de funcionamiento

9	Licencia de Funcionamiento - Ate Vitarte	S/. 103.52	S/. 18.63	S/. 122.15
	Sub-Total	S/.103.52	S/.18.63	S/.122.15

Nota: Elaboración propia.

Tabla 144
Régimen Laboral
Régimen laboral

10	Legalización de planilla (100 hojas)	S/.35.59	S/.6.41	S/.42.00
	Sub-Total	S/.35.59	S/.6.41	S/.42.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 145

Régimen tributario

Régimen tributario

11	Impresión de facturas (Millar)	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
12	Impresión de Boletas (millar)	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
Sub-Total		S/.237.29	S/.42.71	S/.280.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 146

Otros gastos (trámites).

Otros

13	Certificado de Inspección Técnica Básica de Seguridad en Defensa Civil	S/.172.20	S/.0.00	S/.648.90
14	Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano (DIGESA)	S/.4200.00	S/.0.00	S/.420.00
15	Análisis fisicoquímicos y microbiológicos	S/.498.00	S/.99.00	S/.550.00
Sub-Total		S/.1,566.20	S/.99.00	S/.1,618.90
Sub Total Trámites		S/.3,201.06	S/.257.66	S/.3,407.21

Nota: Elaboración propia.

Tabla 147

Licencias.

N° LICENCIAS

16	Software Teller Link	S/.1,355.93	S/.244.07	S/.1,600.00
17	Office 365	S/.3,742.37	S/.673.63	S/.4,416.00
18	Software Concar	S/.1,016.95	S/.183.05	S/.1,200.00
19	Antivirus	S/.838.98	S/.151.02	S/.990.00
20	Windows 10	S/.635.59	S/.114.41	S/.750.00
21	Alojamiento y Dominio	S/.508.47	S/.91.53	S/.600.00
Sub Total Licencias		S/.8,098	S/.1,458	S/.9,556
Total Inversión Intangibles		S/.11,299	S/.1,715	S/.12,963

Nota: Elaboración propia.

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Los gastos pre-operativos se conformarán por los gastos de adecuación del local, el alquiler, servicios involucrados, activos no depreciables y la campaña de lanzamiento.

El gasto de adecuación involucra el pintado de paredes en la oficina, la limpieza de los ambientes, revisión de instalaciones eléctricas, así como fumigación de los mismos. Los costos se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 148

Inversión en gastos Pre-Operativos
INVERSION GASTOS PRE-OPERATIVOS

ítem	Concepto	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV
1	Adecuación	S/. 206,308	S/. 37,136	S/. 243,444
2	Activo no Depreciable	S/. 59,666	S/. 10,740	S/. 70,405
3	Garantía de alquiler	S/. 716,967	S/. 129,054.06	S/. 846,021
Total Pre operativos		S/. 982,941	S/. 176,929	S/. 1,159,870

Nota: Elaboración propia.

Tabla 149

Gastos d adecuación

ítem	Concepto	Q	Precio Venta	Valor de venta	IGV	Total con IGV
1	Pozo a tierra	1	S/. 2,600	S/. 3,000	S/. 540	S/. 3,540
2	Extintores	1	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
3	Fumigación General	1	S/. 400	S/. 508	S/. 92	S/. 600
4	Cambio de chapas	1	S/. 500	S/. 500	S/. 90	S/. 590
5	Revisión de instalaciones de agua / desagüe	1	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 270	S/. 1,770
6	Revisión de instalaciones eléctricas	1	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
7	Señalizaciones	1	S/. 500	S/. 500	S/. 90	S/. 590
8	Sistema de CCTV	1	S/. 4,500	S/. 4,500	S/. 810	S/. 5,310
9	Remodelacion de 2do piso	1	S/. 3,800	S/. 3,800	S/. 684	S/. 4,484
10	Puertas y ventanas	1	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416
11	Adecuacion de baño	1	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 360	S/. 2,360
12	Pintado	1	S/. 2,800	S/. 2,800	S/. 504	S/. 3,304
13	Tanque de agua	1	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416
14	Pintura epóxica	200	S/. 400	S/. 130,000	S/. 23,400	S/. 153,400
15	Panel de Poliuterano	420	S/. 57	S/. 23,940	S/. 4,309	S/. 28,249
16	Instalación de paneles	1	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 1,800	S/. 11,800
17	Adecuación de luminarias	50	S/. 20	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
18	Instalación de Luminarias	1	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 450	S/. 2,950
19	Pintura (patio)	40	S/. 8	S/. 320	S/. 58	S/. 378
20	Extintores (patio)	8	S/. 15	S/. 120	S/. 22	S/. 142
21	Fumigación (patio)	4	S/. 120	S/. 480	S/. 86	S/. 566
22	Enchapado (patio)	4	S/. 30	S/. 120	S/. 22	S/. 142
23	Revisión de instalaciones eléctricas (patio)	4	S/. 80	S/. 320	S/. 58	S/. 378
24	Adaptaciones (patio)	4	S/. 3,500	S/. 14,000	S/. 2,520	S/. 16,520
Total				S/.206,308	S/.37,136	S/.243,444

Nota: Elaboración propia.

Tabla 150

Activos No depreciables y administración

Concepto	Tipo	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
Operaciones						
Balanza electrónica	Equipo	2	S/. 701.27	S/. 1,402.54	S/. 252.46	S/. 1,655.00
Balanza de mesa - Gramera	Equipo	2	S/. 25.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Aire Acondicionado	Equipo	1	S/. 677.97	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
Lavadero de una Poza	Equipo	1	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 708.00
Microondas	Equipo	4	S/. 729.00	S/. 2,916.00	S/. 524.88	S/. 3,440.88
Mesa trabajo acero inoxidable	Equipo	4	S/. 2,334.00	S/. 9,336.00	S/. 1,680.48	S/. 11,016.48
Dispensador de cinta	Herramienta	3	S/. 16.86	S/. 50.59	S/. 9.11	S/. 59.70
Coche transportador	Herramienta	4	S/. 677.97	S/. 2,711.86	S/. 488.14	S/. 3,200.00
Peladora de vegetales	Herramienta	10	S/. 838.98	S/. 8,389.83	S/. 1,510.17	S/. 9,900.00
Termometro Caliente	Herramienta	6	S/. 20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60
Robot coupe	Herramienta	1	S/. 508.47	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00
Exprimidor de limon	Herramienta	1	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.90	S/. 5.90
Jaba de plástico	Herramienta	100	S/. 16.53	S/. 1,652.54	S/. 297.46	S/. 1,950.00
Cinta de embalaje	Utensilios	120	S/. 5.85	S/. 701.69	S/. 126.31	S/. 828.00
Cuchillo especial para corte de fruta	Utensilios	18	S/. 80.00	S/. 1,440.00	S/. 259.20	S/. 1,699.20
Guantes desechables (caja x 100unid)	Utensilios	250	S/. 14.32	S/. 3,580.51	S/. 644.49	S/. 4,225.00
Gorro desechable (caja x 100 unid)	Utensilios	250	S/. 14.32	S/. 3,580.51	S/. 644.49	S/. 4,225.00
Juego de sartenes	Utensilios	5	S/. 201.69	S/. 1,008.47	S/. 181.53	S/. 1,190.00
Juego de ollas	Utensilios	1	S/. 422.88	S/. 422.88	S/. 76.12	S/. 499.00
Juego de cuchillos	Utensilios	4	S/. 227.97	S/. 911.86	S/. 164.14	S/. 1,076.00
Utensilios de cocina	Utensilios	6	S/. 134.75	S/. 808.47	S/. 145.53	S/. 954.00
Tabla de picar	Utensilios	60	S/. 35.00	S/. 2,100.00	S/. 378.00	S/. 2,478.00
Pirex para ensaladas	Utensilios	30	S/. 44.07	S/. 1,322.03	S/. 237.97	S/. 1,560.00
Juego de cubiertos	Utensilios	2	S/. 146.61	S/. 293.22	S/. 52.78	S/. 346.00
Tetera	Utensilios	4	S/. 130.00	S/. 520.00	S/. 93.60	S/. 613.60
Cepillo limpiador	Utensilios	3	S/. 20.83	S/. 62.49	S/. 11.25	S/. 73.74
Pack de Cucharas medidoras	Utensilios	5	S/. 16.02	S/. 80.08	S/. 14.42	S/. 94.50
Tapas de silicona flexible	Utensilios	9	S/. 45.00	S/. 405.00	S/. 72.90	S/. 477.90
Jarra medidora	Utensilios	10	S/. 16.10	S/. 161.02	S/. 28.98	S/. 190.00
Bandeja de acero inoxidable	Utensilios	22	S/. 25.42	S/. 559.32	S/. 100.68	S/. 660.00
Uniforme	Utensilios	50	S/. 67.80	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00
Individual de papel	Utensilios	50000	S/. 0.05	S/. 2,305.00	S/. 414.90	S/. 2,719.90
Anaquele	Mobiliario	5	S/. 800.00	S/. 4,000.00	S/. 720.00	S/. 4,720.00
Mesa de trabajo	Mobiliario	2	S/. 838.98	S/. 1,677.97	S/. 302.03	S/. 1,980.00
Silla plegable	Mobiliario	3	S/. 76.27	S/. 228.81	S/. 41.19	S/. 270.00
Escritorio	Mobiliario	2	S/. 161.02	S/. 322.04	S/. 57.97	S/. 380.01
Silla de escritorio	Mobiliario	2	S/. 152.54	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00
Archivador	Mobiliario	1	S/. 169.49	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
Administración						
Escritorio	Mobiliario	2	S/. 169.49	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00
Mueble de impresora	Mobiliario	1	S/. 202.54	S/. 202.54	S/. 36.46	S/. 239.00
Silla de escritorio	Mobiliario	2	S/. 152.54	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00
Pizarra de corcho	Mobiliario	1	S/. 42.29	S/. 42.29	S/. 7.61	S/. 49.90
Total				S/. 59,665.51	S/.10,739.79	S/. 70,405.31

Nota: Elaboración propia.

El gasto de alquiler se conformará de la siguiente manera, tomando en consideración que el costo del alquiler varía para los 4 locales y el espacio es del 60 m² para todos. Además del alquiler de planta de producción (Ate)

- Jockey Plaza \$100
- La Rambla \$80
- Salaverry \$90
- Las Begonias \$70

Tabla 151

Garantía de alquiler.

Ítem	Tipo de actividad	Costo	Cantidad**	Total
	Planta de trabajo	USD 3,000	3	S/. 30,150.00
1	Local comercial en centro comercial (Jockey Plaza)	USD 20,100	3	S/. 202,005.00
2	Local comercial en centro comercial (La Rambla)	USD 16,080	3	S/. 161,604.00
3	Local comercial en centro comercial (Salaverry)	USD 18,090	3	S/. 181,804.50
4	Local comercial en centro comercial (Las Begonias)	USD 14,070	3	S/. 141,403.50
Total		USD 68,340		S/. 716,967.00

Nota: Elaboración propia.

7.1.4. Inversión en inventarios iniciales.

La inversión en inventarios iniciales está conformada por el costo de producir ensaladas tipo Gourmet, agrupadas por 4 categorías de precio. Sin embargo para el proyecto, las 1700 ensaladas que se producirán serán para el Samplin.

Tabla 152

Programa de producción.

Programa de Producción Dic.2019	
Unidades	
Ensaladas	1,415
TOTAL	1,415

Nota: Elaboración propia.

Samplin + Inventario para el día 1 de los 4 locales.

Tabla 153
Inversión en inventarios iniciales.
Inversión en Inventarios Iniciales

	Q	Costo Unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Producción Dic. 2019	1,415				
Ensaladas					
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quínoa	492	S/. 7.76	S/. 3,817.78	S/. 687.20	S/. 4,504.98
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	261	S/. 5.69	S/. 1,488.26	S/. 267.89	S/. 1,756.15
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	431	S/. 6.11	S/. 2,630.81	S/. 473.55	S/. 3,104.36
Deli Mixta o Gourmet Fruit	231	S/. 3.69	S/. 850.82	S/. 153.15	S/. 1,003.97
TOTAL	1,415		S/. 8,788	S/. 1,582	S/. 10,369

Nota: Elaboración propia.

Tabla 154
Programa de ventas.

Programa de ventas	
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	35%
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	18%
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	30%
Deli Mixta o Gourmet Fruit	16%
Total ensaladas	100%

Nota: Elaboración propia.

7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Para el cálculo de trabajo bajo el método de déficit acumulado se ha calculado los ingresos y egresos desembolsables de cada mes del primer año del proyecto para luego hallar el saldo acumulado de cada mes, siendo el capital de trabajo el déficit más alto. Sin embargo, de acuerdo a lo que se observa en la imagen de las tablas, presentamos déficit en el primer del año a pesar de nuestros ingresos.

Tabla 155

Capital de trabajo – Año 1.

CAPITAL DE TRABAJO - AÑO 1

Primer Año	Mes 0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Estacionalidad	0.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas	S/. 0	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 8,818,320
Total Ingresos S/.	S/. 0	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 678,341	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 1,017,493	S/. 10,175,001
EGRESOS	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total	
Estacionalidad sin castigo		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100%
Compra MP		S/. 294,392	S/. 294,392	S/. 294,392	S/. 441,588	S/. 441,588	S/. 441,588	S/. 294,392	S/. 294,392	S/. 294,392	S/. 441,588	S/. 441,588	S/. 441,588	S/. 4,415,884
Gasto Pre operativo														
Servicios - Año 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gasto en Personal - Año 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Campaña de Lanzamiento + Inven. Inicial - Año 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gasto de Administración														
Luz		S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 4,800
Agua		S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 4,320
Útiles de oficina		S/. 0	S/. 217	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 217	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 217	S/. 0	S/. 0	S/. 652
Dúo movistar		S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 686	S/. 8,234
Compras posteriores de equipo		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Insumos de mantenimiento y limpieza		S/. 473	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 473	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 946
Sueldos de administración		S/. 22,900	S/. 22,900	S/. 22,900	S/. 22,900	S/. 32,750	S/. 22,900	S/. 42,600	S/. 22,900	S/. 22,900	S/. 22,900	S/. 32,750	S/. 42,600	S/. 333,899
Gasto de Ventas														
Promoción y Publicidad		S/. 320	S/. 10,296	S/. 120	S/. 6,812	S/. 320	S/. 120	S/. 6,812	S/. 120	S/. 320	S/. 120	S/. 10,416	S/. 120	S/. 35,895
Luz		S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 2,400
Agua		S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 2,160
Alquiler		S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 227,162	S/. 2,725,946
Actividades de RS		S/. 690	S/. 0	S/. 1,207	S/. 0	S/. 295	S/. 1,207	S/. 826	S/. 0	S/. 1,207	S/. 0	S/. 0	S/. 4,130	S/. 9,562
Servicios adicionales de local comercial		S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 1,416	S/. 16,992
Insumos de mant. y limpieza		S/. 68	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 68	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 135
Comisión por pago con TC		S/. 10,141	S/. 10,141	S/. 10,141	S/. 15,211	S/. 15,211	S/. 15,211	S/. 10,141	S/. 10,141	S/. 10,141	S/. 15,211	S/. 15,211	S/. 15,211	S/. 152,108
Sueldos Ventas		S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 13,885	S/. 25,085	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 25,085	S/. 200,215
Mano de Obra Directa														
Operarios		S/. 57,716	S/. 57,716	S/. 57,716	S/. 57,716	S/. 81,016	S/. 57,716	S/. 104,316	S/. 57,716	S/. 57,716	S/. 57,716	S/. 81,016	S/. 104,316	S/. 832,390
Costos Indirectos de Fabricación														
Luz		S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 1,400	S/. 16,800
Agua		S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 1,260	S/. 15,120
Arbitrios		S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 125	S/. 1,500
Útiles de oficina		S/. 0	S/. 36	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 36	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 36	S/. 0	S/. 0	S/. 109
Dúo movistar		S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 1,372
Combustible		S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 4,770	S/. 57,240
Mantenimiento de maquinaria y equipo		S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,655	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 4,915	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,655	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 4,915	S/. 21,140
Reposición de herramientas y utensilios		S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 26,028	S/. 53,986
Alquiler de Local Operaciones		S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 9,990	S/. 119,880
Seguro vehicular		S/. 520												S/. 520
Insumos de mantenimiento y limpieza		S/. 473	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 473	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 946
Fumigación Anual		S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 67	S/. 800
Servicio de Limpieza		S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 930	S/. 11,160
Servicio de Seguridad		S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 1,580	S/. 18,960
Mano de Obra Indirecta		S/. 24,317	S/. 24,317	S/. 24,317	S/. 24,317	S/. 34,467	S/. 24,317	S/. 44,617	S/. 24,317	S/. 24,317	S/. 24,317	S/. 34,467	S/. 44,617	S/. 352,706
Pago Impuesto a la Renta (1.5%)		S/. 8,623	S/. 8,623	S/. 8,623	S/. 12,934	S/. 12,934	S/. 12,934	S/. 8,623	S/. 8,623	S/. 8,623	S/. 12,934	S/. 12,934	S/. 12,934	S/. 129,343
Pago cuota de préstamo		S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 25,442	S/. 305,305
Liquidación IGV		S/. 0	-S/. 237,468	S/. 52,890	S/. 82,979	S/. 84,095	S/. 81,539	S/. 53,367	S/. 54,902	S/. 52,854	S/. 84,138	S/. 82,330	S/. 78,051	S/. 469,676
Total Egresos S/.	S/. 0	S/. 711,599	S/. 482,137	S/. 773,247	S/. 955,424	S/. 999,243	S/. 961,987	S/. 868,874	S/. 764,078	S/. 773,411	S/. 950,145	S/. 1,007,280	S/. 1,075,677	S/. 10,323,102
Saldo mes	S/. 0	-S/. 33,259	S/. 196,203	-S/. 94,906	S/. 62,069	S/. 18,250	S/. 55,506	-S/. 190,533	-S/. 85,737	-S/. 95,070	S/. 67,348	S/. 10,213	-S/. 58,184	
Saldo acumulado	S/. 0	-S/. 33,259	S/. 162,944	S/. 68,038	S/. 130,107	S/. 148,357	S/. 203,863	S/. 13,330	-S/. 72,408	-S/. 167,478	-S/. 100,130	-S/. 89,917	-S/. 148,101	S/. 627,184
Máximo Déficit Acumulado														

Nota: Elaboración propia.

Premisas:

Los montos consideran IGV

Los insumos de mantenimiento y limpieza se compran dos veces al año en Enero y Julio

Los útiles de oficina se compran tres veces al año en Febrero, Junio y Octubre y en menor cantidad algunos útiles como engrapadora en Diciembre.

Los sueldos no están afectos a IGV

La caja mínima equivale a 3 días de gastos del mes con egresos más altos (diciembre)

Tabla 156

Gasto Pre-operativo.

Ítem	Concepto	Q	Precio Venta	Valor de venta	IGV	Total con IGV
1	Agua	1	S/.1,800	S/. 1,525.4	S/. 274.6	S/.1,800
2	Luz	1	S/.2,000	S/. 1,694.9	S/. 305.1	S/.2,000
3	Celular	1	S/.3,590	S/. 3,042.4	S/. 547.6	S/.3,590
4	Plan RPM	12	S/0.40	S/. 4,057.6	S/. 730.4	S/.4,788
5	Servicio contable	12	S/0.50	S/. 5,084.7	S/. 915.3	S/.6,000
6	Dúo Movistar	1	S/. 89.9	S/. 76.2	S/. 13.7	S/. 89.9
7	Instalación Dúo Movistar	1	S/. 150.0	S/. 127.1	S/. 22.9	S/. 150.0
Total				S/.15,608.4	S/.2,809.5	S/.18,417.9

Nota: Elaboración propia.

Tabla 157

Gasto en Personal.

Gasto en Personal - Año 0						
Ítem	Puesto	Q	Sueldo Mensual	Asignación Laboral 10% de RMV	Meses	Sueldo básico Anual
1	Gerente General	1	S/. 8,000	S/. 93	1	S/. 8,093
2	Jefe de Operaciones	1	S/. 5,500	S/. 93	1	S/. 5,593
3	Asistente de Gerencia	1	S/. 2,100	S/. 93	1	S/. 2,193
4	Maestro de Cocina	4	S/. 2,200	S/. 93	1	S/. 9,172
5	Ayudante de cocina	2	S/. 1,400	S/. 93	1	S/. 2,986
6	Operarios de almacén	12	S/. 1,300	S/. 93	1	S/. 16,716
TOTAL		21	S/. 20,500	S/. 558		S/. 44,753

Nota: Elaboración propia.

Tabla 158
Campaña de lanzamiento.

Campaña de Lanzamiento - Año 0					
Ítem	Tipo de actividad	Mes 1	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
1	Página web	S/. 1,200	S/. 1,017	S/. 183.05	S/. 1,200
2	Facebook e Instagram	S/. 960	S/. 814	S/. 146.44	S/. 960
3	Prueba del producto	S/. 28,720	S/. 24,339	S/. 4,381.02	S/. 28,720
Total Campaña de lanzamiento		S/. 30,880	S/. 26,169	S/. 4,711	S/. 30,880

Nota: Elaboración propia.

7.1.6. Liquidación de IGV.

Para la liquidación de IGV solo se considera los activos que están afectos al impuesto general a la renta

Tabla 159
Liquidación de IGV
Liquidación del IGV

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		S/. 8,622,882	S/. 11,497,472	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584
IGV de los ingresos		S/. 1,552,119	S/. 2,069,545	S/. 2,586,885	S/. 2,586,885	S/. 2,586,885
IGV de MP e insumos		S/. 667,617	S/. 888,128	S/. 1,101,067	S/. 1,101,067	S/. 1,101,067
IGV de Gastos administrativos		S/. 6,549	S/. 5,433	S/. 5,433	S/. 9,051	S/. 5,433
IGV de Gasto de ventas		S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589
IGV de Costo Indirecto		S/. 40,370	S/. 40,184	S/. 40,184	S/. 40,184	S/. 40,184
IGV de Activo Tangible	S/. 164,733					
IGV de Activo Intangible	S/. 1,715					
IGV de Gastos pre-operativos	S/. 176,929					
IGV de Inventario inicial	S/. 1,582					
Total IGV de egresos	S/. 344,959	S/. 1,135,124	S/. 1,354,334	S/. 1,567,274	S/. 1,570,892	S/. 1,567,274
Diferencia	S/. 344,959	S/. 416,995	S/. 715,211	S/. 1,019,612	S/. 1,015,994	S/. 1,019,612
Crédito Fiscal	S/. 344,959					
Liquidación del IGV		S/. 72,036	S/. 715,211	S/. 1,019,612	S/. 1,015,994	S/. 1,019,612

Nota: Elaboración propia.

Tabla 160
Liquidación del IGV – Mensual.

Concepto	Año 0	Liquidación del IGV – Mensual											
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Ventas		S/. 574,865	S/. 574,865	S/. 574,865	S/. 862,282	S/. 862,282	S/. 862,282	S/. 574,865	S/. 574,865	S/. 574,865	S/. 862,282	S/. 862,282	S/. 862,282
IGV de los ingresos		S/. 103,476	S/. 103,476	S/. 103,476	S/. 155,211	S/. 155,211	S/. 155,211	S/. 103,476	S/. 103,476	S/. 103,476	S/. 155,211	S/. 155,211	S/. 155,211
IGV de MP e insumos		S/. 44,907	S/. 44,907	S/. 44,907	S/. 67,361	S/. 67,361	S/. 67,361	S/. 44,907	S/. 44,907	S/. 44,907	S/. 67,361	S/. 67,361	S/. 67,361
IGV de Gastos administrativos		S/. 345	S/. 299	S/. 260	S/. 260	S/. 260	S/. 299	S/. 345	S/. 260	S/. 260	S/. 299	S/. 260	S/. 260
IGV de Gasto de ventas		S/. 230	S/. 1,889	S/. 275	S/. 1,262	S/. 147	S/. 275	S/. 1,423	S/. 58	S/. 311	S/. 58	S/. 1,911	S/. 801
IGV de Costo Indirecto		S/. 3,527	S/. 3,355	S/. 5,144	S/. 3,348	S/. 3,348	S/. 5,737	S/. 3,433	S/. 3,348	S/. 5,144	S/. 3,355	S/. 3,348	S/. 8,738
IGV de Activo Tangible	S/. 164,733												
IGV de Activo Intangible	S/. 1,715												
IGV de Gastos pre-operativos	S/. 176,929												
IGV de Inventario inicial	S/. 1,582												
Total Igv de egresos	S/. 344,959	S/. 49,010	S/. 50,451	S/. 50,586	S/. 72,232	S/. 71,116	S/. 73,672	S/. 50,109	S/. 48,573	S/. 50,622	S/. 71,073	S/. 72,880	S/. 77,160
Diferencia	S/. 344,959	S/. 54,466	S/. 53,025	S/. 52,890	S/. 82,979	S/. 84,095	S/. 81,539	S/. 53,367	S/. 54,902	S/. 52,854	S/. 84,138	S/. 82,330	S/. 78,051
Crédito Fiscal	S/. 344,959	S/. 290,493											
Liquidación del IGV		S/. 0	-S/. 237,468	S/. 52,890	S/. 82,979	S/. 84,095	S/. 81,539	S/. 53,367	S/. 54,902	S/. 52,854	S/. 84,138	S/. 82,330	S/. 78,051

Nota: Elaboración propia.

7.1.7. Resumen de estructura de inversores.

Considerando las inversiones descritas anteriormente, se presenta la estructura de la inversión del proyecto.

Tabla 161

Estructura de inversiones.

Estructura de inversiones				
Tipo de Inversión	Costo Sin IGV	IGV	Total costo con IGV	Peso
Activos Fijos equipos	S/. 915,181	S/. 164,733	S/. 1,079,913	44.43%
Activo Fijo Local	S/. 0	S/. 0	S/. 0	0.00%
Activos Intangibles	S/. 11,351	S/. 1,715	S/. 12,963	0.53%
Inversión de Gasto pre-operativos	S/. 982,941	S/. 176,929	S/. 1,159,870	47.72%
Inventario Inicial	S/. 8,788	S/. 1,582	S/. 10,369	0.43%
Capital de Trabajo	S/. 141,930	S/. 25,547	S/. 167,478	6.89%
Total	S/. 2,060,191	S/. 370,507	S/. 2,430,594	100.00%

Nota: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla anterior, la inversión más significativa del proyecto es la inversión en Gastos Pre-Operativos seguido de los activos fijos (depreciables).

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura del financiamiento.

Se financiará la totalidad de la inversión (ítems), bajo el concepto del 60% capital propio (accionistas) y 40% financiamiento por el banco.

Tabla 162

Estructura de financiamiento.

Estructura de Financiamiento				
Concepto	Aporte Propio	Banca	Total	%
Activos Fijos	S/. 323,974	S/. 755,939	S/. 1,079,913	44.43%
Activo Fijo Local	S/. 0	S/. 0	S/. 0	0.00%
Activos Intangibles	S/. 12,963	S/. 0	S/. 12,963	0.53%
Inversión de Gasto pre-operativos	S/. 811,909	S/. 347,961	S/. 1,159,870	47.72%
Inventario inicial	S/. 10,369	S/. 0	S/. 10,369	0.43%
Capital de trabajo	S/. 167,478	S/. 0	S/167,477.85	6.89%
	55%	45%		
Inversión Total	S/. 1,326,694	S/. 1,103,900	S/. 2,430,594	

Nota: Elaboración propia.

7.2.2. Financiamiento del activo fijo.

Se financiará el total de la inversión de la siguiente manera y será a través del banco Pichincha que nos otorgará una tasa de 14.45%



BANCO PICHINCHA

PRODUCTO:

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

BANCA:

CAPITAL DE TRABAJO / ACTIVO FIJO

02.11.2018

MICROEMPRESA

CONCEPTO	TARIFAS				MODALIDAD/OPORT. DE COBRO	OBSERVACIONES
	EN MN		EN M.E.			
	Tasa S/ Máx	Tasa S/ Min	Tasa \$ Máx	Tasa \$ Min		
TASAS (1)						
Interés Compensatorio						
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Lima (a)	100%	14.45%	75.00%	60.00%	Según el tipo de cronograma pactado	En función del plazo, monto, garantía, ventas declaradas, moneda. Monto mínimo en soles a financiar de S/ 500 tanto para Capital de Trabajo y Activo Fijo. Monto mínimo en dólares a financiar de \$ 200 para Capital de Trabajo y de \$500 para Activo Fijo.
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Norte (b)	100%	14.45%	75.00%	60.00%		
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Sur (c)	100%	14.45%	75.00%	60.00%		

Figura 109. Tasa – Banco Pichincha.

Recuperado de Banco Pichincha.

Tabla 163

Datos generales del financiamiento.

Datos Generales del Financiamiento

Descripción	Sl.	%
Aporte Propio	S/. 1,326,694	54.58%
Banco	S/. 1,103,900	45.42%
Total	S/. 2,430,594	100.00%

Nota: Elaboración propia.

*Corresponde al activo Fijo del local de operaciones.

Tabla 164

Condiciones del préstamo.

Condiciones del Préstamo

Importe a desembolsar*	S/. 1,103,900
Tasa de interés efectiva	14.450% anual
Plazo de Amortización	60.0 meses
Tipo de amortización	Amortización Variable
Tipo de Cuota	Fija
Valor de la cuota mensual	S/.25,442

Nota: Corresponde al monto a financiar para activo fijo.

Tabla 165
Detalle de financiamiento.

Mes	Préstamo	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo
	Total	Mensual	1.13%	Mensual	Préstamo
1	S/.1,103,900	S/.12,956	S/.12,486	S/.25,442	S/.1,090,944
2	S/.1,090,944	S/.13,103	S/.12,339	S/.25,442	S/.1,077,842
3	S/.1,077,842	S/.13,251	S/.12,191	S/.25,442	S/.1,064,591
4	S/.1,064,591	S/.13,401	S/.12,041	S/.25,442	S/.1,051,190
5	S/.1,051,190	S/.13,552	S/.11,890	S/.25,442	S/.1,037,638
6	S/.1,037,638	S/.13,706	S/.11,737	S/.25,442	S/.1,023,932
7	S/.1,023,932	S/.13,861	S/.11,582	S/.25,442	S/.1,010,072
8	S/.1,010,072	S/.14,017	S/.11,425	S/.25,442	S/.996,054
9	S/.996,054	S/.14,176	S/.11,266	S/.25,442	S/.981,878
10	S/.981,878	S/.14,336	S/.11,106	S/.25,442	S/.967,542
11	S/.967,542	S/.14,498	S/.10,944	S/.25,442	S/.953,044
12	S/.953,044	S/.14,662	S/.10,780	S/.25,442	S/.938,381
13	S/.938,381	S/.14,828	S/.10,614	S/.25,442	S/.923,553
14	S/.923,553	S/.14,996	S/.10,446	S/.25,442	S/.908,557
15	S/.908,557	S/.15,166	S/.10,277	S/.25,442	S/.893,392
16	S/.893,392	S/.15,337	S/.10,105	S/.25,442	S/.878,054
17	S/.878,054	S/.15,511	S/.9,932	S/.25,442	S/.862,544
18	S/.862,544	S/.15,686	S/.9,756	S/.25,442	S/.846,858
19	S/.846,858	S/.15,863	S/.9,579	S/.25,442	S/.830,994
20	S/.830,994	S/.16,043	S/.9,399	S/.25,442	S/.814,951
21	S/.814,951	S/.16,224	S/.9,218	S/.25,442	S/.798,727
22	S/.798,727	S/.16,408	S/.9,034	S/.25,442	S/.782,319
23	S/.782,319	S/.16,593	S/.8,849	S/.25,442	S/.765,726
24	S/.765,726	S/.16,781	S/.8,661	S/.25,442	S/.748,945
25	S/.748,945	S/.16,971	S/.8,471	S/.25,442	S/.731,974
26	S/.731,974	S/.17,163	S/.8,279	S/.25,442	S/.714,811
27	S/.714,811	S/.17,357	S/.8,085	S/.25,442	S/.697,454
28	S/.697,454	S/.17,553	S/.7,889	S/.25,442	S/.679,901
29	S/.679,901	S/.17,752	S/.7,690	S/.25,442	S/.662,149
30	S/.662,149	S/.17,953	S/.7,489	S/.25,442	S/.644,196
31	S/.644,196	S/.18,156	S/.7,286	S/.25,442	S/.626,040
32	S/.626,040	S/.18,361	S/.7,081	S/.25,442	S/.607,679
33	S/.607,679	S/.18,569	S/.6,873	S/.25,442	S/.589,111
34	S/.589,111	S/.18,779	S/.6,663	S/.25,442	S/.570,332
35	S/.570,332	S/.18,991	S/.6,451	S/.25,442	S/.551,341
36	S/.551,341	S/.19,206	S/.6,236	S/.25,442	S/.532,135
37	S/.532,135	S/.19,423	S/.6,019	S/.25,442	S/.512,711
38	S/.512,711	S/.19,643	S/.5,799	S/.25,442	S/.493,068
39	S/.493,068	S/.19,865	S/.5,577	S/.25,442	S/.473,203
40	S/.473,203	S/.20,090	S/.5,352	S/.25,442	S/.453,114
41	S/.453,114	S/.20,317	S/.5,125	S/.25,442	S/.432,797
42	S/.432,797	S/.20,547	S/.4,895	S/.25,442	S/.412,250
43	S/.412,250	S/.20,779	S/.4,663	S/.25,442	S/.391,471
44	S/.391,471	S/.21,014	S/.4,428	S/.25,442	S/.370,456
45	S/.370,456	S/.21,252	S/.4,190	S/.25,442	S/.349,204
46	S/.349,204	S/.21,492	S/.3,950	S/.25,442	S/.327,712
47	S/.327,712	S/.21,735	S/.3,707	S/.25,442	S/.305,977
48	S/.305,977	S/.21,981	S/.3,461	S/.25,442	S/.283,995
49	S/.283,995	S/.22,230	S/.3,212	S/.25,442	S/.261,765
50	S/.261,765	S/.22,481	S/.2,961	S/.25,442	S/.239,284
51	S/.239,284	S/.22,736	S/.2,706	S/.25,442	S/.216,549
52	S/.216,549	S/.22,993	S/.2,449	S/.25,442	S/.193,556
53	S/.193,556	S/.23,253	S/.2,189	S/.25,442	S/.170,303
54	S/.170,303	S/.23,516	S/.1,926	S/.25,442	S/.146,787
55	S/.146,787	S/.23,782	S/.1,660	S/.25,442	S/.123,005
56	S/.123,005	S/.24,051	S/.1,391	S/.25,442	S/.98,955
57	S/.98,955	S/.24,323	S/.1,119	S/.25,442	S/.74,632
58	S/.74,632	S/.24,598	S/0.84	S/.25,442	S/.50,034
59	S/.50,034	S/.24,876	S/0.57	S/.25,442	S/.25,158
60	S/.25,158	S/.25,158	S/0.29	S/.25,442	S/0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 166

Cronograma de pagos (mensual) x año.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Amortización	S/. 165,519	S/. 189,437	S/. 216,810	S/. 248,139	S/. 283,995	S/. 1,103,900
Intereses	S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310	S/. 422,625
Total	S/. 305,305	S/. 305,305	S/. 305,305	S/. 305,305	S/. 305,305	S/. 1,526,526

Nota: Elaboración propia.

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

Los ingresos para el proyecto provienen de la venta de ensaladas – segmentado por 4 grupos de ensaladas (precios) – y de la venta de nuestra gama de bebidas.

Tabla 167

Ingresos por ventas.

Ingresos por Venta

Año	2020	2021	2022	2023	2024
Ensaladas	S/. 7,694,802	S/. 10,260,036	S/. 12,824,817	S/. 12,824,817	S/. 12,824,817
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 3,486,295	S/. 4,648,439	S/. 5,810,446	S/. 5,810,446	S/. 5,810,446
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 1,509,051	S/. 2,012,217	S/. 2,515,271	S/. 2,515,271	S/. 2,515,271
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 2,033,695	S/. 2,711,624	S/. 3,389,461	S/. 3,389,461	S/. 3,389,461
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 665,761	S/. 887,756	S/. 1,109,639	S/. 1,109,639	S/. 1,109,639
Bebidas	S/. 928,081	S/. 1,237,436	S/. 1,546,767	S/. 1,546,767	S/. 1,546,767
Chicha	S/. 151,309	S/. 201,763	S/. 252,191	S/. 252,191	S/. 252,191
Infusiones	S/. 161,403	S/. 215,212	S/. 269,008	S/. 269,008	S/. 269,008
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 413,593	S/. 551,466	S/. 689,326	S/. 689,326	S/. 689,326
Free Tea Limón Light	S/. 110,975	S/. 147,953	S/. 184,932	S/. 184,932	S/. 184,932
Coca – Cola Zero	S/. 50,441	S/. 67,246	S/. 84,064	S/. 84,064	S/. 84,064
Inka – Cola Zero	S/. 40,360	S/. 53,797	S/. 67,246	S/. 67,246	S/. 67,246
Total (soles) sin IGV	S/. 8,622,882	S/. 11,497,472	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584
Total (soles) con IGV	S/. 10,175,001	S/. 13,567,017	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469

Nota: Elaboración propia.

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

El capital de trabajo se recuperará de la siguiente manera. A continuación, se muestra el cálculo.

Tabla 168

Capital de trabajo (Recuperación)

Capital de Trabajo Incremental						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
Ventas		10,175,001	13,567,017	16,958,469	16,958,469	16,958,469
Ratio %		1.65%	1.65%	1.65%	1.65%	
Requerimiento	S/. 167,478	S/. 170,234	S/. 173,037	S/. 175,885	S/. 178,780	
KW Incremental		S/. 2,757	S/. 2,802	S/. 2,848	S/. 2,895	
Recuperación del Capital de Trabajo						S/. 178,780

Nota: Elaboración propia.

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo Fijo

El valor de desecho de un activo fijo es el valor monetario del activo al final de su vida útil o depreciación. Dicho valor monetario es el que la empresa podrá recuperar por la venta de dichos activos al final del periodo de evaluación del proyecto.

El porcentaje de depreciación es indicado por la SUNAT de acuerdo al artículo número 22 de la Ley del impuesto a la renta y corresponde de la siguiente manera:

		DE DEPRECIACIÓN HASTA UN MÁXIMO DE:
1.	Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca.	25%
2.	Vehículos de transporte terrestre (excepto ferrocarriles); hornos en general.	20%
3.	Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera, petrolera y de construcción; excepto muebles, enseres y equipos de oficina.	20%
4.	Equipos de procesamiento de datos.	25%
5.	Maquinaria y equipo adquirido a partir del 1.1.91.	10%
6.	Otros bienes del activo fijo	10%

Figura 110. Porcentaje de depreciación.
Recuperado de SUNAT.

Tabla 169

Valor de desecho de activos fijos.

ítem	Activos	UM	Q	Costo Unitario	Costo Total	Depreciación Anual ⁽¹⁾	Depreciación Anual	Valor % de desecho (2)	Valor de desecho Comercial S/.	Utilidad	Impuesto 29.5%	Valor de Desecho Neto
1	Licuada industrial 4L	Unidad	1	S/. 1,500	S/. 1,500	20%	S/. 300	25%	S/. 375	S/. 375	S/. 111	S/. 264
2	Horno combinado Rational	Unidad	1	S/. 20,339	S/. 20,339	20%	S/. 4,068	25%	S/. 5,085	S/. 5,085	S/. 1,500	S/. 3,585
3	Cámara de Frio	Unidad	2	S/. 180,610	S/. 361,220	20%	S/. 72,244	25%	S/. 90,305	S/. 90,305	S/. 26,640	S/. 63,665
4	Visicooler 1200L	Unidad	4	S/. 26,640	S/. 106,560	20%	S/. 21,312	30%	S/. 31,968	S/. 31,968	S/. 9,431	S/. 22,537
5	Unidad de Transporte	Unidad	2	S/. 81,839	S/. 163,678	20%	S/. 32,736	30%	S/. 49,103	S/. 49,103	S/. 14,486	S/. 34,618
6	Cocina Industrial de 6 hornillas	Unidad	3	S/. 33,051	S/. 99,153	20%	S/. 19,831	25%	S/. 24,788	S/. 24,788	S/. 7,313	S/. 17,476
7	Lavadero de dos Pozas	Unidad	5	S/. 2,340	S/. 11,700	20%	S/. 2,340	20%	S/. 2,340	S/. 2,340	S/. 690	S/. 1,650
8	Lavadero de manos con pedal	Unidad	6	S/. 1,800	S/. 10,800	20%	S/. 2,160	20%	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 637	S/. 1,523
9	Mesa de trabajo con teflón	Unidad	7	S/. 2,800	S/. 19,600	20%	S/. 3,920	20%	S/. 3,920	S/. 3,920	S/. 1,156	S/. 2,764
10	Salad bar	Unidad	4	S/. 5,569	S/. 22,276	20%	S/. 4,455	20%	S/. 4,455	S/. 4,455	S/. 1,314	S/. 3,141
11	Computadora de escritorio	Unidad	7	S/. 11,017	S/. 77,119	20%	S/. 15,424	20%	S/. 15,424	S/. 15,424	S/. 4,550	S/. 10,874
12	Laptops Gerencia	Unidad	6	S/. 2,552	S/. 15,312	20%	S/. 3,062	20%	S/. 3,062	S/. 3,062	S/. 903	S/. 2,159
13	Caja registradora	Unidad	8	S/. 1,655	S/. 13,240	20%	S/. 2,648	20%	S/. 2,648	S/. 2,648	S/. 781	S/. 1,867
14	Difusores unidad Btizer	Unidad	3	S/. 11,017	S/. 33,051	20%	S/. 6,610	20%	S/. 6,610	S/. 6,610	S/. 1,950	S/. 4,660
Total					S/. 955,547		S/. 191,109		S/.242,244		S/. 71,462	S/.170,782

Nota: Elaboración propia.

- Depreciación tipo acelerada a 3 años
- El valor de desecho (según mercado) los proveedores y portales de venta de artículos de segunda mano (OLX, Mercado Libre)
- Impuesto renta al 5to año.

7.4. Costos y gastos generales

7.4.1. Egresos desembolsables.

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

El presupuesto de materia prima e insumos está especificado en la siguiente tabla que será para la elaboración de nuestras ensaladas y la venta de bebidas. En el presente proyecto, la materia prima así como el programa de compras se ha desarrollado en el capítulo 6. Asimismo, considerando el programa de compras y el precio por componente que se muestra, a continuación se calculará el presupuesto por materia prima e insumos.

Tabla 170

Presupuesto de materia prima e insumos.

Presupuesto de Materia Prima e Insumos - Con IG

ítem	Insumos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Espinaca	S/. 25,546	S/. 33,976	S/. 42,470	S/. 42,470	S/. 42,470
2	Manzana	S/. 6,235	S/. 8,293	S/. 10,366	S/. 10,366	S/. 10,366
3	Pasas	S/. 26,218	S/. 34,870	S/. 43,588	S/. 43,588	S/. 43,588
4	Queso paria	S/. 64,914	S/. 86,337	S/. 107,922	S/. 107,922	S/. 107,922
5	Nueces	S/. 78,654	S/. 104,611	S/. 130,763	S/. 130,763	S/. 130,763
6	Trucha	S/. 411,755	S/. 547,641	S/. 684,551	S/. 684,551	S/. 684,551
7	Salmón	S/. 431,362	S/. 573,719	S/. 717,149	S/. 717,149	S/. 717,149
8	Queso fresco	S/. 274,205	S/. 364,697	S/. 455,871	S/. 455,871	S/. 455,871
9	Coboulete picado	S/. 8,874	S/. 11,802	S/. 14,753	S/. 14,753	S/. 14,753
10	Lechuga Americana	S/. 68,547	S/. 91,169	S/. 113,961	S/. 113,961	S/. 113,961
11	Tomate	S/. 51,817	S/. 68,917	S/. 86,147	S/. 86,147	S/. 86,147
12	Eneldo	S/. 13,530	S/. 17,995	S/. 22,493	S/. 22,493	S/. 22,493
13	Quinua	S/. 93,219	S/. 123,983	S/. 154,979	S/. 154,979	S/. 154,979
14	Cebolla	S/. 15,208	S/. 20,227	S/. 25,283	S/. 25,283	S/. 25,283
15	Perejil	S/. 2,465	S/. 3,278	S/. 4,098	S/. 4,098	S/. 4,098
16	Tomate cherry	S/. 95,012	S/. 126,367	S/. 157,959	S/. 157,959	S/. 157,959
17	Pimienta roja	S/. 11,503	S/. 15,299	S/. 19,124	S/. 19,124	S/. 19,124
18	Pimienta amarillo	S/. 11,503	S/. 15,299	S/. 19,124	S/. 19,124	S/. 19,124
19	Trucha	S/. 235,289	S/. 312,938	S/. 391,172	S/. 391,172	S/. 391,172
20	Albaca	S/. 20,436	S/. 27,181	S/. 33,976	S/. 33,976	S/. 33,976
21	Pecanas	S/. 104,871	S/. 139,481	S/. 174,351	S/. 174,351	S/. 174,351
22	Chuleta de cerdo	S/. 133,610	S/. 177,704	S/. 222,130	S/. 222,130	S/. 222,130
23	Garbanzo	S/. 80,581	S/. 107,174	S/. 133,967	S/. 133,967	S/. 133,967
24	Alverjas	S/. 12,041	S/. 16,014	S/. 20,018	S/. 20,018	S/. 20,018
25	Brócoli	S/. 9,471	S/. 12,597	S/. 15,746	S/. 15,746	S/. 15,746
26	Coliflor	S/. 9,107	S/. 12,113	S/. 15,141	S/. 15,141	S/. 15,141
27	Apio	S/. 5,503	S/. 7,318	S/. 9,148	S/. 9,148	S/. 9,148
28	Zanahoria	S/. 34,352	S/. 45,689	S/. 57,111	S/. 57,111	S/. 57,111
29	Huevo de codorniz	S/. 241,862	S/. 321,680	S/. 402,100	S/. 402,100	S/. 402,100
30	Filete de lomo de cerdo	S/. 117,644	S/. 156,469	S/. 195,586	S/. 195,586	S/. 195,586
31	Tocino	S/. 79,176	S/. 105,306	S/. 131,633	S/. 131,633	S/. 131,633
32	Queso parmesano	S/. 125,020	S/. 166,279	S/. 207,849	S/. 207,849	S/. 207,849
33	Pan baguete	S/. 2,913	S/. 3,874	S/. 3,874	S/. 3,874	S/. 3,874
34	Palta fuerte	S/. 14,509	S/. 19,298	S/. 19,298	S/. 19,298	S/. 19,298
35	Filete de pollo	S/. 294,111	S/. 391,172	S/. 488,965	S/. 488,965	S/. 488,965
36	Aceituna	S/. 36,152	S/. 48,083	S/. 48,083	S/. 48,083	S/. 48,083
37	Pepino	S/. 2,876	S/. 3,825	S/. 3,825	S/. 3,825	S/. 3,825
38	Choclo	S/. 10,588	S/. 14,082	S/. 14,082	S/. 14,082	S/. 14,082
39	Plátano	S/. 21,711	S/. 28,876	S/. 28,876	S/. 28,876	S/. 28,876
40	Kiwi	S/. 53,282	S/. 70,866	S/. 70,866	S/. 70,866	S/. 70,866
41	Melocotón	S/. 32,567	S/. 43,315	S/. 43,315	S/. 43,315	S/. 43,315
42	Papaya	S/. 22,707	S/. 30,201	S/. 30,201	S/. 30,201	S/. 30,201
43	Piña	S/. 21,213	S/. 28,214	S/. 28,214	S/. 28,214	S/. 28,214
44	Aceite de oliva virgen	S/. 178,545	S/. 237,468	S/. 296,835	S/. 296,835	S/. 296,835
45	Vinagre	S/. 30,177	S/. 40,135	S/. 50,169	S/. 50,169	S/. 50,169
46	Miel	S/. 105,964	S/. 140,934	S/. 176,167	S/. 176,167	S/. 176,167
47	Sal	S/. 824	S/. 1,099	S/. 1,374	S/. 1,374	S/. 1,374
48	Pimienta negra	S/. 11,520	S/. 15,322	S/. 19,153	S/. 19,153	S/. 19,153
49	Limón	S/. 108,855	S/. 144,779	S/. 180,974	S/. 180,974	S/. 180,974
50	Yogurt Griego	S/. 107,841	S/. 143,430	S/. 179,287	S/. 179,287	S/. 179,287
51	Paprika	S/. 27,662	S/. 36,791	S/. 45,989	S/. 45,989	S/. 45,989
52	Pimienta Blanca	S/. 9,071	S/. 12,064	S/. 15,080	S/. 15,080	S/. 15,080
53	Azúcar	S/. 762	S/. 1,013	S/. 1,267	S/. 1,267	S/. 1,267
54	Mayonesa	S/. 45,007	S/. 59,861	S/. 74,826	S/. 74,826	S/. 74,826
55	Mostaza	S/. 6,668	S/. 8,868	S/. 11,085	S/. 11,085	S/. 11,085
Total Insumos		S/.4,045,057	S/.5,379,995	S/.6,652,335	S/.6,652,335	S/.6,652,335

Nota: Elaboración propia.

Tabla 171

Presupuesto para bebidas.

Bebidas

1	Chicha	S/. 25,282	S/. 33,712	S/. 42,138	S/. 42,138	S/. 42,138
2	Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 207,319	S/. 276,430	S/. 345,534	S/. 345,534	S/. 345,534
3	Free Tea Limón Light	S/. 67,989	S/. 90,645	S/. 113,300	S/. 113,300	S/. 113,300
4	Coca – Cola Zero	S/. 25,284	S/. 33,708	S/. 42,138	S/. 42,138	S/. 42,138
5	Inka – Cola Zero	S/. 17,983	S/. 23,970	S/. 29,963	S/. 29,963	S/. 29,963
Total Bebidas		S/. 343,858	S/. 458,465	S/. 573,073	S/. 573,073	S/. 573,073

Nota: Elaboración propia.

Tabla 172

Total de materiales e insumos con IGV y sin IGV.

Total Materiales e Insumos con IGV	S/. 4,388,915	S/. 5,838,459	S/. 7,225,408	S/. 7,225,408	S/. 7,225,408
Total Materiales e Insumos sin IGV	S/. 3,719,420	S/. 4,947,847	S/. 6,123,227	S/. 6,123,227	S/. 6,123,227

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de obra directa.

La mano de obra del proyecto está conformada por los operarios encargados del armado y elaboración de las ensaladas.

Tabla 173
Planilla MOD.

PLANILLA MOD - AÑO 1										
Ítem	Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Laboral	Sueldo básico Anual	Gratificaciones - 2 sueldos por año	SUB-TOTAL	ESSALUD	CTS - 1 sueldo por año	Planilla Anual
				10% de RMV				9.00%		
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	19	S/. 1,400	S/. 93	S/. 358,644	S/. 53,200	S/. 411,844	S/. 37,066	S/. 26,600	S/. 475,510
3	Armador de ensalada	12	S/. 1,300	S/. 93	S/. 212,112	S/. 31,200	S/. 243,312	S/. 21,898	S/. 15,600	S/. 280,810
TOTAL		33	S/. 4,900	S/. 279	S/. 627,708	S/. 93,200	S/. 720,908	S/. 64,882	S/. 46,600	S/. 832,390
PLANILLA MOD - AÑO 2										
				10% de RMV				9.00%		
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	23	S/. 1,400	S/. 93	S/. 434,148	S/. 64,400	S/. 498,548	S/. 44,869	S/. 32,200	S/. 575,617
3	Armador de ensalada	16	S/. 1,300	S/. 93	S/. 282,816	S/. 41,600	S/. 324,416	S/. 29,197	S/. 20,800	S/. 374,413
TOTAL		41	S/. 4,900	S/. 279	S/. 773,916	S/. 114,800	S/. 888,716	S/. 79,984	S/. 57,400	S/.1,026,100
PLANILLA MOD - AÑO 3 AL 5										
				10% de RMV				9.00%		
1	Maestro de Cocina	2	S/. 2,200	S/. 93	S/. 56,952	S/. 8,800	S/. 65,752	S/. 5,918	S/. 4,400	S/. 76,070
2	Ayudante de cocina	30	S/. 1,400	S/. 93	S/. 566,280	S/. 84,000	S/. 650,280	S/. 58,525	S/. 42,000	S/. 750,805
3	Armador de ensalada	20	S/. 1,300	S/. 93	S/. 353,520	S/. 52,000	S/. 405,520	S/. 36,497	S/. 26,000	S/. 468,017
TOTAL		52	S/. 4,900	S/. 279	S/. 976,752	S/. 144,800	S/.1,121,552	S/.100,940	S/. 72,400	S/. 1,294,892

Nota: Elaboración propia.

Tabla 174
Presupuesto de Mano de Obra.

Presupuesto de Mano de Obra					
	2020	2021	2022	2023	2024
Maestro de Cocina	S/. 76,070	S/. 76,070	S/. 76,070	S/. 76,070	S/. 76,070
Ayudante de cocina	S/. 475,510	S/. 575,617	S/. 750,805	S/. 750,805	S/. 750,805
Armador de ensalada	S/. 280,810	S/. 374,413	S/. 468,017	S/. 468,017	S/. 468,017
Total	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892

Nota: Elaboración propia.

Tabla 175
Planilla Mensual – Año 1

PLANILLA MENSUAL AÑO 1															
Item	Puesto	SUELDO BÁSICO	FLUJO MENSUAL NUEVO SOLES												Total
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
1	Maestro de Cocina	S/.4,400	5,239	5,239	5,239	5,239	7,439	5,239	9,639	5,239	5,239	5,239	7,439	9,639	76,070
2	Ayudante de cocina	S/.26,600	32,976	32,976	32,976	32,976	46,276	32,976	59,576	32,976	32,976	32,976	46,276	59,576	475,510
3	Armador de ensalada ¹	S/.15,600	19,501	19,501	19,501	19,501	27,301	19,501	35,101	19,501	19,501	19,501	27,301	35,101	280,810
TOTAL		S/. 46,600	57,716	57,716	57,716	57,716	81,016	57,716	104,316	57,716	57,716	57,716	81,016	104,316	832,390

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos

Los costos indirectos son los costos indirectamente relacionados a las operaciones del proyecto. A continuación, se presenta el detalle:

Tabla 176

Presupuesto de Costos indirectos.

Presupuesto de Costos Indirectos

Concepto	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de local de Operaciones	80.00%	S/. 95,904	S/. 95,904	S/. 95,904	S/. 95,904	S/. 95,904
Depreciación operaciones	93.59%	S/. 169,975	S/. 169,975	S/. 169,975	S/. 169,975	S/. 169,975
Luz	70.00%	S/. 16,800	S/. 16,800	S/. 16,800	S/. 16,800	S/. 16,800
Agua	70.00%	S/. 15,120	S/. 15,120	S/. 15,120	S/. 15,120	S/. 15,120
Arbitrios	100.00%	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Útiles de oficina	14.30%	S/. 109	S/. 109	S/. 109	S/. 109	S/. 109
Teléfono e internet	14.30%	S/. 1,372	S/. 154	S/. 154	S/. 154	S/. 154
Combustible	100%	S/. 57,240	S/. 57,240	S/. 57,240	S/. 57,240	S/. 57,240
Mantenimiento de maquinaria y equipo	100%	S/. 21,140	S/. 21,140	S/. 21,140	S/. 21,140	S/. 21,140
Reposición de herramientas y utensilios	100%	S/. 53,986	S/. 53,986	S/. 53,986	S/. 53,986	S/. 53,986
Compras posteriores de equipo	100%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Seguro vehicular SOAT	100%	S/. 520	S/. 520	S/. 520	S/. 520	S/. 520
Insumos de mantenimiento y limpieza	70.00%	S/. 946	S/. 946	S/. 946	S/. 946	S/. 946
Fumigación Anual	100.00%	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Seguro de cobertura Pymes	100.00%	S/. 708	S/. 708	S/. 708	S/. 708	S/. 708
Servicio de Limpieza	100.00%	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160	S/. 11,160
Servicio de Seguridad	100.00%	S/. 18,960	S/. 18,960	S/. 18,960	S/. 18,960	S/. 18,960
Mano de Obra Indirecta	100.00%	S/. 352,706	S/. 352,706	S/. 352,706	S/. 352,706	S/. 352,706
Total de Gastos		S/. 818,947	S/. 817,729	S/. 817,729	S/. 817,729	S/. 817,729
IGV		S/. 40,370	S/. 40,184	S/. 40,184	S/. 40,184	S/. 40,184
Total de Gastos - sin IGV		S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545

Nota: Elaboración propia.

Tabla 177

Presupuesto para el combustible.

Combustible

Número de unidades de transporte	2
Costo por galón de combustible (Con IGV)	S/. 12.00
Galones por mes	397.5
Total mensual	S/. 4,770
Meses al año	S/. 12
Total anual - con IGV	S/. 57,240
IGV	S/. 8,732
Total anual - sin IGV	S/. 48,508

Nota: Elaboración propia.

Tabla 178

Mantenimiento de maquinaria y equipo.

Mantenimiento de maquinaria y equipo													
Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Máquinas													
Horno combinado						200						200	400
Campana extractora						60						60	120
Cámara de refrigeración 1000 kg						360						360	720
Equipo de refrigeración vertical						720						720	1,440
Unidad de Transporte	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
Equipos													
Deshumecedor			55			55			55			55	220
Lavadora de frutas y verduras 100 L			600			600			600			600	2,400
Plancha freidora						480						480	960
Mesa refrigeradora						720						720	1,440
Salad bar						720						720	1,440
TOTAL con IGV	1,000	1,000	1,655	1,000	1,000	4,915	1,000	1,000	1,655	1,000	1,000	4,915	21,140

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

Tabla 179

Reposición de herramientas y utensilios.

Reposición de herramientas y utensilios													
Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Herramienta													
Dispensador de cinta												S/. 60	S/. 60
Coche transportador												S/. 3,200	S/. 3,200
Peladora de vegetales												S/. 4,950	S/. 4,950
Robot coupe												S/. 600	S/. 600
Licuada industrial												S/. 1,770	S/. 1,770
Jaba de plástico												S/. 39	S/. 39
Utensilio													
Cinta de embalaje			S/. 828			S/. 828			S/. 828			S/. 828	S/. 3,312
Cuchillo especial para corte de fruta												S/. 1,699	S/. 1,699
Guantes desechables (caja x 100unid)			S/. 4,225			S/. 4,225			S/. 4,225			S/. 4,225	S/. 16,900
Gorro desechable (caja x 100 unid)			S/. 4,225			S/. 4,225			S/. 4,225			S/. 4,225	S/. 16,900
Utensilios de cocina												S/. 159	S/. 159
Tabla de picar			S/. 41			S/. 41			S/. 41			S/. 41	S/. 165
Pirex para ensaladas												S/. 52	S/. 52
Cepillo limpiador												S/. 74	S/. 74
Tapas de silicona flexible												S/. 106	S/. 106
Uniforme												S/. 4,000	S/. 4,000
TOTAL con IGV	S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 9,319	S/. 0	S/. 0	S/. 26,028	S/. 53,986

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

Tabla 180

Servicio de limpieza

SERVICIO DE LIMPIEZA

Veces al año	12
Costo por mes	S/. 930.00
Trabajador de limpieza	1
Total Anual	S/. 11,160

Nota: Elaboración propia.

Tabla 181

Servicio de seguridad

SERVICIO DE SEGURIDAD

Veces al año	12
Costo por mes	S/. 790.00
Trabajador de seguridad	2
Total Anual	S/. 18,960

Nota: Elaboración propia.

Tabla 182

MOD Indirecta.

MANO DE OBRA INDIRECTA

Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Jefe de Operaciones	6,266	6,266	6,266	6,266	9,016	6,266	11,766	6,266	6,266	6,266	9,016	11,766	91,693
Chofer	8,710	8,710	8,710	8,710	12,310	8,710	15,910	8,710	8,710	8,710	12,310	15,910	126,123
Ayudante de General	2,587	2,587	2,587	2,587	3,587	2,587	4,587	2,587	2,587	2,587	3,587	4,587	37,046
Volante part time	2,841	2,841	2,841	2,841	4,041	2,841	5,241	2,841	2,841	2,841	4,041	5,241	41,287
Almacenero	3,913	3,913	3,913	3,913	5,513	3,913	7,113	3,913	3,913	3,913	5,513	7,113	56,558
Total	24,317	24,317	24,317	24,317	34,467	24,317	44,617	24,317	24,317	24,317	34,467	44,617	352,706

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

Los gastos administrativos se muestran a continuación y se aplica el mismo criterio de porcentaje para los costos comunes.

Tabla 183

Presupuesto de gastos administrativos.

Presupuesto de Gastos Administrativos

Concepto	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de Local Operaciones	20%	S/. 23,976	S/. 23,976	S/. 23,976	S/. 23,976	S/. 23,976
Depreciación	3.39%	S/. 6,163	S/. 6,163	S/. 6,163	S/. 6,163	S/. 6,163
Amortización	100.00%	S/. 12,963	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Luz	20.0%	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800
Agua	20.0%	S/. 4,320	S/. 4,320	S/. 4,320	S/. 4,320	S/. 4,320
Útiles de oficina	85.7%	S/. 652	S/. 652	S/. 652	S/. 652	S/. 652
Telefono e internet	85.7%	S/. 8,234	S/. 925	S/. 925	S/. 925	S/. 925
Compras posteriores de equipo	100%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 23,718	S/. 0
Insumos de mantenimiento y limpieza	70.0%	S/. 946	S/. 946	S/. 946	S/. 946	S/. 946
Sueldos de administración	100.0%	S/. 333,899	S/. 333,899	S/. 333,899	S/. 333,899	S/. 333,899
Total de Gastos		S/. 395,955	S/. 375,682	S/. 375,682	S/. 399,400	S/. 375,682
IGV		S/. 6,549	S/. 5,433	S/. 5,433	S/. 9,051	S/. 5,433
Total de Gastos - sin IGV		S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248

Nota: Elaboración propia.

Tabla 184
Sueldos de Administración.

Sueldos de Administración													
Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Gerente General	9,029	9,029	9,029	9,029	13,029	9,029	17,029	9,029	9,029	9,029	13,029	17,029	132,343
Asistente de Gerencia	2,509	2,509	2,509	2,509	3,559	2,509	4,609	2,509	2,509	2,509	3,559	4,609	36,409
Administrador de local	11,362	11,362	11,362	11,362	16,162	11,362	20,962	11,362	11,362	11,362	16,162	20,962	165,147
Total	22,900	22,900	22,900	22,900	32,750	22,900	42,600	22,900	22,900	22,900	32,750	42,600	333,899

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

Los gastos de venta siguen los mismos criterios de distribución para costos comunes (aguas, arbitrios, alquiler e insumos de limpieza) que los costos indirectos y gastos de administración. A continuación, se presenta el gasto de ventas anual para el proyecto.

Tabla 185
Presupuesto de gastos de ventas.

Presupuesto de Gastos Ventas						
Concepto	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación	3.01%	S/. 5,473	S/. 5,473	S/. 5,473	S/. 5,473	S/. 5,473
Promoción y Publicidad	100%	S/. 35,895	S/. 20,564	S/. 20,564	S/. 20,564	S/. 20,564
Luz	10.0%	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Agua	10.0%	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160
Alquiler	100.0%	S/. 2,725,946	S/. 2,725,946	S/. 2,725,946	S/. 2,725,946	S/. 2,725,946
Actividades de RS	100.0%	S/. 9,562	S/. 9,562	S/. 9,562	S/. 9,562	S/. 9,562
Servicios adicionales de local comercial	100.0%	S/. 16,992	S/. 16,992	S/. 16,992	S/. 16,992	S/. 16,992
Insumos de mantenimiento. y limpieza	10.0%	S/. 135	S/. 135	S/. 135	S/. 135	S/. 135
Comisión por pago con TC	100%	S/. 152,108	S/. 202,815	S/. 253,515	S/. 253,515	S/. 253,515
Sueldos Ventas	100%	S/. 200,215	S/. 200,215	S/. 200,215	S/. 200,215	S/. 200,215
Total de Gastos		S/. 3,150,885	S/. 3,186,261	S/. 3,236,960	S/. 3,236,960	S/. 3,236,960
IGV		S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589	S/. 420,589
Total de Gastos - sin IGV		S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371

Nota: Elaboración propia.

Tabla 186
Alquiler Local Comercial.

Alquiler Local comercial						
Concepto	Tamaño (m2)	Costo x m2	Total Mensual	Número de Locales*	Veces al año	Total Anual
Locales Comerciales*	60	\$90 / \$80 / \$70	\$68,340	4	12	\$820,080
Total en soles						S/. 2,725,946

Nota: En patio de comida de centro comercial: Las Begonias; Real Plaza Salaverry; La Rambla de San Borja; Jockey Plaza.

TC - Mayo 2019 = 3.324.

Tabla 187
Servicios adicionales de local comercial

Servicios adicionales de local comercial						
Concepto	Costo mes	Veces al año	Cantidad de locales	Total al año sin IGV	IGV	Total al año con IGV
Luz	S/. 120	12	4	S/. 5,760	S/. 1,036.80	S/. 6,796.80
Agua	S/. 180	12	4	S/. 8,640	S/. 1,555.20	S/. 10,195.20
Total				S/. 14,400	S/. 2,592	S/. 16,992

Nota: Elaboración propia.

Tabla 188
Ventas por forma de pago

Ventas por forma de pago						
Año		2020	2021	2022	2023	2024
Ventas sin IGV	100%	S/. 8,622,882	S/. 11,497,472	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584
Pago con tarjeta	60%	S/. 5,173,729	S/. 6,898,483	S/. 8,622,950	S/. 8,622,950	S/. 8,622,950
Otra forma de pago	40%	S/. 3,449,153	S/. 4,598,989	S/. 5,748,634	S/. 5,748,634	S/. 5,748,634

Nota: Elaboración propia.

Tabla 189

Ventas por tipo de tarjeta – Canal directo

Ventas por tipo de tarjeta - Canal Directo

Tipo	%	2020	2021	2022	2023	2024
Tarjeta Visa	80%	S/. 4,138,983	S/. 5,518,787	S/. 6,898,360	S/. 6,898,360	S/. 6,898,360
MasterCard	20%	S/. 1,034,746	S/. 1,379,697	S/. 1,724,590	S/. 1,724,590	S/. 1,724,590
Total	100%	S/. 5,173,729	S/. 6,898,483	S/. 8,622,950	S/. 8,622,950	S/. 8,622,950

Nota: Elaboración propia.

Tabla 190

Comisión por tipo de tarjeta

Comisión por tipo de tarjeta

Tipo	%	2020	2021	2022	2023	2024
Tarjeta Visa	2.80%	S/. 115,892	S/. 154,526	S/. 193,154	S/. 193,154	S/. 193,154
MasterCard	3.50%	S/. 36,216	S/. 48,289	S/. 60,361	S/. 60,361	S/. 60,361
Total		S/. 152,108	S/. 202,815	S/. 253,515	S/. 253,515	S/. 253,515

Nota: Elaboración propia.

Tabla 191

Sueldos de ventas.

Sueldos de Ventas

Concepto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Cajero	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 13,885	S/. 25,085	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 25,085	S/. 200,215
Total	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 13,885	S/. 25,085	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 13,885	S/. 19,485	S/. 25,085	S/. 200,215

Nota: Elaboración propia.

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación.

La depreciación se realizará a los activos depreciables detallados en el punto 7.1.1. Además, la depreciación se distribuirá según las operaciones, administración y ventas.

Tabla 192

Depreciación de activos fijos.

Depreciación de Activos Fijos							
ítem	Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual
Área de operaciones							
1	Licuada industrial 4L	1	Unidad	S/. 1,500	S/. 1,500	5	S/. 300
2	Horno combinado Rational	1	Unidad	S/. 20,339	S/. 20,339	5	S/. 4,068
3	Cámara de Frio	2	Unidad	S/. 180,610	S/. 361,220	5	S/. 72,244
4	Visicooler 1200L	4	Unidad	S/. 26,640	S/. 106,560	5	S/. 21,312
5	Unidad de Transporte	2	Unidad	S/. 81,839	S/. 163,678	5	S/. 32,736
6	Cocina Industrial de 6 hornillas	3	Unidad	S/. 33,051	S/. 99,153	5	S/. 19,831
7	Lavadero de dos Pozas	5	Unidad	S/. 2,340	S/. 11,700	5	S/. 2,340
8	Lavadero de manos con pedal	6	Unidad	S/. 1,800	S/. 10,800	5	S/. 2,160
9	Mesa de trabajo con teflón	7	Unidad	S/. 2,800	S/. 19,600	5	S/. 3,920
10	Salad bar	4	Unidad	S/. 5,569	S/. 22,276	5	S/. 4,455
11	Computadora de escritorio	3	Unidad	S/. 11,017	S/. 33,051	5	S/. 6,610
Área de administración							
1	Computadora de escritorio	2	Unidad	S/. 2,119	S/. 4,237	4	S/. 1,059
2	Laptops Gerencia	6	Unidad	S/. 2,552	S/. 15,312	3	S/. 5,104
Área de ventas							
1	Computadora de escritorio	2	Unidad	S/. 2,119	S/. 4,237	4	S/. 1,059
2	Caja registradora	8	Unidad	S/. 1,655	S/. 13,240	3	S/. 4,413
Total		56			S/. 886,903		S/. 181,611

Nota: Elaboración propia.

Tabla 193
Cuadro de depreciación acumulada.

Cuadro de Depreciación Acumulada								
Ítem	Concepto	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada
Área de operaciones								
1	Licuada industrial 4L	S/. 1,500	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 1,500
2	Horno combinado Rational	S/. 20,339	S/. 4,068	S/. 4,068	S/. 4,068	S/. 4,068	S/. 4,068	S/. 20,339
3	Cámara de Frio	S/. 361,220	S/. 72,244	S/. 72,244	S/. 72,244	S/. 72,244	S/. 72,244	S/. 361,220
4	Visicooler 1200L	S/. 106,560	S/. 21,312	S/. 21,312	S/. 21,312	S/. 21,312	S/. 21,312	S/. 106,560
5	Unidad de Transporte	S/. 163,678	S/. 32,736	S/. 32,736	S/. 32,736	S/. 32,736	S/. 32,736	S/. 163,678
6	Cocina Industrial de 6 hornillas	S/. 99,153	S/. 19,831	S/. 19,831	S/. 19,831	S/. 19,831	S/. 19,831	S/. 99,153
7	Lavadero de dos Pozas	S/. 11,700	S/. 2,340	S/. 2,340	S/. 2,340	S/. 2,340	S/. 2,340	S/. 11,700
8	Lavadero de manos con pedal	S/. 10,800	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 2,160	S/. 10,800
9	Mesa de trabajo con teflón	S/. 19,600	S/. 3,920	S/. 3,920	S/. 3,920	S/. 3,920	S/. 3,920	S/. 19,600
10	Salad bar	S/. 22,276	S/. 4,455	S/. 4,455	S/. 4,455	S/. 4,455	S/. 4,455	S/. 22,276
11	Computadora de escritorio	S/. 33,051	S/. 6,610	S/. 6,610	S/. 6,610	S/. 6,610	S/. 6,610	S/. 33,051
12	Local	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Área de administración								
1	Computadora de escritorio	S/. 4,237	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 5,297
2	Laptops Gerencia	S/. 15,312	S/. 5,104	S/. 5,104	S/. 5,104	S/. 5,104	S/. 5,104	S/. 25,520
Área de ventas								
1	Computadora de escritorio	S/. 4,237	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 5,297
2	Caja registradora	S/. 13,240	S/. 4,413	S/. 4,413	S/. 4,413	S/. 4,413	S/. 4,413	S/. 22,067
Total		S/. 886,903	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 908,057

Nota: Elaboración propia.

Tabla 194

Cuadro de resumen de depreciación.

Cuadro Resumen de Depreciación										
	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
Depreciación de operaciones	S/. 169,975	93.59%	S/. 169,975	93.59%	S/. 169,975	93.59%	S/. 169,975	93.59%	S/. 169,975	93.59%
Depreciación de administración	S/. 6,163	3.39%	S/. 6,163	3.39%	S/. 6,163	3.39%	S/. 6,163	0.00%	S/. 6,163	0.00%
Depreciación de ventas	S/. 5,473	3.01%	S/. 5,473	3.01%	S/. 5,473	3.01%	S/. 5,473	0.00%	S/. 5,473	0.00%
Total	S/. 181,611	100.0%	S/. 181,611	100%	S/. 181,611	100%	S/. 181,611	94%	S/. 181,611	94%

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.2. Amortización de intangibles.

La amortización se obtiene al distribuir la inversión intangible en los años en que se evalúa el proyecto. A continuación, se presenta la amortización anual correspondiente al activo intangible detallado en el punto 7.1.2.

Tabla 195

Amortización.

		Amortización					
N°	ACTIVIDADES TRAMITES	PRECIO DE VENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Trámites de marca y constitución	S/. 3,407.21	S/. 3,407.21	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Licencias	S/. 9,556.00	S/. 9,556.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Total Inversión Intangibles	S/.12,963	S/.12,963	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

El gasto por activo fijo no depreciable corresponde a la inversión en activos con un valor monetarios menor a 1/4 de UIT, por lo que no se pueden depreciar. Dicho monto asciende a S/. 70,705.31 con IGV.

Tabla 196
Activo No depreciable.

Activo No Depreciable							
Ítem	Concepto	Tipo	Q	Costo unitario	Costo Total (Sin IGV)	IGV	Costo Total (Con IGV)
Operaciones							
1	Balanza electrónica	Equipo	2	701.27	1,402.54	252.46	1,655.00
2	Balanza de mesa - Gramera	Equipo	2	25.00	50.00	9.00	59.00
3	Aire Acondicionado	Equipo	1	677.97	677.97	122.03	800.00
4	Lavadero de una Poza	Equipo	1	600.00	600.00	108.00	708.00
5	Microondas	Equipo	4	729.00	2,916.00	524.88	3,440.88
6	Mesa trabajo acero inoxidable	Equipo	4	2,334.00	9,336.00	1,680.48	11,016.48
7	Dispensador de cinta	Herramienta	3	16.86	50.59	9.11	59.70
8	Coche transportador	Herramienta	4	677.97	2,711.86	488.14	3,200.00
9	Peladora de vegetales	Herramienta	10	838.98	8,389.83	1,510.17	9,900.00
10	Termometro Caliente	Herramienta	6	20.00	120.00	21.60	141.60
11	Robot coupe	Herramienta	1	508.47	508.47	91.53	600.00
12	Exprimidor de limon	Herramienta	1	5.00	5.00	0.90	5.90
13	Jaba de plástico	Herramienta	100	16.53	1,652.54	297.46	1,950.00
14	Cinta de embalaje	Utensilios	120	5.85	701.69	126.31	828.00
15	Cuchillo especial para corte de fruta	Utensilios	18	80.00	1,440.00	259.20	1,699.20
16	Guantes desechables (caja x 100unid)	Utensilios	250	14.32	3,580.51	644.49	4,225.00
17	Gorro desechable (caja x 100 unid)	Utensilios	250	14.32	3,580.51	644.49	4,225.00
18	Juego de sartenes	Utensilios	5	201.69	1,008.47	181.53	1,190.00
19	Juego de ollas	Utensilios	1	422.88	422.88	76.12	499.00
20	Juego de cuchillos	Utensilios	4	227.97	911.86	164.14	1,076.00
21	Utensilios de cocina	Utensilios	6	134.75	808.47	145.53	954.00
22	Tabla de picar	Utensilios	60	35.00	2,100.00	378.00	2,478.00
23	Pirex para ensaladas	Utensilios	30	44.07	1,322.03	237.97	1,560.00
24	Juego de cubiertos	Utensilios	2	146.61	293.22	52.78	346.00
25	Tetera	Utensilios	4	130.00	520.00	93.60	613.60
26	Cepillo limpiador	Utensilios	3	20.83	62.49	11.25	73.74
27	Pack de Cucharas medidoras	Utensilios	5	16.02	80.08	14.42	94.50
28	Tapas de silicona flexible	Utensilios	9	45.00	405.00	72.90	477.90
29	Jarra medidora	Utensilios	10	16.10	161.02	28.98	190.00
30	Bandeja de acero inoxidable	Utensilios	22	25.42	559.32	100.68	660.00
31	Uniforme	Utensilios	50	67.80	3,389.83	610.17	4,000.00
32	Individual de papel	Utensilios	50000	0.05	2,305.00	414.90	2,719.90
33	Anaquele	Mobiliario	5	800.00	4,000.00	720.00	4,720.00
34	Mesa de trabajo	Mobiliario	2	838.98	1,677.97	302.03	1,980.00
35	Silla plegable	Mobiliario	3	76.27	228.81	41.19	270.00
36	Escritorio	Mobiliario	2	161.02	322.04	57.97	380.01
37	Silla de escritorio	Mobiliario	2	152.54	305.08	54.92	360.00
38	Archivador	Mobiliario	1	169.49	169.49	30.51	200.00
Administración							
39	Escritorio	Mobiliario	2	169.49	338.98	61.02	400.00
40	Mueble de impresora	Mobiliario	1	202.54	202.54	36.46	239.00
41	Silla de escritorio	Mobiliario	2	152.54	305.08	54.92	360.00
42	Pizarra de corcho	Mobiliario	1	42.29	42.29	7.61	49.90
Total					59,665.51	10,739.79	70,405.31

Nota: Elaboración propia.

7.4.3. Costo de producción de unitario y costo total unitario

A continuación, se presenta los costos de producción y total unitario promedio:

Tabla 197

Costo de producción promedio.

Costo de Producción Promedio					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Costo de Materia Prima e insumos	S/. 3,748,267	S/. 4,986,291	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos Indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Total Costo de Producción	S/. 5,359,234	S/. 6,789,937	S/. 8,241,725	S/. 8,241,725	S/. 8,241,725
Producción en unidades	462,195	614,727	768,409	768,409	768,409
Costo de producción por unidad	S/. 11.60	S/. 11.05	S/. 10.73	S/. 10.73	S/. 10.73

Nota: Elaboración propia.

Tabla 198

Costo total Unitario promedio

Costo Total Unitario promedio					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Costos Variables					
Costo de Materia Prima e insumos	S/. 3,748,267	S/. 4,986,291	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288
Costos Fijos					
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos Indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Gastos Administrativos	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
Total	S/. 8,478,936	S/. 9,925,857	S/. 11,428,345	S/. 11,448,445	S/. 11,428,345
Producción en unidades	462,195	614,727	768,409	768,409	768,409
Costo Total Unitario	S/. 18.34492	S/. 16.14676	S/. 14.87273	S/. 14.89889	S/. 14.87273

Nota: Elaboración propia.

Tabla 199

Programa de Ventas Anual – Ensaladas.

Programa de Ventas Anual - Ensaladas					
Año	2020	2021	2022	2023	2024
Deli Mixta	35,167	46,773	58,466	58,466	58,466
Spinach salad	45,215	60,136	75,170	75,170	75,170
Gourmet fruit salad	40,191	53,455	66,818	66,818	66,818
Deli Quinoa	55,262	73,500	91,875	91,875	91,875
Ensalada Caprese	45,215	60,136	75,170	75,170	75,170
Ceaser Salad	50,239	66,818	83,523	83,523	83,523
Ensalada Salmon	60,286	80,182	100,227	100,227	100,227
Waldrof Salad	50,239	66,818	83,523	83,523	83,523
Ensalada de Garbanzo	40,191	53,455	66,818	66,818	66,818
Ensalada Multicolor	40,191	53,455	66,818	66,818	66,818
Total	462,195	614,727	768,409	768,409	768,409

Nota: Elaboración propia.

Tabla 200

*Programa de ventas anual – Bebidas.***Programa de Ventas Anual - Bebidas**

Bebidas	2020	2021	2022	2023	2024
1 Chicha	71,418	95,232	119,034	119,034	119,034
2 Infusiones	76,182	101,580	126,972	126,972	126,972
3 Agua mineral con/sin gas embotellada	195,216	260,292	325,362	325,362	325,362
4 Free Tea Limón Light	52,380	69,834	87,288	87,288	87,288
5 Coca – Cola Zero	23,808	31,740	39,678	39,678	39,678
Inka – Cola Zero	19,050	25,392	31,740	31,740	31,740
Total	438,054	584,070	730,074	730,074	730,074

Nota: Elaboración propia.

Tabla 201

*Programa de compra de bebidas – Con IGV.***Programa de compra de bebidas - Con IGV**

Ítem	Materiales directos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Chicha	S/25,282	S/33,712	S/42,138	S/42,138	S/42,138
2	Infusiones	S/26,968	S/35,959	S/44,948	S/44,948	S/44,948
3	Agua mineral con/sin gas embotellada	S/207,319	S/276,430	S/345,534	S/345,534	S/345,534
4	Free Tea Limón Light	S/67,989	S/90,645	S/113,300	S/113,300	S/113,300
5	Coca – Cola Zero	S/25,284	S/33,708	S/42,138	S/42,138	S/42,138
6	Inka – Cola Zero	S/17,983	S/23,970	S/29,963	S/29,963	S/29,963
	Total	S/370,826	S/494,424	S/618,021	S/618,021	S/618,021

Nota: Elaboración propia.

Tabla 202

*Ventas. Año 1.***Ventas - Año 1**

Productos	SI.	%
Deli Mixta	S/310,688	3.6%
Spinach sald	S/980,520	11.4%
Gourmet fruit salad	S/355,073	4.1%
Deli Quinoa	S/1,307,361	15.2%
Ensalada Caprese	S/798,909	9.3%
Ceaser Salad	S/726,320	8.4%
Ensalada Salmon	S/1,198,414	13.9%
Waldrof Salad	S/726,320	8.4%
Ensalada de Garbanzo	S/581,056	6.7%
Ensalada Multicolor	S/710,142	8.2%
Chicha	S/151,309	1.8%
Infusiones	S/161,403	1.9%
Agua Mineral	S/413,593	4.8%
Free te limon light	S/110,975	1.3%
Coca cola Zero	S/50,441	0.6%
Inca cola zero	S/40,360	0.5%
Total sin IGV	S/8,622,882	100.0%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 203
Costo total de ensaladas.

COSTO TOTAL DE ENSALADAS					
1.- Costo Total Unitario - Deli Mixta					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Costo de Insumo y Mp	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Mano de Obra Directa	S/. 0.85	S/. 0.79	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80
Gastos Indirectos	S/. 0.80	S/. 0.60	S/. 0.48	S/. 0.48	S/. 0.48
Costo de Producción Unitario	S/. 6.35	S/. 6.09	S/. 5.97	S/. 5.97	S/. 5.97
Gastos Administrativos	S/. 0.40	S/. 0.29	S/. 0.23	S/. 0.24	S/. 0.23
Gastos de Ventas	S/. 2.80	S/. 2.13	S/. 1.74	S/. 1.74	S/. 1.74
Costo Total Unitario S/.	S/. 9.54	S/. 8.50	S/. 7.94	S/. 7.95	S/. 7.94

Nota: Elaboración propia.

Tabla 204
Costo Total Unitario - Spinach Salad

2.- Costo Total Unitario - Spinach Salad					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23
Costo de Insumo y Mp	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23
Mano de Obra Directa	S/. 2.09	S/. 1.94	S/. 1.96	S/. 1.96	S/. 1.96
Gastos Indirectos	S/. 1.96	S/. 1.47	S/. 1.18	S/. 1.18	S/. 1.18
Costo de Producción Unitario	S/. 11.28	S/. 10.64	S/. 10.36	S/. 10.36	S/. 10.36
Gastos Administrativos	S/. 0.98	S/. 0.70	S/. 0.56	S/. 0.59	S/. 0.56
Gastos de Ventas	S/. 6.87	S/. 5.23	S/. 4.26	S/. 4.26	S/. 4.26
Costo Total Unitario S/.	S/. 19.12	S/. 16.57	S/. 15.18	S/. 15.21	S/. 15.18

Nota: Elaboración propia.

Tabla 205
Costo Total Unitario - Gourmet Fruit Salad

3.- Costo Total Unitario - Gourmet Fruit Salad					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68
Costo de Insumo y Mp	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68
Mano de Obra Directa	S/. 0.85	S/. 0.79	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80
Gastos Indirectos	S/. 0.80	S/. 0.60	S/. 0.48	S/. 0.48	S/. 0.48
Costo de Producción Unitario	S/. 4.33	S/. 4.07	S/. 3.96	S/. 3.96	S/. 3.96
Gastos Administrativos	S/. 0.40	S/. 0.29	S/. 0.23	S/. 0.24	S/. 0.23
Gastos de Ventas	S/. 2.80	S/. 2.13	S/. 1.74	S/. 1.74	S/. 1.74
Costo Total Unitario S/.	S/. 7.52	S/. 6.48	S/. 5.92	S/. 5.93	S/. 5.92

Nota: Elaboración propia.

Tabla 206

*Costo Total Unitario - Deli quinoa***4.- Costo Total Unitario - Deli quinoa**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87
Costo de Insumo y Mp	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87
Mano de Obra Directa	S/. 2.28	S/. 2.12	S/. 2.14	S/. 2.14	S/. 2.14
Gastos Indirectos	S/. 2.14	S/. 1.60	S/. 1.28	S/. 1.28	S/. 1.28
Costo de Producción Unitario	S/. 11.29	S/. 10.59	S/. 10.29	S/. 10.29	S/. 10.29
Gastos Administrativos	S/. 1.07	S/. 0.76	S/. 0.61	S/. 0.64	S/. 0.61
Gastos de Ventas	S/. 7.49	S/. 5.71	S/. 4.65	S/. 4.65	S/. 4.65
Costo Total Unitario S/.	S/. 19.85	S/. 17.06	S/. 15.55	S/. 15.58	S/. 15.55

Nota: Elaboración propia.

Tabla 207

*Costo Total Unitario - Ensalada Capresse***5.- Costo Total Unitario - Ensalada Capresse**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70
Costo de Insumo y Mp	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70
Mano de Obra Directa	S/. 1.71	S/. 1.58	S/. 1.60	S/. 1.60	S/. 1.60
Gastos Indirectos	S/. 1.60	S/. 1.20	S/. 0.96	S/. 0.96	S/. 0.96
Costo de Producción Unitario	S/. 9.00	S/. 8.48	S/. 8.25	S/. 8.25	S/. 8.25
Gastos Administrativos	S/. 0.80	S/. 0.57	S/. 0.46	S/. 0.48	S/. 0.46
Gastos de Ventas	S/. 5.59	S/. 4.26	S/. 3.47	S/. 3.47	S/. 3.47
Costo Total Unitario S/.	S/. 15.39	S/. 13.31	S/. 12.18	S/. 12.20	S/. 12.18

Nota: Elaboración propia.

Tabla 208

*Costo Total Unitario - Cesar Salad***6.- Costo Total Unitario - Cesar Salad**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07
Costo de Insumo y Mp	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07
Mano de Obra Directa	S/. 1.40	S/. 1.29	S/. 1.31	S/. 1.31	S/. 1.31
Gastos Indirectos	S/. 1.31	S/. 0.98	S/. 0.78	S/. 0.78	S/. 0.78
Costo de Producción Unitario	S/. 9.77	S/. 9.34	S/. 9.16	S/. 9.16	S/. 9.16
Gastos Administrativos	S/. 1.08	S/. 0.77	S/. 0.62	S/. 0.65	S/. 0.62
Gastos de Ventas	S/. 4.58	S/. 3.49	S/. 2.84	S/. 2.84	S/. 2.84
Costo Total Unitario S/.	S/. 15.42	S/. 13.60	S/. 12.61	S/. 12.65	S/. 12.61

Nota: Elaboración propia.

Tabla 209

Costo Total Unitario - Ensalada Salmón.

7.- Costo Total Unitario - Ensalada Salmón

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71
Costo de Insumo y Mp	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71
Mano de Obra Directa	S/. 1.92	S/. 1.78	S/. 1.80	S/. 1.80	S/. 1.80
Gastos Indirectos	S/. 1.79	S/. 1.35	S/. 1.08	S/. 1.08	S/. 1.08
Costo de Producción Unitario	S/. 15.42	S/. 14.83	S/. 14.58	S/. 14.58	S/. 14.58
Gastos Administrativos	S/. 0.90	S/. 0.64	S/. 0.51	S/. 0.54	S/. 0.51
Gastos de Ventas	S/. 6.29	S/. 4.79	S/. 3.91	S/. 3.91	S/. 3.91
Costo Total Unitario S/.	S/. 22.61	S/. 20.27	S/. 19.00	S/. 19.03	S/. 19.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 210

Costo Total Unitario - Waldrof Salad.

8.- Costo Total Unitario - Waldrof Salad

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56
Costo de Insumo y Mp	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56
Mano de Obra Directa	S/. 1.40	S/. 1.29	S/. 1.31	S/. 1.31	S/. 1.31
Gastos Indirectos	S/. 1.31	S/. 0.98	S/. 0.78	S/. 0.78	S/. 0.78
Costo de Producción Unitario	S/. 9.26	S/. 8.84	S/. 8.65	S/. 8.65	S/. 8.65
Gastos Administrativos	S/. 0.65	S/. 0.47	S/. 0.37	S/. 0.39	S/. 0.37
Gastos de Ventas	S/. 4.58	S/. 3.49	S/. 2.84	S/. 2.84	S/. 2.84
Costo Total Unitario S/.	S/. 14.49	S/. 12.79	S/. 11.87	S/. 11.89	S/. 11.87

Nota: Elaboración propia.

Tabla 211

Costo Total Unitario - Ensalada de Garbanzo.

9.- Costo Total Unitario - Ensalada de Garbanzo

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Costo de Insumo y Mp	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Mano de Obra Directa	S/. 1.40	S/. 1.29	S/. 1.31	S/. 1.31	S/. 1.31
Gastos Indirectos	S/. 1.31	S/. 0.98	S/. 0.78	S/. 0.78	S/. 0.78
Costo de Producción Unitario	S/. 7.40	S/. 6.97	S/. 6.79	S/. 6.79	S/. 6.79
Gastos Administrativos	S/. 0.65	S/. 0.47	S/. 0.37	S/. 0.39	S/. 0.37
Gastos de Ventas	S/. 4.58	S/. 3.49	S/. 2.84	S/. 2.84	S/. 2.84
Costo Total Unitario S/.	S/. 12.63	S/. 10.92	S/. 10.00	S/. 10.02	S/. 10.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 212

*Costo Total Unitario - Ensalada Multicolor***10.- Costo Total Unitario - Ensalada Multicolor**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69
Costo de Insumo y Mp	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69
Mano de Obra Directa	S/. 1.71	S/. 1.58	S/. 1.60	S/. 1.60	S/. 1.60
Gastos Indirectos	S/. 1.60	S/. 1.20	S/. 0.96	S/. 0.96	S/. 0.96
Costo de Producción Unitario	S/. 8.99	S/. 8.47	S/. 8.24	S/. 8.24	S/. 8.24
Gastos Administrativos	S/. 0.80	S/. 0.57	S/. 0.46	S/. 0.48	S/. 0.46
Gastos de Ventas	S/. 5.59	S/. 4.26	S/. 3.47	S/. 3.47	S/. 3.47
Costo Total Unitario S/.	S/. 15.38	S/. 13.30	S/. 12.17	S/. 12.19	S/. 12.17

Nota: Elaboración propia.

Tabla 213

*Costo Total Unitario - Chicha***COSTO TOTAL DE BEBIDAS****1.- Costo Total Unitario - Chicha**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Costo de Insumo y Mp	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 0.70	S/. 0.63	S/. 0.61	S/. 0.61	S/. 0.61
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Costo Total Unitario S/.	S/. 1.46	S/. 0.70	S/. 0.66	S/. 0.66	S/. 0.66

Nota: Elaboración propia.

Tabla 214

*Costo Total Unitario - Infusiones***2.- Costo Total Unitario - Infusiones**

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Costo de Insumo y Mp	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 0.70	S/. 0.63	S/. 0.61	S/. 0.61	S/. 0.61
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.51	S/. 0.42	S/. 0.42	S/. 0.42
Costo Total Unitario S/.	S/. 1.46	S/. 1.21	S/. 1.08	S/. 1.08	S/. 1.08

Nota: Elaboración propia.

Tabla 215

Costo Total Unitario - Agua Mineral

3.- Costo Total Unitario - Agua Mineral

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Costo de Insumo y Mp	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 1.30	S/. 1.23	S/. 1.21	S/. 1.21	S/. 1.21
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.51	S/. 0.42	S/. 0.42	S/. 0.42
Costo Total Unitario S/.	S/. 2.06	S/. 1.81	S/. 1.68	S/. 1.68	S/. 1.68

Nota: Elaboración propia.

Tabla 216

Costo Total Unitario - Free te Limón Light

4.- Costo Total Unitario - Free te Limón Light

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10
Costo de Insumo y Mp	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 1.50	S/. 1.43	S/. 1.41	S/. 1.41	S/. 1.41
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.51	S/. 0.42	S/. 0.42	S/. 0.42
Costo Total Unitario S/.	S/. 2.26	S/. 2.01	S/. 1.88	S/. 1.88	S/. 1.88

Nota: Elaboración propia.

Tabla 217

Costo Total Unitario - Coca Cola Zero.

5.- Costo Total Unitario - Coca Cola Zero

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Costo de Insumo y Mp	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 1.30	S/. 1.23	S/. 1.21	S/. 1.21	S/. 1.21
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.51	S/. 0.42	S/. 0.42	S/. 0.42
Costo Total Unitario S/.	S/. 2.06	S/. 1.81	S/. 1.68	S/. 1.68	S/. 1.68

Nota: Elaboración propia.

Tabla 218

Costo Total Unitario - Inca Cola Zero.

6.- Costo Total Unitario - Inca Cola Zero

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia prima e insumos	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80
Costo de Insumo y Mp	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80
Mano de Obra Directa	S/. 0.20	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19	S/. 0.19
Gastos Indirectos	S/. 0.19	S/. 0.14	S/. 0.11	S/. 0.11	S/. 0.11
Costo de Producción Unitario	S/. 1.20	S/. 1.13	S/. 1.11	S/. 1.11	S/. 1.11
Gastos Administrativos	S/. 0.10	S/. 0.07	S/. 0.05	S/. 0.06	S/. 0.05
Gastos de Ventas	S/. 0.67	S/. 0.51	S/. 0.42	S/. 0.42	S/. 0.42
Costo Total Unitario S/.	S/. 1.96	S/. 1.71	S/. 1.58	S/. 1.58	S/. 1.58

Nota: Elaboración propia.

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios

COSTOS FIJOS Y VARIABLES (SIN IGV)

Los costos fijos son los costos que se mantienen constantes o varían en poca medida en el proyecto, dichos costo son:

- Mano de Obra
- Costos Indirectos
- Gasto de administración
- Gasto de venta

Los costos variables que consideran para el proyecto son los costos directos y se muestra a continuación:

Tabla 219

Costos fijos y variables sin IGV.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Costos Variables					
Costo de Materia Prima e insumos para ensalada	S/. 3,748,267	S/. 4,986,291	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288
Total sin IGV	S/. 3,748,267	S/. 4,986,291	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288
Costos Fijos					
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Gastos Administrativos	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
Gastos Financieros	S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310
Total sin IGV	S/. 4,870,455	S/. 5,055,434	S/. 5,347,551	S/. 5,336,323	S/. 5,280,366

Nota: Elaboración propia.

Tabla 220
Costos Variables.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Costos Variables					
Costo de Materia Prima e insumos	S/. 3,748,267	S/. 4,986,291	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288	S/. 6,169,288
Unidades de ensalada	S/. 462,195	S/. 614,727	S/. 768,409	S/. 768,409	S/. 768,409
Costo variable unitario	S/. 8.11	S/. 8.11	S/. 8.03	S/. 8.03	S/. 8.03

Nota: Elaboración propia.

Tabla 221
Costos fijos.

Costos Fijos	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Gastos Administrativos	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
Total sin IGV	S/. 4,730,669	S/. 4,939,566	S/. 5,259,056	S/. 5,279,157	S/. 5,259,056
Unidades de tamal	S/. 462,195	S/. 614,727	S/. 768,409	S/. 768,409	S/. 768,409
Costo variable unitario	S/. 10.24	S/. 8.04	S/. 6.84	S/. 6.87	S/. 6.84

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del flujo de Caja.

El horizonte de evaluación es 5 años, siendo el primer año 2020.

El valor venta de las ensaladas y bebidas es el siguiente:

Tabla 222

Premisas Estados financieros.

Concepto	PV consumidor	Precio de venta	IGV	Valor venta
Ensaladas				
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 27.0	S/.27.00	S/.4.12	S/.22.88
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 22.0	S/.22.00	S/.3.36	S/.18.64
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 18.0	S/.18.00	S/.2.75	S/.15.25
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 11.0	S/.11.00	S/.1.68	S/.9.32
Bebidas				
Chicha	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Infusiones	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Free Tea Limón Light	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Coca – Cola Zero	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12
Inka – Cola Zero	S/. 2.5	S/.2.50	S/.0.38	S/.2.12

Nota: Elaboración propia.

- El valor del IGV es de 18%.
- Los ingresos y egresos del flujo de caja están afectos al IGV, salvo la partida de remuneraciones.
- El Estado de Ganancias y Pérdidas no incluyen IGV.
- La depreciación de activos es lineal a 3 años a excepción del Local de Operaciones cuya depreciación es conforme a Ley del Impuesto a la Renta, artículo 39°.
- La amortización de activo intangibles es al primer año.
- La deuda se financiará con la Caja Sullana tanto para activo fijo como para capital de trabajo, aunque con diferente tasa de interés.
- El impuesto a la renta para el horizonte de evaluación del proyecto es de 29.5%

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas del Flujo de Caja

Como se observa en la siguiente tabla, la utilidad de la empresa muestra una tendencia variable, lo que significa ganancias para el proyecto, se puede observar los resultados en el siguiente estado:

Tabla 223
Tasa de impuesto a la renta.
Ejercicios Gravables

Tasas
2018-2023
29.5%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 224
Estado de ganancias y pérdidas sin IGV.

	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%
VENTAS										
Ingreso	S/. 8,622,882	100%	S/. 11,497,472	100%	S/. 14,371,584	100%	S/. 14,371,584	100%	S/. 14,371,584	100%
Costo de Ventas										
Costo de Materia Prima e insumos	S/. 3,719,420	43%	S/. 4,947,847	43%	S/. 6,123,227	43%	S/. 6,123,227	43%	S/. 6,123,227	43%
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	10%	S/. 1,026,100	9%	S/. 1,294,892	9%	S/. 1,294,892	9%	S/. 1,294,892	9%
Costos Indirectos	S/. 778,578	9%	S/. 777,545	7%	S/. 777,545	5%	S/. 777,545	5%	S/. 777,545	5%
Utilidad Bruta	S/. 3,292,495	38%	S/. 4,745,979	41%	S/. 6,175,920	43%	S/. 6,175,920	43%	S/. 6,175,920	43%
Depreciacion maquinaria y equipos	S/. 181,611	2%	S/. 181,611	2%	S/. 181,611	1%	S/. 181,611	1%	S/. 181,611	1%
Ingreso por venta de activo Fijo	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 170,782	1%
Amortización	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%
Gastos Administrativos	S/. 389,406	5%	S/. 370,248	3%	S/. 370,248	3%	S/. 390,348	3%	S/. 370,248	3%
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	32%	S/. 2,765,672	24%	S/. 2,816,371	20%	S/. 2,816,371	20%	S/. 2,816,371	20%
Utilidad Operativa	-S/. 8,818	0%	S/. 1,428,448	12%	S/. 2,807,689	20%	S/. 2,787,589	19%	S/. 2,636,907	18%
Participación de los trabajadores			S/. 142,845	10%	S/. 280,769	10%	S/. 278,759	10%	S/. 263,691	10%
Gastos Financieros	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%
Utilidad antes de impuestos	-S/. 8,818	0%	S/. 1,428,448	12%	S/. 2,807,689	20%	S/. 2,787,589	19%	S/. 2,636,907	18%
Impuesto a la Renta	-S/. 2,601	0%	S/. 421,392	4%	S/. 828,268	6%	S/. 822,339	6%	S/. 777,888	5%
Utilidad Neta	-S/. 6,217	0%	S/. 1,007,056	9%	S/. 1,979,421	14%	S/. 1,965,250	14%	S/. 1,859,020	13%

Nota: Elaboración propia.

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal

A continuación, se presenta el estado de ganancias y pérdidas considerando gastos financieros y escudo fiscal.

Tabla 225

Estado de ganancias y pérdidas con GASTOS FINANCIEROS Y ESTADOS FINANCIEROS

	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%
VENTAS										
Ingreso	S/. 8,622,882	100%	S/. 11,497,472	100%	S/. 14,371,584	100%	S/. 14,371,584	100%	S/. 14,371,584	100%
Costo de Ventas										
Costo de Materia Prima e insumos	S/. 3,719,420	43%	S/. 4,947,847	43%	S/. 6,123,227	43%	S/. 6,123,227	43%	S/. 6,123,227	43%
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	10%	S/. 1,026,100	9%	S/. 1,294,892	9%	S/. 1,294,892	9%	S/. 1,294,892	9%
Costos Indirectos	S/. 778,578	9%	S/. 777,545	7%	S/. 777,545	5%	S/. 777,545	5%	S/. 777,545	5%
Utilidad Bruta	S/. 3,292,495	38%	S/. 4,745,979	41%	S/. 6,175,920	43%	S/. 6,175,920	43%	S/. 6,175,920	43%
Depreciación maquinaria y equipos	S/. 181,611	2%	S/. 181,611	2%	S/. 181,611	1%	S/. 181,611	1%	S/. 181,611	1%
Ingreso por venta de activo Fijo	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 170,782	1%
Amortización	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%	S/. 0	0%
Gastos Administrativos	S/. 389,406	5%	S/. 370,248	3%	S/. 370,248	3%	S/. 390,348	3%	S/. 370,248	3%
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	32%	S/. 2,765,672	24%	S/. 2,816,371	20%	S/. 2,816,371	20%	S/. 2,816,371	20%
Utilidad Operativa	-S/. 8,818	0%	S/. 1,428,448	12%	S/. 2,807,689	20%	S/. 2,787,589	19%	S/. 2,636,907	18%
Participación de los trabajadores			S/. 142,845	10%	S/. 280,769	10%	S/. 278,759	10%	S/. 263,691	10%
Gastos Financieros	S/. 139,786	2%	S/. 115,869	1%	S/. 88,495	1%	S/. 57,166	0%	S/. 21,310	0%
Utilidad antes de impuestos	-S/. 148,604	-2%	S/. 1,169,735	10%	S/. 2,438,425	17%	S/. 2,451,664	17%	S/. 2,351,907	16%
Impuesto a la Renta (10%)	S/. 0	0%	S/. 6,300	0%	S/. 6,300	0%	S/. 6,300	0%	S/. 6,300	0%
Impuesto a la Renta (29.5%)	S/. 0	0%	S/. 282,072	2%	S/. 656,335	5%	S/. 660,241	5%	S/. 630,813	4%
Utilidad Neta	-S/. 148,604	-2%	S/. 881,363	8%	S/. 1,775,790	12%	S/. 1,785,123	12%	S/. 1,714,794	12%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 226

Ajuste de estado d cuenta.

AJUSTE DE IMPUESTO A LA RENTA

Ejercicios Gravables	Tasas
2018-2023	29.5%

Nota: Elaboración propia.

8.4. Flujo de Caja Operativo

El Flujo de Caja operativo muestra los ingresos y egresos durante todo el horizonte de evaluación del proyecto.

Tabla 227

Flujo de Caja Operativo

Flujo de caja Operativo						
Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/. 10,175,001	S/. 13,567,017	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469
Total de ingresos		S/. 10,175,001	S/. 13,567,017	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469	S/. 16,958,469
Materia prima e insumos		S/. 4,388,915	S/. 5,838,459	S/. 7,225,408	S/. 7,225,408	S/. 7,225,408
Mano de Obra Directa		S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos Indirectos		S/. 818,947	S/. 817,729	S/. 817,729	S/. 817,729	S/. 817,729
Gastos Administrativos		S/. 395,955	S/. 375,682	S/. 375,682	S/. 399,400	S/. 375,682
Gastos de Ventas		S/. 3,150,885	S/. 3,186,261	S/. 3,236,960	S/. 3,236,960	S/. 3,236,960
Impuesto a la Renta		S/. 0	S/. 282,072	S/. 656,335	S/. 660,241	S/. 630,813
Liquidación de IGV		S/. 72,036	S/. 715,211	S/. 1,019,612	S/. 1,015,994	S/. 1,019,612
Total de egresos		S/. 9,659,127	S/. 12,241,514	S/. 14,626,617	S/. 14,650,623	S/. 14,601,094
Flujo Operativo		S/. 515,874	S/. 1,325,503	S/. 2,331,852	S/. 2,307,846	S/. 2,357,375

Nota: Elaboración propia.

8.5. Flujo de Capital

El Flujo de Caja de Capital considera todas las inversiones para realizar el proyecto, tales como la inversión de activo fijo, intangible, pre-operativos, inventarios inicial y capital de trabajo. Asimismo, se contempla el valor de desecho y recuperación de capital de trabajo al quinto año del proyecto.

Tabla 228
Flujo de capital proyectado

	Flujo de Capital proyectado					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Fijo Tangible	S/. 1,079,913					
Activo Fijo del Local de Operaciones	S/. 0					
Inversión en Intangibles	S/. 12,963					
Inversión de Gasto pre-operativos	S/. 1,159,870					
Inventario inicial	S/. 10,369					
Capital de trabajo	S/. 167,478	S/. 2,757	S/. 2,802	S/. 2,848	S/. 2,895	S/. 0
Recuperación de capital de trabajo						S/. 178,780
Venta de activos (valor de deshecho)						S/. 242,244
Recuperación garantía de local comercial						S/. 846,021
Flujo de Capital	S/. 2,430,594	S/. 2,757	S/. 2,802	S/. 2,848	S/. 2,895	S/. 1,267,045

Nota: Elaboración propia.

8.6. Flujo de Caja Económico.

El Flujo de Caja Económico es el flujo operativo restándole las inversiones realizadas en el flujo de capital y sumándole el valor de desecho y recuperación de capital de trabajo al último año del horizonte de evaluación.

Tabla 229

Flujo de caja económico.

Flujo de Caja Económico Proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Operativo	S/. 0	S/. 515,874	S/. 1,325,503	S/. 2,331,852	S/. 2,307,846	S/. 2,357,375
Flujo de Capital	-S/. 2,430,594	-S/. 2,757	-S/. 2,802	-S/. 2,848	-S/. 2,895	S/. 1,267,045
Flujo Económico	-S/. 2,430,594	S/. 513,117	S/. 1,322,701	S/. 2,329,003	S/. 2,304,951	S/. 3,624,419

Nota: Elaboración propia.

8.7. Flujo del Servicio de la Deuda

Corresponde al monto financiado por el banco Pichincha, considerando la cuota a pagar, los intereses y el escudo fiscal correspondiente a 29.5% de los intereses, según el año de ocurrencia. Se puede observar el detalle a continuación:

Tabla 230

Flujo del servicio de la deuda.

Flujo del Servicio de la Deuda						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo	S/. 1,103,900					
Amortización		S/. 165,519	S/. 189,437	S/. 216,810	S/. 248,139	S/. 283,995
Interés		S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310
Escudo Fiscal		S/. 41,237	S/. 34,181	S/. 26,106	S/. 16,864	S/. 6,286
Flujo de deuda	S/. 1,103,900	S/. 264,068	S/. 271,124	S/. 279,199	S/. 288,441	S/. 299,019

Nota: Elaboración propia.

8.8. Flujo de Caja Financiero

El flujo de Caja Financiero es la diferencia entre el flujo de caja económico y el servicio de la deuda durante los cinco años de evaluación de proyecto.

Tabla 231

Flujo de caja financiero proyectado.

Flujo de Caja Financiero Proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Económico	-S/. 2,430,594	S/. 513,117	S/. 1,322,701	S/. 2,329,003	S/. 2,304,951	S/. 3,624,419
Flujo de deuda	S/. 1,103,900	-S/. 264,068	-S/. 271,124	-S/. 279,199	-S/. 288,441	-S/. 299,019
Flujo de caja financiero	-S/. 1,326,694	S/. 249,049	S/. 1,051,577	S/. 2,049,804	S/. 2,016,510	S/. 3,325,400

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX: Estados Financieros y proyectados

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad.

9.1.1.1. CAPM.

El Capital Asset Pricing Model es una herramienta financiera que sirve para determinar la tasa de retorno de un activo, dicha tasa se le conoce como costo de oportunidad y la fórmula correspondiente a este modelo es la siguiente:

$$K_e = R_f + \beta * (R_m - R_f)$$

Donde:

K_e : costo de oportunidad o rentabilidad del activo

R_f : Tasa libre de riesgo

R_m : Rendimiento esperado del mercado

β : Riesgo del mercado (beta del sector)

Para el rendimiento del mercado (R_m) se utilizó el promedio aritmético de la tasa de retorno de inversión del mercado de acciones (Stocks) de Estados Unidos del periodo de 2008 al 2017 así como el promedio aritmético de la tasa de retorno de inversión de los bonos de tesoro (T.Bonds) de Estados Unidos para hallar la tasa libre de riesgo (R_f) usando el mismo periodo. Por otro lado, se ha utilizado el riesgo país a Mayo 2019 (110 puntos básicos equivalente a 1.10%), la inflación promedio desde el 2007 al 2017 de Estados Unidos y Perú. Por último, se ha considerado una beta des apalancada del sector correspondiente al 2018.

Tabla 232

Betas

Beta Apalancada = Beta des apalancada*(1+(1-t)*(D/C))

Beta Apalancada 1 = 1.0275

Nota: Elaboración propia.

Tabla 233
Datos para la tasa de descuento

Concepto	Datos
Tasa Libre de Riesgo E.E.U.U.	2.28%
Rendimiento del Mercado E.E.U.U.	13.49%
Beta des apalancada	0.600
Beta apalancada	1.0275
Riesgo País Perú (Tasa %)*	1.10%
Tasa Impositiva Perú (IR)	29.50%
Costo Deuda Tasa Banco (Kd)	14.45%
Razón Capital (E/(D+E))	54.58%
Razón Endeudamiento (D/(D+E))	45.42%

Nota: Damodaran (2019), BCRP (2017), Banco Mundial (2019).

Considerando los datos de la tabla anterior y la fórmula del CAPM se calcula el siguiente costo de oportunidad del proyecto:

Tabla 234
Costo de oportunidad del proyecto.
Cálculo del COK

Concepto	%
COK Nominal	13.80%
COK Nominal + Riesgo País	14.90%
COK Apalancado	28.32%
Riesgo Tamaño del negocio (40%)	6%
Riesgo Know How (50%)	7%

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2. COK Propio.

Para hallar el Cok propio se ha considerado el costo de oportunidad de cada uno de los socios del proyecto, el cual se presenta a continuación:

Tabla 235
COK PROPIO

		COK por socio	
Concepto	COK	Concepto	
Alpas Lobatón, Raúl Jaime	5.50%	Cuenta ahorro soles - Banco Falabella (1)	
De la Torre Velasco, Rogelio	6.71%	Rendimiento Fondos Mutuos - Credifondo (BCP) (2)	
Memenza Ccaccya, Salomón	12.00%	Rendimiento CTS - Caja Sullana (3)	
Ochoa Sánchez, Paola Elizabeth	2.00%	Cuenta ahorro soles - Caja Rural de Ahorro y Crédito LOS ANDES (4)	
Pinedo Bustamante, Oswaldo	7.00%	Rendimiento CTS - Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura (5)	
Total	6.642%		
Factor riesgo	3.18		
COK Propio	21.09%		

Nota: Elaboración propia.

- Mejor tasa de rendimiento de cuentas de ahorro en soles con mantenimiento según SBS

- Fondos mutuos a mediano plazo, modalidad conservador.
- Mejor tasa de rendimiento asociado a depósitos CTS según SBS
- Mejor tasa de rendimiento de cuentas de ahorro en soles sin mantenimiento según SBS
- Mejor tasa de rendimiento asociado a depósitos CTS según SBS

Se puede observar que el promedio del COK de los socios es de 6.642% asimismo se ha considerado un riesgo de proyecto de 3.18, el cual es un riesgo hallado de la suma de la tasa de financiamiento (Kd) con el cok promedio por socio (6.642%) entre el cok promedio por socio, dando como resultado un Cok propio de 21.09%

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El WACC es una herramienta financiera que se utiliza para hallar el costo promedio de capital del proyecto, presenta el promedio de financiamiento del proyecto.

La fórmula para hallar el cálculo del WACC es:

$$\text{WACC} = K_e * C + K_d * (1 - IR) * D$$

Donde:

Ke: Costo de oportunidad (COK apalancado)

C: Razón de capital

D: Razón de endeudamiento

Kd: Tasa de financiamiento

IR: Impuesto a la Renta

El costo de la deuda (Kd) corresponde a la TCEA del préstamo (14.45%), mientras que la razón de endeudamiento y capital corresponde a monto de inversión financiado por capital propio (C) y capital ajeno a la empresa (D) de la estructura de inversión. Con los datos indicados, se calcula el siguiente WACC para el proyecto:

Tabla 236
WACC del proyecto.

Concepto	%
Cok del proyecto	28.32%
Costo Deuda (Kd)	14.45%
Razón Capital (E/(D+E))	54.58%
Razón Endeudamiento (D/(D+E))	45.42%
Impuesto a la renta	29.50%
WACC	20.082%

Nota: Elaboración propia.

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores y Rentabilidad.

9.2.1.1. VANE y VANF.

El VAN es un indicador financiero que mide la rentabilidad del proyecto con las siguientes condiciones:

- Si el VAN < 0; rechazar el proyecto
- Si el VAN = 0; indiferente
- Si el VAN > 0, aceptar el proyecto

Cuando el VAN es menor a cero significa que la rentabilidad del proyecto es negativa, por lo que no se debe invertir en dicho proyecto. Por otro lado, cuando es mayor a cero, significa que el proyecto es rentable por lo que se debería invertir.

El VANE es el indicador de que evalúa la rentabilidad del proyecto cuando es financiado solo con capital propio, utilizando la tasa WACC y el flujo de caja económico. Por otro lado, el VANF evalúa la rentabilidad del proyecto cuando una parte de las inversiones es financiada por terceros, para ello utiliza la tasa COK y el flujo de caja financiero.

Tabla 237

Indicador de rentabilidad económico.

INDICADOR DE RENTABILIDAD ECONOMICO						
AÑO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO ECONÓMICO	-S/. 2,430,594	S/. 513,117	S/. 1,322,701	S/. 2,329,003	S/. 2,304,951	S/. 3,624,419
FLUJO FINANCIERO	-S/. 1,326,694	S/. 249,049	S/. 1,051,577	S/. 2,049,804	S/. 2,016,510	S/. 3,325,400
WACC	20.08%					
COK del proyecto	28.32%					
VAN ECONOMICO	S/. 2,819,148					
TIR ECONÓMICO	52.44%					
VAN FINANCIERO	S/. 2,176,126					
TIR FINANCIERO	73.18%					
TIRE MODIFICADA	40.076%					
TIRF MODIFICADA	52.774%					

Nota: Elaboración propia.

Como muestra la tabla anterior, tanto el VANE como VANF del proyecto son mayores a 0, por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

La tasa interna de retorno del proyecto, denominada TIR, también es un indicador de rentabilidad con las condiciones:

- TIR < tasa de descuento; rechazar el proyecto
- TIR = tasa de descuento; indiferente
- TIR > tasa de descuento; aceptar proyecto

Dependiendo de si la TIR se ha hallado en base a los flujos económicos (TIRE) o flujos financieros (TIRF) la tasa de descuento será distinta. Para la TIRE se debe utilizar como comparativo la tasa de descuento WACC mientras que para la TIRF se debe usar el COK.

Por otro lado, la TIR modificada (TIRM) es un indicador de rentabilidad que soluciona los problemas que puede tener la TIR, como reinversiones de flujos incrementales o flujos negativos durante el periodo de operaciones del proyecto. Para la TIRM se usará ambos flujos de caja (económico y financiero), la tasa de reinversión (WACC) y la tasa de financiamiento (costo de la deuda).

Tabla 238

*Indicador de rentabilidad Ec.***INDICADOR DE RENTABILIDAD ECONOMICO**

AÑO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO ECONÓMICO	-	S/. 513,117	S/. 1,322,701	S/. 2,329,003	S/. 2,304,951	S/. 3,624,419
FLUJO FINANCIERO	2,430,594	S/. 249,049	S/. 1,051,577	S/. 2,049,804	S/. 2,016,510	S/. 3,325,400
WACC	-					
COK del proyecto	1,326,694					
VAN ECONOMICO	20.08%					
TIR ECONOMICO	28.32%					
VAN FINANCIERO	2,819,148					
TIR FINANCIERO	52.44%					
TIRE MODIFICADA	2,176,126					
TIRF MODIFICADA	73.18%					
	40.08%					
	52.77%					

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

El periodo de recuperación descontado es un método por el cual se logrará determinar cuándo se logrará recuperar la inversión inicial del proyecto.

Para el cálculo del periodo de recuperación se hallará los flujos futuros del proyecto utilizando el flujo descontado con la tasa WACC (20.08%).

Tabla 239

Flujos descontados.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO ECONÓMICO	-2,430,594.13	513,116.95	1,322,700.80	2,329,003.48	2,304,950.98	3,624,419.19
FLUJO DESCONTADO		427,304.56	917,284.28	1,345,035.17	1,108,527.23	1,451,590.98
FLUJO FUTURO		-2,003,289.58	-1,086,005.30	259,029.88	1,367,557.11	2,819,148.09

Nota: Elaboración propia.

Tabla 240

Período de recuperación descontado.

Datos	
Ingreso neto - Año 3	S/. 1,345,035
Ingreso mensual Año 3	S/.112,086
Meses para cubrir saldo - Año 4	9.7
Periodo de recuperación en meses	34
Periodo de recuperación descontado	
Período de recuperación en años	2.81
Año	3
Meses	9.7
Días	291

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

El análisis beneficio/costos ayuda a determinar cuánto se está ganando por el costo del proyecto (inversión).

Para el cálculo del análisis beneficio/costo se utilizará los flujos serán descontados con la tasa WACC dando como resultado el siguiente resultado:

Tabla 241

Indicador Beneficio/Costo del Flujo Económico.

AÑO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO ECONÓMICO	-	513,11	1,322,70	2,329,00	2,304,95	3,624,41
	2,430,594	7	1	3	1	9
FLUJO DESCONTADO		427,30	917,284	1,345,03	1,108,52	1,451,59
		5		5	7	1
TOTAL FLUJOS DESCONTADOS	5,249,742					
INVERSIÓN TOTAL	2,430,594					
B/C	S/. 2.160	Por cada sol invertido				

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

Tabla 242

Indicador Beneficio/Costo del Flujo Financiero.

AÑO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO FINANCIERO	-	249,04	1,051,57	2,049,80	2,016,51	3,325,40
	1,326,694	9	7	4	0	0
FLUJO DESCONTADO		194,09	638,678	970,229	743,846	955,976
		1				
TOTAL FLUJOS DESCONTADOS	3,502,820					
INVERSIÓN TOTAL	1,326,694					
B/C	S/. 2.64	Por cada sol invertido				

Nota: Elaboración propia. Monto en soles.

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.

El análisis permitirá determinar la cantidad la cantidad de ensaladas y bebidas en unidades físicas y en unidades monetarias (soles) que se debe vender para cubrir los costos fijos y variables del proyecto.

Tabla 243
Precio sin IGV.

Precios sin IGV	
Ensaladas	
Deli Mixta	S/. 9.32
Spinach salad	S/. 22.88
Gourmet fruit salad	S/. 9.32
Deli Quinoa	S/. 22.88
Ensalada Caprese	S/. 18.64
Ceaser Salad	S/. 15.25
Ensalada Salmon	S/. 22.88
Waldrof Salad	S/. 15.25
Ensalada de Garbanzo	S/. 15.25
Ensalada Multicolor	S/. 18.64
Chicha	S/. 2.12
Infusiones	S/. 2.12
Agua Mineral	S/. 2.12
Free te limón light	S/. 2.12
Coca cola Zero	S/. 2.12
Inca cola Zero	S/. 2.12

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.1. Costos variables, Costos Fijos.

Los costos variables están conformados por los costos directos por servicio mientras que los costos fijos por los costos indirectos, gastos de administración y gastos de ventas.

Tabla 244
Costo variable Unitario.

Costo Variable Unitario					
ENSALADA - BEBIDA	2020	2021	2022	2023	2024
Deli Mixta	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Spinach sald	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23	S/. 7.23
Gourmet fruit salad	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68	S/. 2.68
Deli Quinoa	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87	S/. 6.87
Ensalada Caprese	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70	S/. 5.70
Ceaser Salad	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07	S/. 7.07
Ensalada Salmon	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71	S/. 11.71
Waldrof Salad	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56	S/. 6.56
Ensalada de Garbanzo	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70	S/. 4.70
Ensalada Multicolor	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69	S/. 5.69
Chicha	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Infusiones	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30	S/. 0.30
Agua Mineral	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Free te limon light	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10	S/. 1.10
Coca cola Zero	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90	S/. 0.90
Inca cola zero	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80	S/. 0.80

Nota: Elaboración propia.

Tabla 245
Margen de Contribución.

Margen de contribución					
ENSALADA - BEBIDA	2020	2021	2022	2023	2024
Deli Mixta	S/. 4.62	S/. 4.62	S/. 4.62	S/. 4.62	S/. 4.62
Spinach sald	S/. 15.66	S/. 15.66	S/. 15.66	S/. 15.66	S/. 15.66
Gourmet fruit salad	S/. 6.64	S/. 6.64	S/. 6.64	S/. 6.64	S/. 6.64
Deli Quinoa	S/. 16.01	S/. 16.01	S/. 16.01	S/. 16.01	S/. 16.01
Ensalada Caprese	S/. 12.95	S/. 12.95	S/. 12.95	S/. 12.95	S/. 12.95
Ceaser Salad	S/. 8.19	S/. 8.19	S/. 8.19	S/. 8.19	S/. 8.19
Ensalada Salmon	S/. 11.18	S/. 11.18	S/. 11.18	S/. 11.18	S/. 11.18
Waldrof Salad	S/. 8.69	S/. 8.69	S/. 8.69	S/. 8.69	S/. 8.69
Ensalada de Garbanzo	S/. 10.56	S/. 10.56	S/. 10.56	S/. 10.56	S/. 10.56
Ensalada Multicolor	S/. 12.96	S/. 12.96	S/. 12.96	S/. 12.96	S/. 12.96
Chicha	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82
Infusiones	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82	S/. 1.82
Agua Mineral	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22
Free te limon light	S/. 1.02	S/. 1.02	S/. 1.02	S/. 1.02	S/. 1.02
Coca cola Zero	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22	S/. 1.22
Inca cola zero	S/. 1.32	S/. 1.32	S/. 1.32	S/. 1.32	S/. 1.32

Nota: Elaboración propia.

Tabla 246
Costo fijo.

Costo Fijo					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Gastos Administrativos	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
Gastos Financieros	S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310
TOTAL sin IGV	S/. 4,870,455	S/. 5,055,434	S/. 5,347,551	S/. 5,336,323	S/. 5,280,366

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2. Estado de resultados (Costeo directo).

El método de costo directo se caracteriza por diferenciar los costos variables y los costos fijos del proyecto, de tal manera que se halla el margen de contribución en vez de utilidad bruta.

Tabla 247

Estado de resultados – Costeo directo.

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS SIN IGV					
	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS					
Ingreso	S/. 8,622,882	S/. 11,497,472	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584	S/. 14,371,584
COSTO VARIABLE					
Material directo	S/. 3,719,420	S/. 4,947,847	S/. 6,123,227	S/. 6,123,227	S/. 6,123,227
Margen de Contribución	S/. 4,903,462	S/. 6,549,625	S/. 8,248,357	S/. 8,248,357	S/. 8,248,357
COSTO FIJO	S/. 4,912,281	S/. 5,121,177	S/. 5,440,668	S/. 5,460,768	S/. 5,440,668
Mano de Obra Directa	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos Indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Depreciacion maquinaria y equipos	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611	S/. 181,611
Amortización	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gastos Administrativos	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gastos de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
UTILIDAD OPERATIVA	-S/. 8,818	S/. 1,428,448	S/. 2,807,689	S/. 2,787,589	S/. 2,807,689
Gasto Financieros	S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	-S/. 148,604	S/. 1,312,579	S/. 2,719,194	S/. 2,730,423	S/. 2,786,380
Impuesto a la renta	-S/. 43,838	S/. 387,211	S/. 802,162	S/. 805,475	S/. 821,982
UTILIDAD NETA	-S/. 104,766	S/. 925,368	S/. 1,917,032	S/. 1,924,948	S/. 1,964,398

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.1. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Para el análisis del punto de equilibrio en unidades se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{CF} / (\text{Pu} - \text{CVu})$$

Donde:

CF: Costos Fijos

Pu: Precio unitario

CVu: Costo variable unitario

Tabla 248

Punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio - Q					
	2020	2021	2022	2023	2024
Punto de Equilibrio (unidades)	452,974	470,178	497,346	496,302	491,097
ENSALADA – BEBIDA					
Deli Mixta	16,321	16,941	17,920	17,882	17,695
Spinach sald	51,508	53,465	56,554	56,435	55,843
Gourmet fruit salad	18,653	19,361	20,480	20,437	20,222
Deli Quinoa	68,678	71,286	75,405	75,247	74,458
Ensalada Caprese	41,968	43,562	46,079	45,982	45,500
Ceaser Salad	38,155	39,604	41,892	41,804	41,366
Ensalada Salmon	62,955	65,346	69,121	68,976	68,253
Waldrof Salad	38,155	39,604	41,892	41,804	41,366
Ensalada de Garbanzo	30,524	31,683	33,514	33,443	33,093
Ensalada Multicolor	37,305	38,722	40,959	40,873	40,445
Chicha	7,949	8,250	8,727	8,709	8,617
Infusiones	8,479	8,801	9,309	9,290	9,192
Agua Mineral	21,727	22,552	23,855	23,805	23,555
Free te limón light	5,830	6,051	6,401	6,387	6,320
Coca cola Zero	2,650	2,750	2,909	2,903	2,873
Inca cola Zero	2,120	2,201	2,328	2,323	2,299

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2. Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.

El punto de equilibrio en dinero ayuda a determinar cuánto se debe obtener en ingresos para no percibir pérdidas ni ganancias. Para ello se multiplicará el valor de venta del proyecto por la cantidad obtenida en el punto de equilibrio de cada año del proyecto.

Tabla 249
Punto de equilibrio – soles.

Punto de Equilibrio - SOLES					
	2020	2021	2022	2023	2024
ENSALADA - BEBIDA					
Deli Mixta	S/. 152,145	S/. 157,923	S/. 167,048	S/. 166,697	S/. 164,949
Spinach sald	S/. 1,178,580	S/. 1,223,342	S/. 1,294,030	S/. 1,291,313	S/. 1,277,772
Gourmet fruit salad	S/. 173,880	S/. 180,483	S/. 190,912	S/. 190,511	S/. 188,514
Deli Quinoa	S/. 1,571,440	S/. 1,631,123	S/. 1,725,374	S/. 1,721,751	S/. 1,703,697
Ensalada Caprese	S/. 782,454	S/. 812,171	S/. 859,101	S/. 857,297	S/. 848,307
Ceaser Salad	S/. 582,021	S/. 604,126	S/. 639,035	S/. 637,693	S/. 631,006
Ensalada Salmon	S/. 1,440,487	S/. 1,495,196	S/. 1,581,593	S/. 1,578,272	S/. 1,561,722
Waldrof Salad	S/. 582,021	S/. 604,126	S/. 639,035	S/. 637,693	S/. 631,006
Ensalada de Garbanzo	S/. 465,617	S/. 483,301	S/. 511,228	S/. 510,154	S/. 504,805
Ensalada Multicolor	S/. 695,515	S/. 721,930	S/. 763,645	S/. 762,042	S/. 754,051
Chicha	S/. 16,840	S/. 17,480	S/. 18,490	S/. 18,451	S/. 18,257
Infusiones	S/. 17,963	S/. 18,646	S/. 19,723	S/. 19,682	S/. 19,475
Agua Mineral	S/. 46,031	S/. 47,779	S/. 50,540	S/. 50,434	S/. 49,905
Free te limon light	S/. 12,351	S/. 12,820	S/. 13,561	S/. 13,532	S/. 13,390
Coca cola Zero	S/. 5,614	S/. 5,827	S/. 6,164	S/. 6,151	S/. 6,086
Inca cola zero	S/. 4,492	S/. 4,663	S/. 4,932	S/. 4,922	S/. 4,870
Total	S/. 7,727,450	S/. 8,020,938	S/. 8,484,409	S/. 8,466,594	S/. 8,377,814

Nota: Elaboración propia.

Tabla 250
Comprobación

COMPROBACIÓN					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ingreso por ventas	S/. 7,727,450	S/. 8,020,938	S/. 8,484,409	S/. 8,466,594	S/. 8,377,814
COSTO VARIABLE					
Materia prima e insumoS	S/. 2,856,995	S/. 2,965,503	S/. 3,136,858	S/. 3,130,271	S/. 3,097,447
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/. 4,870,455	S/. 5,055,434	S/. 5,347,551	S/. 5,336,323	S/. 5,280,366
COSTO FIJO	S/. 4,870,455	S/. 5,055,434	S/. 5,347,551	S/. 5,336,323	S/. 5,280,366
Mano de obra	S/. 832,390	S/. 1,026,100	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892	S/. 1,294,892
Costos indirectos	S/. 778,578	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545	S/. 777,545
Gasto de Administración	S/. 389,406	S/. 370,248	S/. 370,248	S/. 390,348	S/. 370,248
Gasto de Ventas	S/. 2,730,296	S/. 2,765,672	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371	S/. 2,816,371
Gastos Financieros	S/. 139,786	S/. 115,869	S/. 88,495	S/. 57,166	S/. 21,310
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0	S/. 0.0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 251
Ventas vs Punto de equilibrio.

VENTAS VS PUNTO DE EQUILIBRIO					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	100%	100%	100%	100%	100%
Cantidad	462,195	614,727	768,409	768,409	768,409
PUNTO DE EQUILIBRIO					
Productos	452,974	470,178	497,346	496,302	491,097
PUNTO DE EQUILIBRIO %	98.0%	76.5%	64.7%	64.6%	63.9%

Nota: Elaboración propia.

9.3. Análisis de sensibilidad y riesgo

9.3.1. Variables de entrada.

Variables de entrada (se asumen cambios en diferentes %) (Precio - Demanda - Costo MP - Gasto de venta y GA y CIF)

9.3.2. Variables de salida.

Variables de salida: VANE - TIRE - VANF – TIRF

Varían en función al movimiento del precio, demanda, costo de MP, costo MOD y gastos.

9.3.3. Análisis unidimensional

Para el análisis unidimensional se medirá la sensibilidad de las variables de entrada cuando una de ellas varía positiva y negativamente y las demás permanecen constantes.

Asimismo, se ha calculado el nivel de la variable de cuando el Valor Actual Neto Financiero (VANF) es igual a cero.

Sensibilidad de precio

Tabla 252
Variable precio.

Variable demanda	Variable Precio	VANF = 0
	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0%	-6.159895%
VANE	S/ 2,819,148.08	S/ 193580.33
TIRE	52.44%	22.43%
VANF	S/ 2,176,126.13	0
TIRF	73.18%	28.32%

Nota: Elaboración propia.

Sensibilidad de demanda

Tabla 253

Variable demanda.

Variable Demanda		VANF = 0
Variable demanda	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0%	-9.839%
VANE	S/ 2,819,148.08	S/ 182,962.05
TIRE	52.44%	21.94%
VANF	S/ 2,176,126.13	0
TIRF	73.18%	26.67%

Nota: Elaboración propia.

Sensibilidad del costo MP

Tabla 254

Variable Costo.

Variable Costo MP		VANF = 0
Variable demanda	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0%	14.3840%
VANE	S/ 2,819,148.08	S/ 194,738.812
TIRE	52.44%	22.44%
VANF	S/ 2,176,126.13	0
TIRF	28.32%	73.18%

Nota: Elaboración propia.

Sensibilidad de MOD + Venta

Tabla 255

Variable venta + Mano de obra directa

Variable Venta + MOD		VANF = 0
Variable demanda	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0%	20.1825%
VANE	S/ 2,819,148.08	S/ 225,668.769
TIRE	52.44%	22.70%
VANF	S/ 2,176,126.13	0
TIRF	73.18%	28.32%

Nota: Elaboración propia.

Sensibilidad de G.A. y CIF.

Tabla 256

Variable ADM y CIF

Variable demanda	Variable ADM y CIF	VANF = 0
	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0%	71.8536%
VANE	S/ 2,819,148.08	S/ 238,250.12
TIRE	52.44%	22.79%
VANF	S/ 2,176,126.13	0
TIRF	73.18%	28.32%

Nota: Elaboración propia.

9.3.4. Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas del proyecto se eligen cuando los indicadores financieros se vuelven negativos ante un movimiento menor de dichas variables, en otras palabras, cuando el VAN es menor a cero, la TIRE menor al WACC y la TIRF menor al COK. Utilizando el análisis de sensibilidad se ha podido encontrar que la variable más crítica del proyecto es la demanda, ya que ante variaciones (-10.8491%) afecta significativamente la rentabilidad del proyecto. En segundo lugar se encuentra el precio de venta (-14.863%) y en último lugar sería el costo de insumos para preparar las ensaladas (+33.9518%). Por lo cual, las variables .Gasto venta + MOD y Gasto Administración + CIF, no son sensibles dado que así cambien en más de 100% no hacen que los indicadores del proyecto salgan negativo.

Con el fin de reducir la amenaza que significa la variables para analizar, en primer lugar debemos tener en cuenta los motivos que posiblemente generarían dichas amenazas, las cuales podrían ser por lo siguiente:

1. Reducción en la demanda actual: El nivel de competencia en el mercado es muy alto, la disminución de la economía peruana, una baja apreciación del cliente en referencia a nuestro producto.
2. Reducción del valor de venta (precio): Una baja en la demanda daría como resultado que nuestros precios bajen, esto con el fin de que se pueda volver más atractivo a más consumidores.
3. Aumento del costo directo: no se llega a cumplir lo acordado con nuestros proveedores y por ello realizan el incremento de sus precios o la reducción de la economía peruana hace que tengan que incrementar sus costos y por ende también sus precios. Debido a lo mencionado, la reducción en demandada provocaría que se tenga una menor compra de

insumos para las ensaladas, por ello al no tener el volumen regular de compra, nuestros costos se incrementarían.

9.3.5. Perfil de riesgo.

Después de poder identificar y procesar los diferentes escenarios de riesgo del presente documento hemos tomando el análisis de sensibilidad como una herramienta, que define las variables "demanda", "precio" y "costo de materia prima" son identificadas como una alta amenaza para el documento desarrollado a raíz de que sensibilidad es muy alta, teniendo como escenario con mucho riesgo la reducción del precio de venta.

En la situación de que el precio del valor de la venta se reduzca debemos decidir realizar las siguientes acciones:

- Adicionar al servicio o producto valores agregados con las que nuestro cliente podría hacer un pago extra. Ejemplo, nuevas combinaciones de ensaladas, nuevos tamaños, raciones más pequeñas.
- Armar combos
- Gestionar o renegociar contratos con un plazo más prolongado con nuestros proveedores. Con el fin de conseguir un menor costo en los insumos.
- Generar combos con productos estacionales.

Al implementar las medidas indicadas con anterioridad podemos conseguir que se reduzca el "costo unitario" de las ensaladas con el fin de que nuestro valor de venta unitario pueda conservar el margen de ganancia deseado.

Asimismo, para mantener el volumen de la demandada, debemos consolidar la marca de la empresa con campañas de sampling en Centros Comerciales, cafeterías de oficinas, etc. Para ello debemos tomar en cuenta canales de alto impacto y bajo costo por ello, las redes sociales y habilitaciones en sitios de alto movimiento

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

Para el Plan de Negocios de Ensaladas tipo gourmet, se concluye lo siguiente:

1. El estudio y análisis de mercado efectuado para el presente plan de negocio concluye que la venta de ensaladas tipo gourmet en patios de comida de centros comerciales resultó financieramente viable y factible.
2. Las ventas de ensaladas tipo gourmet en patio de comida de centros comerciales, revela la aceptación del plan de negocio por parte del público objetivo al encontrarlo innovador y atractivo.
3. El incremento de adopción de estilo de vida saludable, mayor consumo en comida saludable justifican el desarrollo del plan de negocios.

Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

1. Llevar el presente plan de negocio a cabo ya que la venta de ensaladas tipo gourmet en patio de comida de centros comerciales resultó financieramente viable y factible.
2. Implementar correctamente las estrategias orientadas a la promoción para generar fidelidad en los clientes.
3. Realizar compras y ventas en base a la moneda local, para mitigar riesgo de tipo de cambio
4. Brindar información nutricional actualizada como motivo principal de consumo.
5. Debido a que el proyecto es viable, recomendamos llevar este modelo de negocio a una arquitectura de Franquicia. Para lo cual se necesitará la compra del local y las licencias de la franquicia.

Referencias

- APEIM (2018). Niveles socioeconómicos 2018. Lima, Julio 2018.
- Banco Central de Reserva del Perú (2018). Reporte de inflación, Diciembre 2018.
- Datum (2017). Estudio de Vida Saludable. Recuperado de http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Vida-Saludable.pdf
- Datum (2018). Informe Especial de Opinión Pública de la Ley de Alimentación Saludable. Recuperado de http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Leydealimentaci%C3%B3nsaludable.pdf
- Diario Gestión (2019, 26 marzo). Riesgo país de Perú baja seis puntos básicos y cierra en 1.10 puntos porcentuales. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-baja-seis-puntos-basicos-cierra-1-10-puntos-porcentuales-262504>
- Diario Gestión (2017, 05 abril). Lima Orgánica: "el mercado de comida saludable ha evolucionado favorablemente por la demanda del público". Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/lima-organica-mercado-comida-saludable-evolucionado-favorablemente-demanda-publico-132445>
- El Comercio (2019, 15 febrero). INEI: Economía peruana creció 4% en el 2018, pero con ajustes. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-pbi-economia-peruana-mineria-construccion-pesca-manufactura-crece-4-2018-ajustes-noticia-607927>
- El Comercio (2017, 02 octubre). Estos son los 'malls' preferidos por los consumidores en Lima. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/malls-caza-engreidos-consumidor-noticia-462345?foto=1>
- El Comercio (2016, 20 Diciembre). Hojas serían la gran alternativa para reemplazar el plástico. Recuperado de <https://elcomercio.pe/casa-y-mas/ideas-y-diseno/hojas-serian-gran-alternativa-reemplazar-plastico-154610>
- IBM (s.f.). Modelo de negocio B2C. Recuperado de https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/es/SSZLC2_8.0.0/com.ibm.commerce.admin.doc/concepts/cbmconsumerdirectmodel.htm
- INEI (s.f). Perú en cifras. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/peru-en-cifras/1/0/>
- La República (2018, 27 Febrero). Sanurya: Un año de cocina saludable en el Jockey Plaza. Recuperado de <https://larepublica.pe/empresa/1203774-sanurya-un-ano-de-cocina-saludable-en-el-jockey-plaza>
- La República (2018, 21 Febrero). Datum presenta estudio sobre "vida saludable". Recuperado de <https://larepublica.pe/marketing/1200803-datum-presenta-estudio-sobre-vida-saludable>
- Lima orgánica (s.f). Restaurantes de comida saludable. Recuperado de <https://www.limaorganica.pe/negocios-afiliados/restaurantes/>
- Mintel (2018). Tendencias globales de alimentos y bebidas 2019. Recuperado de <https://downloads.mintel.com/private/L5NqB/files/726279/>
- Mintel (2017). Tendencias mundiales en alimentos y bebidas para 2018. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/277698773rad83597.pdf>

- Municipalidad de San Borja (2018, 19 Enero). I-2018 Sesión Ordinaria de Concejo. Recuperado de www.munisanborja.gob.pe/index.php/normas/doc_download/7293-.html
- Municipalidad de San Isidro (2016). Compendio Estadístico 2016. Recuperado de <http://www.munisanisidro.gob.pe/Transparencia/Tema02/01COMPENDIO-ESTADISTICO-2016-final.pdf>
- Perú21 (2018, 05 Febrero). Perú supera los 32 millones de habitantes y su esperanza de vida es mayor a los 75 años. Recuperado de <https://peru21.pe/peru/peru-supera-32-millones-habitantes-esperanza-vida-mayor-75-anos-394712?foto=1>
- Perú 21 (30, Julio 2018). ¿Qué es un 'foodie', por qué son importantes y quiénes son en el Perú?. Recuperado de <https://peru21.pe/vida/gastronomia-foodie-quienes-son-influyentes-peru-417091?foto=12>
- PQS (2017, 02 Octubre). ¡Estos son los malls que prefieren los peruanos!. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/malls-que-prefieren-peruanos-arellano-marketing>
- RPP (2018). INEI: La población en el Perú es de 31 millones 237 mil habitantes. Recuperado de <https://rpp.pe/peru/actualidad/inei-la-poblacion-en-el-peru-es-de-31-millones-237-mil-habitantes-noticia-1131843>
- Santos (2018). B2C, business-to-consumer. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/b2c-business-to-consumer/>
- Gop.pe (02 Mayo del 2019). Registrar o constituir una empresa. [Gop.pe]. Recuperado de <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>
- Gop.pe (02 Mayo del 2019). Registro de Marca. Recuperado de <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (s.f.). Derechos Laborales. Recuperado de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf
- Ubania.pe (s.f.). Alquiler de locales comerciales en San Luis. Recuperado de <https://urbania.pe>
- Indecopi (s.f.). Registro de marca y otros. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
- Indecopi (s.f.). Formatos y Solicitudes. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/formatos-y-solicitudes>
- Municipalidad de San Luis (s.f.). Autorización de Licencia de funcionamiento. Recuperado de www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/10087/6_2_1_0.htm
- Universidad Católica Sedes Sapientiae (2019, 8 de Febrero). ¿Cómo van las licencias de funcionamiento en Lima Metropolitana? [Blog]. Recuperado de <https://camp.ucss.edu.pe/blog/van-las-licencias-funcionamiento-lima-metropolitana/>
- Promepex (2012). Certificado Sanitario de Alimentos Industrializados. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9CD9CA55-CDD8-4587-838D-992ACDF10A9F.PDF>
- Instituto Nacional de la Calidad (20199). Directorio de Laboratorios de Ensayo Acreditados. Recuperado de <https://www.inacal.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/4/jer/acreditados/files/LAB.%20>

DE%20ENSAYO%2FDirectorio-de-Laboratorios-de-Ensayo-Rev.596-(03-Mayo-2019).pdf

Anexos

Anexo 1

Ley N° 26842 - Ley General de la Salud.

Capítulo V

De los alimentos y bebidas, productos cosméticos y similares, insumos, instrumental y equipo de uso médico-quirúrgico u odontológico, productos sanitarios y productos de higiene personal y doméstica.

Artículo 88. La producción y comercio de alimentos y bebidas destinados al consumo humano así como de bebidas alcohólicas están sujetos a vigilancia higiénica y sanitaria, en protección de la salud.

Artículo 90. Queda estrictamente prohibido importar, fabricar, fraccionar, elaborar, comerciar, traspasar a título gratuito, distribuir y almacenar alimentos y bebidas alterados, contaminados, adulterados o falsificados.

Artículo 91. Todo alimento y bebida elaborados industrialmente, de producción nacional o extranjera, sólo podrán expendirse previo Registro Sanitario.

Artículo 94. El personal que intervenga en la producción, manipulación, transporte, conservación, almacenamiento, expendio y suministro de alimentos está obligado a realizarlo en condiciones higiénicas y sanitarias para evitar su contaminación.

Artículo 95. La fabricación, elaboración, fraccionamiento, almacenamiento y expendio de alimentos y bebidas debe realizarse en locales que reúnan las condiciones de ubicación, instalación y operación sanitariamente adecuadas, y cumplir con las exigencias establecidas en el reglamento que dicta la Autoridad de Salud de nivel nacional.

Capítulo I

De los derechos de los consumidores y obligaciones de los proveedores.

Artículo 4°.- Derecho a consumir alimentos inocuos. Los consumidores tienen derecho a una alimentación inocua.

Artículo 5°.- Denuncia. Toda persona natural o jurídica podrá denunciar ante las autoridades competentes, aquellos hechos que considere contrarios a la Ley, el presente reglamento y otras disposiciones legales cuando corresponda, debiendo dar a conocer los hechos, indicios, circunstancias y evidencias que permitan a la autoridad competente su comprobación, para la aplicación de las medidas sanitarias de seguridad y sanciones según corresponda. Dicha autoridad está en la obligación de emitir el pronunciamiento en respuesta al denunciante debidamente identificado. Las autoridades competentes establecerán procedimientos para la atención de las denuncias de los consumidores.

Artículo 8°.- Obligación de los proveedores de suministrar alimentos inocuos.

Los proveedores son responsables directos de la inocuidad de los alimentos y piensos que suministran. Los proveedores deben cumplir con la normativa sanitaria sustentada en la aplicación de los Principios Generales de Higiene, como las Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Pesca y Acuícolas, Buenas Prácticas de Manufactura, Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) y otras normas establecidas por las autoridades competentes.

Capítulo II De la vigilancia y control de la inocuidad de los alimentos

9.1. Toda la cadena alimentaria de consumo humano y los piensos está sujeta a la vigilancia sanitaria pudiendo ser ésta de oficio o a petición de parte.

9.2. Los titulares y responsables de los establecimientos de alimentos deben efectuar el control de calidad sanitaria e inocuidad de los productos que elaboran.

9.4. La vigilancia sanitaria comprende la inspección física y documentaria, así como la toma de muestras en caso de ser necesario, y será realizada por un inspector oficial, conforme a los procedimientos establecidos por las autoridades competentes.

9.6. La inspección física constará en un acta, la misma que debe ser firmada por el intervenido, debidamente identificado, a quien se le entregará una copia del acta. En caso que el intervenido se niegue a firmar dicha acta, la Autoridad actuará según lo dispuesto en la Ley del Procedimiento Administrativo General - Ley N° 27444.

9.7. Las muestras tomadas como parte de la función de vigilancia que realiza la autoridad sanitaria, deben ser analizadas en sus propios laboratorios, estando los del nivel regional y local, sujetos a autorización por parte de la autoridad sanitaria nacional para asegurar su idoneidad.

Artículo 12°.- Vigilancia sanitaria de los alimentos elaborados industrialmente (fabricados).

La vigilancia sanitaria de los alimentos elaborados industrialmente (fabricados), que incluye la vigilancia de contaminantes físicos, químicos y biológicos que puedan afectar a estos alimentos, de acuerdo al artículo 6° y los numerales 3, 5 y 9 del artículo 15° de la Ley, están a cargo del Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental – DIGESA.

Artículo 13°.- Vigilancia sanitaria de los alimentos elaborados, de los establecimientos de comercialización y expendio de alimentos y piensos.

13.1. Corresponde a los Gobiernos Locales ejercer la vigilancia sanitaria de:

- a. Los alimentos elaborados de consumo humano;
- b. El transporte de alimentos y piensos;
- c. Los establecimientos de comercialización y expendio de alimentos y piensos;
- d. La comercialización, elaboración y expendio de alimentos en la vía y espacios públicos.

13.2. Los Gobiernos Locales deben informar a las autoridades competentes sobre situaciones de alerta sanitaria con fines de rastreabilidad, y otros de interés en salud pública.

Artículo 14°.- Vigilancia en materia de rotulado, información y publicidad de alimentos y piensos. En materia de inocuidad alimentaria, la vigilancia de rotulado, información y publicidad de alimentos y piensos, así como de prácticas fraudulentas o engañosas, está a cargo de las Autoridades Competentes.

Artículo 17°.- Rastreabilidad. La rastreabilidad de los alimentos y de los piensos, debe comprender todas las etapas de la cadena alimentaria.

Artículo 18°.- Procedimientos de rastreabilidad. Las autoridades competentes de nivel nacional elaborarán y propondrán a la Comisión Multisectorial Permanente de Inocuidad Alimentaria los procedimientos para llevar a efecto la rastreabilidad de los alimentos y piensos bajo su competencia, los cuales se basarán en los principios para la rastreabilidad del Codex Alimentarius.

Artículo 21°.- Obligación de los proveedores ante riesgos sanitarios.

Artículo 23°.- Registro Sanitario de alimentos elaborados industrialmente. La Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA del Ministerio de Salud, es la responsable a nivel nacional del Registro Sanitario de los alimentos industrializados y semi-elaborados que se comercializan en el país, a excepción de los productos pesqueros y acuícolas, lo que está a cargo del Instituto Tecnológico Pesquero – ITP a través de la Dirección del Servicio Nacional de Sanidad Pesquera – SANIPES. Estos alimentos registrados, están sujetos a vigilancia sanitaria de la autoridad competente.

Artículo 24°.- Medidas sanitarias de seguridad. Constituye medida sanitaria de seguridad toda acción preventiva y de control, de ejecución inmediata, que realizan las Autoridades competentes, ante un peligro o riesgo para la salud pública. Dichas autoridades, podrán dictar las siguientes medidas sanitarias de seguridad en cualquiera de las fases de la cadena alimentaria:

- a. Inmovilización;
- b. Retiro del mercado de alimentos y piensos;
- c. Suspensión de actividades;
- d. Cierre temporal del establecimiento;
- e. Comiso o decomiso;
- f. Incautación; y
- g. Disposición final.

CUESTIONARIO

Buen día, somos estudiantes de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) y nos es grato dirigirnos a usted para solicitarle por favor apoyar respondiendo las siguientes preguntas para realizar un estudio de mercados relacionado al consumo de comida saludable. De antemano se agradece su colaboración

VALIDACIÓN

1. ¿A qué centros comerciales usted visita con más frecuencia?
 - a) C.C. Patio de Comidas - Begonias
 - b) C.C. Jockey Plaza
 - c) C.C. Rambla – San Borja
 - d) C.C. Real Plaza Salaverry
 - e) Otros (terminar)
2. ¿Qué actividad realiza en la zona?
 - a) Trabajar
 - b) Estudiar
 - c) Trámites
 - d) Compras
 - e) Ninguna de las anteriores (terminar)
3. ¿Cuál es su rango de edad?
 - a) 25 – 30 años
 - b) 31 – 35 años
 - c) 35 – 40 años
 - d) 40 – 45 años
 - e) 45 – 50 años
 - f) 50 – 55 años
 - g) 56 – 60 años
 - h) 61 – 65 años
 - i) Otros (terminar)
4. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual familiar aproximadamente? *
 - a) Menos de 3540 (Terminar)
 - b) Mayor a 3541 a 4310 soles (Terminar)
 - c) Mayor a 4311 hasta 7104 soles
 - d) Mayor a 7105 a 13105 soles
 - e) Mayor a 13106 soles

CONTEXTUALIZACIÓN

1. ¿Consume ensaladas?
 - a) Definitivamente si
 - b) Si
 - c) Tal vez (terminar)
 - d) No (terminar)
 - e) Definitivamente No (terminar)
2. ¿Qué tipo de comida saludable prefiere consumir?
 - a) Ensaladas
 - b) Sándwiches
 - c) Frutas
 - d) Wraps
 - e) Otros

MERCADO

Green Gourmet es una cadena de comida rápida de ensaladas Gourmet, saludables y preparadas al instante para tu deleite, además contamos con 10 variedades ensaladas las cuales cada una tendrá un peso máximo de 400gr con bebidas para tu libre elección entre las cuales tenemos:

- **DELI MIXTA:** 80g Lechuga Americana; 30g tomates; 30g pepino; 30g de huevo de codorniz; 20g cebolla; 30g Choclo; 30g Queso Fresco; Aliño (Sal, Pimienta blanca, Aceite de oliva virgen y vinagre); 150g Filete de Pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección
- **SPINACH SALAD:** 100 gr Espinaca; 30 gr Manzana; 30 gr Pasas; 45 gr Queso Paria; 45 gr Nueces; Aliño (Aceite de oliva virgen, Vinagre, Miel, Sal y Pimienta negra molida); 150g Salmon a la parrilla + Bebida s/.2.5 a elección.
- **GOURMET FRUIT SALAD:** 100gr Plátano; 100gr Kiwi; 100gr Melocotón; 100gr Papaya ;100gr Rodajas de piña; Salsa Especial (Limón, miel y azúcar) + Bebida s/.2.5 a elección.
- **DELI QUINOA:** 100 gr quinoa (Blanca, roja y negra); 30gr cebolla; 10gr Perejil fresco; 30gr Queso Fresco; 30gr Tomate Cherry; 15gr Pimiento rojo; 15gr Pimiento Amarillo; 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Limón, Pimiento y Sal); 150gr Trucha a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección
- **ENSALDA CAPRESE:** 80gr Albaca; 80gr Tomate Italiano; 55gr Queso Fresco; 35gr Pecanas; 50Mlts (Limón, vinagre y Aceite de oliva virgen); 150gr de Chuleta deshuesada de cerdo + Bebida s/.2.5 a elección
- **CEASER SALAD:** 100gr Lechuga Americana; 30gr lonjas de tocino crocante; 30gr queso parmesano rallado grueso; 30gr cubos de pan (baguete, ciabatta y marraqueta); 30gr Palta Fuerte; 30gr Tomate Italiano; 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Paprika, Sal, Pimienta Blanca y Limón); 150gr Filete de pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección
- **ENSALADA CON SALMON:** 100gr de láminas de salmón ahumado; 50gr Queso Fresco; 30gr cucharadas de ciboulette picado; 100gr Lechugas Mixtas (Hojas verdes y verdes); 50gr Tomates de cóctel en rodajas; 20gr Eneldo Gourmet; 50Mlts Aliño (Limón, Sal, Pimienta Negra y Yogurt Griego) + Bebida s/.2.5 a elección

- **ENSALADA DE GARBANZO:** 30gr de Cebolla; 30gr pimiento rojo; 30gr pimiento verde; 100 g de garbanzos cocidos; 30gr de tomates cherry; 150gr de Filete de Atún a la parrilla; 30gr Aceitunas; 50Mlts de aliño (Limón, Sal, Pimienta negra y Aceite de oliva virgen) + Bebida s/.2.5 de elección.
- **ENSALADA MULTICOLOR:** 20gr de Garbanzos; 20gr de Arvejas; 20gr de Brócoli cocida al vapor; 20gr de Coliflor cocida al vapor; 10gr Apio finamente picado; 30gr de Zanahoria cocida y picada en bastones; 30gr Tomates cherry; 30gr Huevos de codorniz cocidos y pelados 70gr de Lechuga Hidropónica; 50 Mlts Aliño (mayonesa, mostaza, perejil, Sal y pimienta); 150gr de Filete de lomo fino a la parrilla + Bebida s/.2.5 de elección
- **WALDORF SALAD:** 100gr Lechuga Americana; 50gr manzanas Granny Smith (También se puede utilizar Fuji y Golden); 50gr de pecanas; 25gr corazón de apio; 25gr de Pasas Negras; 50Mlts Aliño (Mayonesa, Limón, Sal y Pimienta Negra); 150gr Lomo de Cerdo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección

Las cuales cuentan con la aprobación de nuestros nutricionistas y Chefs especializados de alto nivel, para que tenga ese balance saludable y sabor perfecto para una comida. También tomando en cuenta que contamos con tecnología de punta para poder conservar las verduras en la temperatura ideal según altos estándares de calidad. Green Gourmet viene a ser esa cadena que toda persona que desee cuidar su vida de la mala alimentación, que desee de una rápida comida saludable o que simplemente se le antoje algo delicioso sin sentir remordimientos.

3. ¿Consumiría las ensaladas Green Gourmet?

- a) Definitivamente sí
- b) Sí
- c) Tal vez (terminar)
- d) No (terminar)
- e) Definitivamente No (terminar)

4. De nuestro menú. ¿Señale cuál es la que más probablemente compraría?

1.- DELI MIXTA

80g Lechuga Americana; 30g tomates; 30g pepino; 30g de huevo de codorniz; 20g cebolla; 30g Choclo; 30g Queso Fresco; Aliño (Sal, Pimienta blanca, Aceite de oliva virgen y vinagre); 150g Filete de Pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección

2.- SPINACH SALAD

100 gr Espinaca; 30 gr Manzana; 30 gr Pasas; 45 gr Queso Paria; 45 gr Nueces; Aliño (Aceite de oliva virgen, Vinagre, Miel, Sal y Pimienta negra molida); 150g Salmon a la parrilla + Bebida s/.2.5 a elección

3.- GOURMET FRUIT SALAD

100gr Plátano; 100gr Kiwi; 100gr Melocotón; 100gr Papaya ;100gr Rodajas de piña; Salsa Especial (Limón, miel y azúcar) + Bebida s/.2.5 a elección

4.- DELI QUINOA

100 gr quinoa (Blanca, roja y negra); 30gr cebolla; 10gr Perejil fresco; 30gr Queso Fresco; 30gr Tomate Cherry; 15gr Pimiento rojo; 15gr Pimiento Amarillo; 50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Limón, Pimiento y Sal); 150gr Trucha a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección

5.- ENSALADA CAPRESE

80gr Albaca; 80gr Tomate Italiano; 55gr Queso Fresco; 35gr Pecanas; 50Mlts (Limón, vinagre y Aceite de oliva virgen); 150gr de Chuleta deshuesada de cerdo + Bebida s/.2.5 a elección

6.- CEASER SALAD

100gr Lechuga Americana; 30gr lonjas de tocino crocante; 30gr queso parmesano rallado grueso; 30gr cubos de pan (baguete, ciabatta y marraqueta); 30gr Palta Fuerte; 30gr Tomate Italiano

50Mlts Aliño (Aceite de oliva virgen, Paprika, Sal, Pimienta Blanca y Limón); 150gr Filete de pollo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección

7.- ENSALADA CON SALMON

100gr de láminas de salmón ahumado; 50gr Queso Fresco; 30gr cucharadas de ciboulette picado; 100gr Lechugas Mixtas (Hojas verdes y verdes); 50gr Tomates de cóctel en rodajas; 20gr Eneldo Gourmet; 50Mlts Aliño (Limón, Sal, Pimienta Negra y Yogurt Griego) + Bebida s/.2.5 a elección

8.- WALDORF SALAD

100gr Lechuga Americana; 50gr manzanas Granny Smith (También se puede utilizar Fuji y Golden); 50gr de pecanas; 25gr corazón de apio; 25gr de Pasas Negras; 50Mlts Aliño (Mayonesa, Limón, Sal y Pimienta Negra); 150gr Lomo de Cerdo a la plancha + Bebida s/.2.5 a elección

9.- ENSALADA DE GARBANZO

30gr de Cebolla; 30gr pimienta roja; 30gr pimienta verde; 100 g de garbanzos cocidos; 30gr de tomates cherry; 150gr de Filete de Atún a la parrilla; 30gr Aceitunas; 50Mlts de aliño (Limón, Sal, Pimienta negra y Aceite de oliva virgen) + Bebida s/.2.5 de elección

10.- ENSALADA MULTICOLOR

20gr de Garbanzos; 20gr de Arvejas; 20gr de Brócoli cocida al vapor; 20gr de Coliflor cocida al vapor; 10gr Apio finamente picado; 30gr de Zanahoria cocida y picada en bastones;

30gr Tomates cherry; 30gr Huevos de codorniz cocidos y pelados 70gr de Lechuga Hidropónica; 50 Mlts Aliño (mayonesa, mostaza, perejil, Sal y pimienta); 150gr de Filete de lomo fino a la parrilla + Bebida s/.2.5 de elección

5. De las siguientes variedades bebidas ¿cuál compraría para su combo?

1.- Chicha

2.- Infusiones

3.- Agua mineral con/sin gas
embotellada

4.- Free Tea Limón Light

5.- Coca – Cola Zero

6.- Inka – Cola Zero

6. ¿Con qué frecuencia semanal consumiría este tipo de ensaladas?

- a) Una vez
 - b) Dos veces
 - c) Tres veces
 - d) Cuatro Veces
 - e) Cinco veces
 - f) Mas de 5 veces
7. ¿A través de qué canales le gustaría enterarse de este producto?
- a) Vallas Publicitarias
 - b) Página Web (Internet).
 - c) Facebook / Instagram (Redes Sociales
 - d) Internet (banners, etc.)
 - e) Volantes.
 - f) Afiches
 - g) Alianza con tarjeta de Crédito / Debito
8. ¿Dónde compraría ensaladas Green Gourmet? Solo una respuesta.
- a) Supermercados
 - b) Patio de comida
 - c) Tiendas por conveniencia (ej. Tambo)
 - d) Restaurantes o cafeterías de comida saludable
 - e) De un ambulante
 - f) Ninguna de las anteriores
9. Si selecciono una las ensaladas: **Spinach Salad, Ensalada con Salmon o Deli Quinoa**. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)
- a) 33 soles
 - b) 30 soles
 - c) 27 soles
 - d) 25 soles
 - e) 22 soles
10. Si selecciono una las ensaladas: **Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor**. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)
- a) 32 soles
 - b) 25 soles
 - c) 22 soles
 - d) 19 soles

- e) 16 soles
11. Si selecciono una las ensaladas: Waldorf **Salad**, Ceaser **Salad** o Ensalada de **Garbanzo**. ¿Qué precio pagaría por la ensalada? (sino escogió ninguna de las indicadas pase a la siguiente pregunta)
- a) 22 soles
 - b) 20 soles
 - c) 18 soles
 - d) 16 soles
 - e) 14 soles
12. Si selecciono una las ensaladas: **Deli Mixta** o **Gourmet Fruit**. ¿Qué precio pagaría por la ensalada?
- a) 19 soles
 - b) 15 soles
 - c) 11 soles
 - d) 7 soles
 - e) 3 soles
13. ¿En qué meses come más ensaladas y comida saludable?
- a) Enero – marzo
 - b) Abril - junio
 - c) Julio - Setiembre
 - d) Octubre – Diciembre

Anexo 4

Guía de pautas para Focus Group.

“Elaboración y comercialización de ensaladas saludables tipo Gourmet”

PERFIL

- Hombre / Mujer
- 25 – 65 años
- Trabaje, estudie, haga trámites o compras en San Borja, San Isidro y la Molina.
- Que consuma alimentos fuera de casa
- Que consuma o haya consumido ensaladas

FASE DE CALENTAMIENTO

- Presentación de moderador
- Explicación del desarrollo de la reunión
- Presentación de las participantes: Nombre, estado civil, zona en la que residen, donde consumen alimentos o almuerzan.
- Informar a los participantes de que se va a grabar en audio y video.
- Informar que todas las opiniones son importantes y relevantes.
- Establecer reglas de intervención

FASE DE CONOCIMIENTO

Objetivo General 1: Evaluar los hábitos de consumo de comida saludable y ensaladas

OE1. Evaluar los tipos de comida saludable y ensaladas que consumen

OE2. Evaluar la frecuencia de consumo

OE3. Determinar el lugar preferido de consumo

OE4. Determinar el monto de gasto promedio

OE5. Determinar los factores que determinan la decisión de compra.

SOBRE EL CONSUMO DE COMIDA SALUDABLE Y ENSALADAS.

1. ¿Qué tipo de alimentos saludables consume?
2. ¿Qué tipos de ensaladas consume?
3. ¿Con que frecuencia consume ensaladas?
4. ¿Cuánto gasta cada vez que consume ensaladas?

5. ¿Qué los motiva a consumirlas?
6. ¿Dónde los compran?
7. ¿Cómo llego ahí? ¿Cómo se enteró de dicho lugar?
8. ¿Qué restaurantes, lugares o marcas que ofrecen ensaladas, conoce?

Objetivo General 2: Evaluar la aceptación de las características de Green Gourmet

- OE1.** Evaluar el sabor de las ensaladas “Green Gourmet” presentadas.
- OE2.** Evaluar la presentación de las ensaladas “Green Gourmet” presentadas.
- OE3.** Evaluar la variedad de las ensaladas “Green Gourmet”.
- OE4.** Evaluar la marca de las ensaladas “Green Gourmet”
- OE5.** Evaluar la disposición de pago para las ensaladas “Green Gourmet”
- OE6.** Determinar las combinaciones adecuadas para las ensaladas “Green Gourmet”
- OE7** Evaluar la disponibilidad de compra para las ensaladas “Green Gourmet

PRUEBA DE PRODUCTO: ENSALADAS GREEN GOURMET

“**Green Gourmet**” será una marca que se ubicará en los patios de comida de los Centros Comerciales de 3 distritos y que ofrecerá ensaladas en combo (con refresco y aliños), los precios estarán entre 15 – 30 soles. Mostrar ensaladas y dar de degustar.

9. ¿Qué le parece el sabor de las ensaladas “Green Gourmet”?
10. ¿Qué le parece la presentación de las ensaladas “Green Gourmet”?
11. ¿Qué le parece la cantidad de las ensaladas “Green Gourmet”?
12. ¿Qué le parece la variedad de las ensaladas “Green Gourmet”?
13. ¿Qué opinan del nombre “Green Gourmet”? ¿Qué otro nombre le pondrían?
14. ¿Con qué frecuencia semanal compraría ensaladas “Green Gourmet”?
15. El precio asignado va de 15 a 30 soles ¿Qué le parece?
16. ¿Comprarían el producto? ¿Por qué?
17. ¿Qué aspectos debiera mejorar? ¿Por qué?
18. ¿Qué otras combinaciones harían? Sea detallado (a)
19. ¿Qué otras personas de su entrono estarían interesadas en consumirlo?
20. Algún comentario adicional.

FASE DE CIERRE

Agradecer por su participación

Apagar equipo de audio y video

Entregar presentes, verificar que lista de asistentes tenga datos completos de todos

Tomar fotos de recuerdos de los asistentes con sus presentes, con el producto y con todos los miembros del equipo de trabajo.

Despedirse

Anexo 5

Detalle de Precios ponderado para los productos Green Gourmet.

9. Si selecciono una las ensaladas: **Spinach Salad, Ensalada con Salmon o Deli Quinoa.** ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

Opciones	Precio	Cantidad	Porcentaje	Ponderado
35 soles	S/. 35.0	4	13%	S/. 4.4
32 soles	S/. 32.0	6	19%	S/. 6.0
30 soles	S/. 30.0	15	47%	S/. 14.1
28 soles	S/. 28.0	4	13%	S/. 3.5
25 soles	S/. 25.0	3	9%	S/. 2.3
Total		32	100%	S/. 30.3

Precio de venta

S/. 30.0

10. Si selecciono una las ensaladas: **Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor.** ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

Opciones	Precio	Cantidad	Porcentaje	Ponderado
30 soles	S/. 30.0	1	6%	S/. 1.8
27 soles	S/. 27.0	2	12%	S/. 3.2
25 soles	S/. 25.0	10	59%	S/. 14.7
23 soles	S/. 23.0	3	18%	S/. 4.1
20 soles	S/. 20.0	1	6%	S/. 1.2
Total		17	100%	S/. 24.9

Precio de venta

S/. 25.0

11. Si selecciono una las ensaladas: **Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo.** ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

Opciones	Precio	Cantidad	Porcentaje	Ponderado
25 soles	S/. 25.0	1	4%	S/. 0.9
22 soles	S/. 22.0	3	11%	S/. 2.4
20 soles	S/. 20.0	19	68%	S/. 13.6
18 soles	S/. 18.0	4	14%	S/. 2.6
15 soles	S/. 15.0	1	4%	S/. 0.5
Total		28	100%	S/. 19.9

Precio de venta

S/. 20.0

12. Si selecciono una las ensaladas: **Deli Mixta o Gourmet Fruit.** ¿Qué precio pagaría por la ensalada?

Opciones	Precio	Cantidad	Porcentaje	Ponderado
20 soles	S/. 20.0	1	7%	S/. 1.3
17 soles	S/. 17.0	1	7%	S/. 1.1
15 soles	S/. 15.0	9	60%	S/. 9.0
13 soles	S/. 13.0	2	13%	S/. 1.7
10 soles	S/. 10.0	2	13%	S/. 1.3
Total		15	100%	S/. 14.5

Precio de venta

S/. 15.0

Nota: Elaboración propia.

Anexo 6

Programa de Ventas Mensual en Unidades.

PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2020													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	234,407
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	124,529
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	205,109
Deli Mixta o Gourmet Fruit	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	109,878
Bebidas													
Chicha	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	168,480
Infusiones	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	87,612
Agua mineral con/sin gas embotellada	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	80,868
Free Tea Limón Light	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	67,392
Coca – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
Inka – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2021													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	234,408
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	124,530
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	205,110
Deli Mixta o Gourmet Fruit	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	109,878
Bebidas													
Chicha	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	168,480
Infusiones	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	87,612
Agua mineral con/sin gas embotellada	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	80,868
Free Tea Limón Light	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	67,392
Coca – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
Inka – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784

Nota: Elaboración propia.

Anexo 7

Programa de Ventas Mensual en Unidades(Continuacion).

PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2022													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	234,408
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	124,530
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	205,110
Deli Mixta o Gourmet Fruit	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	109,878
Bebidas													
Chicha	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	168,480
Infusiones	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	87,612
Agua mineral con/sin gas embotellada	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	80,868
Free Tea Limón Light	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	67,392
Coca – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
Inka – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2023													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	234,408
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	124,530
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	205,110
Deli Mixta o Gourmet Fruit	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	109,878
Bebidas													
Chicha	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	168,480
Infusiones	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	87,612
Agua mineral con/sin gas embotellada	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	80,868
Free Tea Limón Light	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	67,392
Coca – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
Inka – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2024													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	15,627	15,627	15,627	23,441	23,441	23,441	234,408
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	8,302	8,302	8,302	12,453	12,453	12,453	124,530
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	13,674	13,674	13,674	20,511	20,511	20,511	205,110
Deli Mixta o Gourmet Fruit	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	7,325	7,325	7,325	10,988	10,988	10,988	109,878
Bebidas													
Chicha	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	11,232	11,232	11,232	16,848	16,848	16,848	168,480
Infusiones	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	5,841	5,841	5,841	8,761	8,761	8,761	87,612
Agua mineral con/sin gas embotellada	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	5,391	5,391	5,391	8,087	8,087	8,087	80,868
Free Tea Limón Light	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	4,493	4,493	4,493	6,739	6,739	6,739	67,392
Coca – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784
Inka – Cola Zero	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	8,986	8,986	8,986	13,478	13,478	13,478	134,784

Nota: Elaboración propia.

Anexo 8
Programa de Ventas Mensual en Soles.

PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2020													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,950	S/. 397,299	S/. 397,299	S/. 397,299	S/. 595,950	S/. 595,950	S/. 595,950	S/. 5,959,503
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,833	S/. 175,888	S/. 175,888	S/. 175,888	S/. 263,833	S/. 263,833	S/. 263,833	S/. 2,638,333
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,637	S/. 231,758	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 3,476,429
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,675	S/. 93,117	S/. 93,117	S/. 93,117	S/. 139,675	S/. 139,675	S/. 139,675	S/. 1,396,752
Bebidas													
Chicha	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 356,949
Infusiones	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 185,619
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 171,331
Free Tea Limón Light	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 142,780
Coca – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Inka – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Total (soles) sin IGV	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,873	S/. 993,250	S/. 993,255	S/. 993,255	S/. 1,489,880	S/. 1,489,880	S/. 1,489,880	S/. 14,898,812
Total (soles) con IGV	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,050	S/. 1,172,035	S/. 1,172,041	S/. 1,172,041	S/. 1,758,058	S/. 1,758,058	S/. 1,758,058	S/. 17,580,599
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2021													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 5,959,525
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 2,638,347
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 3,476,441
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 1,396,754
Bebidas													
Chicha	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 356,949
Infusiones	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 185,619
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 171,331
Free Tea Limón Light	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 142,780
Coca – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Inka – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Total (soles) sin IGV	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 14,898,864
Total (soles) con IGV	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 17,580,660

Nota: Elaboración propia.

Anexo 9
Programa de Ventas Mensual (Continuación).

PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2022													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 397,297	S/. 397,297	S/.397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 5,959,525
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 175,890	S/. 175,890	S/.175,890	S/. 263,835	S/.263,835	S/. 263,835	S/. 2,638,347
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 231,763	S/. 231,763	S/.231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 3,476,441
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 1,396,754
Bebidas													
Chicha	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 356,949
Infusiones	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 185,619
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 171,331
Free Tea Limón Light	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 142,780
Coca – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Inka – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Total (soles) sin IGV	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 993,252	S/. 993,252	S/.993,252	S/.1,489,892	S/.1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 14,898,864
Total (soles) con IGV	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/.1,758,073	S/.1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 17,580,660
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2023													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 397,297	S/. 397,297	S/.397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 5,959,525
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 175,890	S/. 175,890	S/.175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 2,638,347
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada Garbanzo	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 231,763	S/. 231,763	S/.231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 3,476,441
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 1,396,754
Bebidas													
Chicha	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 356,949
Infusiones	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 185,619
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 171,331
Free Tea Limón Light	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 142,780
Coca – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Inka – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Total (soles) sin IGV	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 993,252	S/. 993,252	S/.993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/.14,898,864
Total (soles) con IGV	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/.1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/.17,580,660
PROGRAMA DE VENTAS POR MESES - 2024													
Estacionalidad	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Ensaladas													
Spinach Salad, Ensalada con Salmón o Deli Quinoa	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/.397,297	S/. 397,297	S/. 397,297	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 595,958	S/. 5,959,525
Ensalada Caprese o Ensalada Multicolor	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/.175,890	S/. 175,890	S/. 175,890	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 263,835	S/. 2,638,347
Waldorf Salad, Ceaser Salad o Ensalada de Garbanzo	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/.231,763	S/. 231,763	S/. 231,763	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 347,644	S/. 3,476,441
Deli Mixta o Gourmet Fruit	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 93,114	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 139,678	S/. 1,396,754
Bebidas													
Chicha	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 23,797	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 35,695	S/. 356,949
Infusiones	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 12,375	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 18,561	S/. 185,619
Agua mineral con/sin gas embotellada	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 11,422	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 17,133	S/. 171,331
Free Tea Limón Light	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 9,519	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 14,278	S/. 142,780
Coca – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Inka – Cola Zero	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 19,038	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 28,555	S/. 285,559
Total (soles) sin IGV	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/.993,252	S/. 993,252	S/. 993,252	S/.1,489,892	S/. 1,489,892	S/. 1,489,892	S/.14,898,864
Total (soles) con IGV	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,172,038	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/.1,172,038	S/.1,172,038	S/. 1,172,038	S/.1,758,073	S/. 1,758,073	S/. 1,758,073	S/.17,580,660

Nota: Elaboración propia.

Anexo 10

Formulario de Solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica.



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° ☐ CIP ☐ CE ☐ OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular ☐ socio ☐ abogado ☐ notario ☐ representante ☐) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución ☐ Modificación de Estatuto ☐

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.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.



Nota: Recuperado de Sunat

Anexo 11
Ficha de Solicitud de Constitución de empresa.

	PERÚ Ministerio de la Producción	Anexo 1 de Declaración Jurada FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS/MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS	
Estimado(a) Señor(a) Empresario(a): Sirvase llenar la siguiente información:		Promotor:	Fecha:
		N° de expediente:	N° de registro:
I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN			
1. Denominación o Razón Social de la Empresa (especificar si es SA, SAC, SRL o EIRL)			
2. Nombre Abreviado de la Empresa (si lo tuviera)			
3. Dirección o domicilio Legal de la empresa Av. Jr. Calle, Pasaje, Prolongación, Malecón, N° o Mz. Lote y Urbanización			
Distrito		Provincia	Departamento / Región
4. Teléfono		5. Celular	6. Correo Electrónico
II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN			
7. Descripción de la Actividad Económica 			
III. INFORMACIÓN DEL TITULAR O SOCIOS DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN (Si el listado fuera mayor, adjuntar una hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante)			
1. Información del socio(a)			
Apellido Paterno		Apellido Materno	
Nombres		DNI / CE	
Fecha de Nacimiento			
Sexo ☐ M ☐ F	Discapacitado ☐ SI ☐ NO	Nacionalidad	Estado Civil
Grado de Instrucción		Profesión/Ocupación	Total de aportes en efectivo (S/.)
Total de aportes en bienes (S/.)			
Dirección o domicilio			
Cargo ☐ Gerente ☐ Sub Gerente		☐ Director ☐ Presidente del Directorio	
Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos)			
Descripción	Marca	Modelo	Serie
Valor en S/			
Información del cónyuge Apellido Paterno			
Apellido Materno		Nombres	
DNI / CE		Fecha de Nacimiento	
Sexo ☐ M ☐ F	Nacionalidad		Profesión/Ocupación
2. Información del socio(a)			
Apellido Paterno		Apellido Materno	
Nombres		DNI / CE	
Fecha de Nacimiento			
Sexo ☐ M ☐ F	Discapacitado ☐ SI ☐ NO	Nacionalidad	Estado Civil
Grado de Instrucción		Profesión/Ocupación	Total de aportes en efectivo (S/.)
Total de aportes en bienes (S/.)			
Dirección o domicilio			
Cargo ☐ Gerente ☐ Sub Gerente		☐ Director ☐ Presidente del Directorio	
Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos)			
Descripción	Marca	Modelo	Serie
Valor en S/			
Información del cónyuge Apellido Paterno			
Apellido Materno		Nombres	
DNI / CE		Fecha de Nacimiento	
Sexo ☐ M ☐ F	Nacionalidad		Profesión/Ocupación

Nota: Recuperado de Produce peru Mype ,Ficha de solicitud de constitución.

Anexo 12

Formato de Solicitud de Registro de marca/servicio.

			
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE			
1. DATOS DEL SOLICITANTE ☐ N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)			
☐ PERSONA NATURAL		☐ PERSONA JURIDICA Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): ☐ Micro ☐ Pequeña ☐ Mediana ☐ Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI ☐ C.E. ☐ PASAPORTE ☐ / Persona Jurídicas RUC ☐	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:			
Distrito: Referencias de domicilio:		Provincia: Departamento:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.		Número de teléfono fijo y/o celular	
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)			
☐ Se adjunta documentación que acredita representación.			
☐ Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)			
☐ Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp , en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____			
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)			
N° de comprobante _____		Fecha de pago _____	
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):			
☐ Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)			
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):			
5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N° _____		5.2 Clase(s) _____	
(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.			
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe			
F-MAR-03/03			

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca: ☐ Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números) ☐ Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) ☐ Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos) ☐ Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) ☐ Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) ☐ Otros: _____	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	6.3. Reproducción del Signo En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca. Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.
6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI ☐ NO ☐ (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)		
6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)		
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)	
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B		

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Nota: INDECOPI.

Anexo 13

Programa de Producción Mensual.

Calculo de producción por meses 2020

	Dic. Año 0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Estacionalidad %		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Demanda	0	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	673,920
Sampling (0.30%)	1685	112	112	112	168	168	168	112	112	112	168	168	168	3,370
Merma de PT(1.00%)	17	449	449	449	674	674	674	449	449	449	674	674	674	6,756
Inventario Final de PT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario Inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total	1,702	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	682,344

Nota: elaboración propia.

Anexo 14

Programa de Producción Mensual.

Calculo de producción por meses 2021

	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Total
Estacionalidad %		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Demanda		44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	673,920
Sampling	0.30%	112	112	112	168	168	168	112	112	112	168	168	168	1,685
Merma de PT	1.00%	449	449	449	674	674	674	449	449	449	674	674	674	6,739
Inventario Final de PT	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total		45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	682,344

Calculo de producción por meses 2022

Estacionalidad %		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Demanda		44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	673,920
Sampling	0.30%	112	112	112	168	168	168	112	112	112	168	168	168	1,685
Merma de PT	1.00%	449	449	449	674	674	674	449	449	449	674	674	674	6,739
Inventario Final de PT	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total		45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	682,344

Calculo de producción por meses 2023

Estacionalidad %		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Demanda		44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	673,920
Sampling	0.30%	112	112	112	168	168	168	112	112	112	168	168	168	1,685
Merma de PT	1.00%	449	449	449	674	674	674	449	449	449	674	674	674	6,739
Inventario Final de PT	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total		45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	682,344

Calculo de producción por meses 2024

Estacionalidad %		6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	6.67%	6.67%	6.67%	10.00%	10.00%	10.00%	100.00%
Demanda		44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	44,928	44,928	44,928	67,392	67,392	67,392	673,920
Sampling*	0.30%	112	112	112	168	168	168	112	112	112	168	168	168	1,685
Merma de PT	1.00%	449	449	449	674	674	674	449	449	449	674	674	674	6,739
Inventario Final de PT	0.00%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario Inicial		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total		45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	45,490	45,490	45,490	68,234	68,234	68,234	682,344

Nota: elaboración propia.

Anexo 15

Receta por tipo de ensalada.

1A.- Spinach Salad

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Espinaca	Kg	18	7,209	7,209	7,209	7,209	7,209
2	manzana	Kg	5	2,123	2,123	2,123	2,123	2,123
3	pasas	Kg	5	2,083	2,083	2,083	2,083	2,083
4	queso paria	Kg	8	3,094	3,094	3,094	3,094	3,094
5	nueces	Kg	8	3,184	3,184	3,184	3,184	3,184
6	trucha	Kg	8	3,184	3,184	3,184	3,184	3,184
Total			52	20,876	20,876	20,876	20,876	20,876

1B.- Ensalada con salmon

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Salmón	Kg	32	12,850	12,850	12,850	12,850	12,850
2	queso fresco	Kg	10	4,202	4,202	4,202	4,202	4,202
3	coboulete picado	Kg	6	2,594	2,594	2,594	2,594	2,594
4	Lechuga Americana	Kg	23	9,301	9,301	9,301	9,301	9,301
5	tomate	Kg	14	5,674	5,674	5,674	5,674	5,674
6	eneldo	Kg	1	424	424	424	424	424
Total			87	35,045	35,045	35,045	35,045	35,045

1C.- Deli quinua

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Quinua	Kg	23	9,256	9,256	9,256	9,256	9,256
2	cebolla	Kg	7	2,804	2,804	2,804	2,804	2,804
3	perejil	Kg	2	979	979	979	979	979
4	queso fresco	Kg	9	3,667	3,667	3,667	3,667	3,667
5	tomate cherry	Kg	9	3,774	3,774	3,774	3,774	3,774
6	pimiento rojo	Kg	4	1,469	1,469	1,469	1,469	1,469
7	pimiento amarillo	Kg	4	1,469	1,469	1,469	1,469	1,469
8	trucha	Kg	35	14,018	14,018	14,018	14,018	14,018
Total			93	37,434	37,434	37,434	37,434	37,434

2A.- Ensalada Capresse

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Albaca	Kg	15	5,821	5,821	5,821	5,821	5,821
2	tomate	Kg	14	5,714	5,714	5,714	5,714	5,714
3	queso fresco	Kg	10	4,125	4,125	4,125	4,125	4,125
4	pecanas	Kg	5	2,083	2,083	2,083	2,083	2,083
5	chuleta de cerdo	Kg	26	10,613	10,613	10,613	10,613	10,613
Total			71	28,356	28,356	28,356	28,356	28,356

2B.- Ensalada Multicolor

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Garbanzo	Kg	3	1,258	1,258	1,258	1,258	1,258
2	alberjas	Kg	3	1,270	1,270	1,270	1,270	1,270
3	brocoli	Kg	3	1,329	1,329	1,329	1,329	1,329
4	coliflor	Kg	3	1,329	1,329	1,329	1,329	1,329
5	apio	Kg	2	694	694	694	694	694
6	zanahoria	Kg	5	1,851	1,851	1,851	1,851	1,851
7	tomates cherry	Kg	5	1,887	1,887	1,887	1,887	1,887
8	huevo de codorniz	Kg	5	1,940	1,940	1,940	1,940	1,940
9	filete de lomo de cerdo	Kg	23	9,345	9,345	9,345	9,345	9,345
10	Lechuga Americana	Kg	12	4,735	4,735	4,735	4,735	4,735
Total			64	25,638	25,638	25,638	25,638	25,638

Nota: elaboración propia.

Anexo 16

Receta por tipo de ensalada(Continuacion).

3A.-Waldord Salad

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Garbanzo	Kg	21	8,455	8,455	8,455	8,455	8,455
2	alberjas	Kg	14	5,711	5,711	5,711	5,711	5,711
3	brocoli	Kg	6	2,314	2,314	2,314	2,314	2,314
4	coliflor	Kg	5	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169
5	apio	Kg	5	1,928	1,928	1,928	1,928	1,928
6	zanahoria	Kg	29	11,793	11,793	11,793	11,793	11,793
Total			81	32,371	32,371	32,371	32,371	32,371

3B. Ceaser Salad

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Lechuga Americana	Kg	21	8,455	8,455	8,455	8,455	8,455
2	tocino	Kg	6	2,359	2,359	2,359	2,359	2,359
3	queso parmesano	Kg	6	2,292	2,292	2,292	2,292	2,292
4	pan baguete	Kg	6	2,314	2,314	2,314	2,314	2,314
5	palta fuerte	Kg	6	2,425	2,425	2,425	2,425	2,425
6	tomate	Kg	6	2,381	2,381	2,381	2,381	2,381
7	filete de pollo	Kg	29	11,681	11,681	11,681	11,681	11,681
Total			50	20,226	20,226	20,226	20,226	20,226

3C. Ensalada de Garbanzo

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Cebolla	Kg	5	1,994	1,994	1,994	1,994	1,994
2	pimiento rojo	Kg	5	1,958	1,958	1,958	1,958	1,958
3	pimiento amarillo	Kg	5	1,958	1,958	1,958	1,958	1,958
4	garbanzo	Kg	16	6,289	6,289	6,289	6,289	6,289
5	tomate cherry	Kg	5	1,887	1,887	1,887	1,887	1,887
6	filete de pollo	Kg	23	9,345	9,345	9,345	9,345	9,345
7	aceituna	Kg	5	1,958	1,958	1,958	1,958	1,958
Total			58	23,431	23,431	23,431	23,431	23,431

4A. Deli Mixta

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Lechuga Americana	Kg	12	4,735	4,735	4,735	4,735	4,735
2	Tomate	Kg	4	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667
3	Pepino	Kg	4	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667
4	Huevo de codorniz*	Kg	4	1,698	1,698	1,698	1,698	1,698
5	Cebolla	Kg	3	1,163	1,163	1,163	1,163	1,163
6	Choclo	Kg	4	1,635	1,635	1,635	1,635	1,635
7	Queso fresco	Kg	4	1,620	1,620	1,620	1,620	1,620
8	Filete de pollo	Kg	20	8,177	8,177	8,177	8,177	8,177
Total			56	22,361	22,361	22,361	22,361	22,361

4B. Gourmet Fruit

Item	Materia prima e insumos	Und	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Plátano	Kg	16	6,467	6,467	6,467	6,467	6,467
2	kiwi	Kg	16	6,349	6,349	6,349	6,349	6,349
3	melocoton	Kg	16	6,467	6,467	6,467	6,467	6,467
4	papaya	Kg	16	6,527	6,527	6,527	6,527	6,527
5	piña	Kg	21	8,425	8,425	8,425	8,425	8,425
Total			85	34,236	34,236	34,236	34,236	34,236

Nota: elaboración propia.



CONTROLES EN LA RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

CONTROL DE PRODUCTOS

Control sistemático :

- > La apariencia del producto y estado de madurez
- > La fecha de vencimiento
- > Registro Sanitario
- > La temperatura del producto --> El peso del producto



Control aleatorio :

- > Envases: si presentan integridad y ofrecen protección adecuada al producto.
- > Muestreo para análisis microbiológico

Control en Recepción

Conservas:

- abolladas (sólo contenido líquido)
- oxidadas
- perforadas

ENVASES Enlatados Estado de la Observación



Acción a Tomar

Rechazo del producto
no conforme

Conservas:

- abombada (deformación de la lata que aumenta su tamaño normal)



Rechazo

Control en Recepción

Botellas:

- abolladas
- rajadas
- sello de tapa roto
- pérdida de líquido

EMBOTELLADOS Estado de la Observación



Rechazo del producto
no conforme

Control en Recepción

CAJAS Estado de la Observación

Acción a Tomar

Cartón:

- estrellado
- aplastado
- roto



Rechazo la caja de cartón

Cartón:

- deformado
- mojado

Buscar rastros de:

- ruptura de la cadena de frío (congelados)

Buscar rastros de:

- pérdida de líquidos



Rechazo del lote

Rechazo del producto no conforme

Control en Recepción

Bolsas :

- perforada
- rota
- apertura del sellado

BOLSAS Estado de la Observación



Acción a Tomar

Rechazo del producto no conforme

Envasado al vacío:

- perforada
- presencia de aire (inflada)



Rechazo del producto no conforme

Control en Recepción

Jabas :

- de madera rota
- sucia

JABAS Estado de la Observación



Acción a Tomar

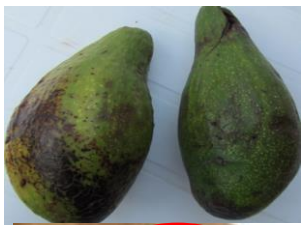
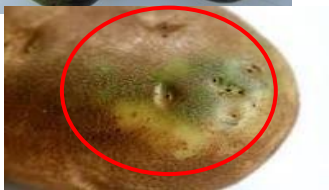
Rechazo de la jaba

Nota: Elaboración propia.

Anexo 18

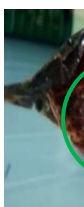
Control de Recepción de Materia Prima e Insumos(Continuación).

FRUTAS Y VERDURAS

Control en Recepción	Estado de la Observación	Acción a Tomar
F&V en general magullados / golpeados picados manchas en más del 10% de la superficie (fruta de mesa) quemaduras por frío marchitez coloración verdosa o amarillenta ocasionada por el sol estado de maduración verde- indicios de sobremadurez (frágil al tacto, raíces)	     	Rechazo del producto o no conforme
F&V en general - presencia de insectos - presencia de hongos - presencia de materias extrañas - olor a descomposición	 	Rechazo del lote

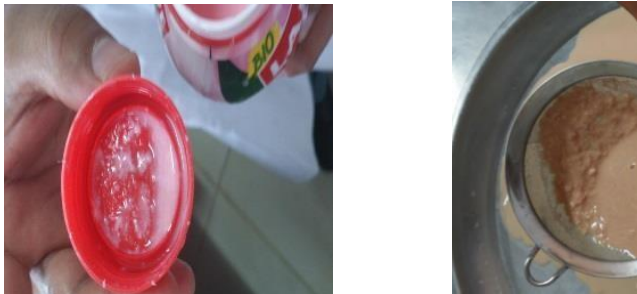
SECOS

Todos los productos deben contar con registro sanitario y fecha de vencimiento vigente, caso contrario se rechazará el lote

Control en Recepción	Estado de la Observación	Acción a Tomar
Viveres secos: - presencia de insectos - presencia de humedad - presencia de materias extrañas - presencia de hongos - sabor ácido o rancio	  	Rechazo del lote

REFRIGERADOS

Todos los productos deben contar con registro sanitario y fecha de vencimiento vigente, caso contrario se rechazará el lote

Control en Recepción	Estado de la Observación		Acción a Tomar
Huevos : - presencia de heces o sangre - sin certificado de salmonella - presencia de hongos			Rechazo del lote
Huevos : - rajaduras en la cáscara			Rechazo del producto o no conforme
Embutidos : - coloración verdosa - olor a descomposición, olor acentuado y más fuerte que lo característico - presencia materias extrañas			Rechazo del lote
Lácteos : - sabor ácido o rancio - aglutinamiento, presencia de cuajos en líquidos - color no uniforme y no característico - presencia materias extrañas - sin certificado de calidad (*yogurt/Queso)			Rechazo del lote
Salsas / Cremas : - sabor ácido o rancio - color no uniforme y no característico - presencia materias extrañas			Rechazo del lote

Nota: Elaboración propia.

Anexo 19

Control de Recepción de Materia Prima e Insumos(Continuación).

CONGELADOS		
Todos los productos deben contar con registro sanitario y fecha de vencimiento vigente, caso contrario se rechazará el lote		
Control en Recepción	Estado de la Observación	Acción a Tomar
Aves : golpes (zonas color morado, marrones o rojas) deformado, blanda al tacto escurrimiento de fluidos olor a descomposición presencia materias extrañas sin certificado de calidad		Rechazo del lote
Carnes y Vísceras : - coloración verdosa - deformado, blanda al tacto - escurrimiento de fluidos - olor a descomposición o amoniacal - presencia materias extrañas - protuberancias, quistes - sin certificado de calidad		Recha
Pescados y Mariscos : - coloración verdosa o amarillenta - deformado, blanda al tacto - escurrimiento de fluidos - olor a descomposición - sabor picante - presencia materias extrañas		Rechazo del lote

- sin certificado sanitario y análisis microbiológico, sensorial y de metales		
Verduras, concentrados y pulpas : - deformado, blanda al tacto - presencia materias extrañas - sabor ácido		Rechazo del lote
Helados : - blando al tacto - sabor ácido - presencia materias extrañas		Rechazo del lote

PRODUCTOS NO AUTORIZADOS PARA LA COMPRA

PRODUCTO	CONSIDERACIÓN
Cárnicos: frescos - refrigerados (que provengan de camales no autorizados, no cuenten con evaluación veterinaria)	Producto destinado a eventos especiales o por contingencias, deben contar con autorización de la Gerencia de Compras y Calidad.
Vísceras (mondongo, hígado, pulmón, corazón) frescas - refrigeradas (que provengan de camales no autorizados, no cuenten con evaluación veterinaria)	
Animales menores (cuy, cordero, cabrito, etc.) que no cuentan con certificación veterinaria. (que provengan de camales no autorizados, no cuenten con evaluación veterinaria)	
Pescados/Mariscos frescos - refrigerados	
Compra de Verduras frescas procesadas listas para consumo	Los proveedores locales o distribuidores, no pueden abastecer productos picados, pelados, trozados, que son usados en preparaciones riesgosas o que no pasan por tratamiento térmico.
Huevo fresco, sin certificado de salmonella negativo y de procedencia dudosa.	Para compras locales, se debe contar con la autorización de las Gerencias de Compras y Calidad.
Productos transformados industrialmente sin registro sanitario y Homologación.	Solo están exonerados del RS aquellos productos que han sido sometidos a <u>procesamiento primario</u> , incluyen actividades como dividido, partido, seleccionado, rebanado, deshuesado, picado, pelado o desollado, triturado, cortado, molido, refrigerado, congelado, ultra congelado o descongelado.

Nota: Elaboración propia.

**Ley N° 29873 “Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo” y su D.S. N°05-2012
“Reglamento de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo”.**

Green Gourmet, establece criterios para evitar accidentes e identificar oportunamente los cuasi accidentes; además criterios para la prevención de la contaminación, identificando los aspectos ambientales de los diferentes procesos y garantizando el cumplimiento de la normativa, la reglamentación y los procedimientos operativos, definiendo los objetivos de prevención de riesgos laborales y gestión del medio ambiente, asignando responsabilidades y funciones de los distintos niveles jerárquicos, para ello constituye una recopilación estructurada de las normas legales y propias de la empresa, criterios y experiencias adquiridas a fin de asegurar la buena gestión del conjunto de factores que influyen en la prevención de riesgos laborales y el cuidado del medio ambiente.

Para sensibilizar a los trabajadores sobre los riesgos a los que están expuestos durante el desarrollo de sus actividades y brindar herramientas /medios necesarios para hacer frente a estos, Green Gourmet establece un programa anual de capacitaciones impartidas por personal externo e interno y de acuerdo al artículo 27 del D.S. N° 005-2012 TR estas deberán ser:

- a) Conocimiento Ley 29783 de Seguridad y Salud en el Trabajo
- b) Primeros auxilios
- c) Ergonomía en el trabajo
- d) Riesgos asociados al trabajo – Uso correcto de Equipos de Protección Personal (EPPs)
- e) Capacitación a brigadistas



Guantes para la prevención de riesgos:



Prevención de quemaduras



Prevención de cortes

Green Gourmet, buscará también proteger y promover la salud de los trabajadores así como generar ambientes de trabajo saludable; mediante actividades de Medicina Ocupacional como responsabilidad social a los trabajadores para lo cual todos sus trabajadores deberán pasar por exámenes médicos ocupacionales antes de ingresar a elaborar.

Medio Ambiente

Green Gourmet, implementará controles y procedimientos operacionales para asegurar que las actividades de trabajo se desempeñen previniendo la contaminación ambiental, asimismo que se cumpla con las disposiciones reglamentarias.

Dentro de los controles operativos para los aspectos ambientales resaltantes de nuestras actividades tenemos:

1. MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS.

1.1. PRINCIPIOS DEL MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS.

Los Residuos Sólidos pueden reducirse desde su adquisición o manejarse desde el lugar de operaciones, Green Gourmet establece el método de Reduce, Reutiliza y Recicla.

- **REDUCIR:** la generación de Residuos Sólidos desde la fuente, adquirir materias primas o insumos con menor cantidad de empaques para minimizar el volumen los residuos, a través de cualquier estrategia preventiva en la actividad generadora.
Por ejemplo: Reducir el uso de papel reemplazando papel por archivos electrónicos.
- **REUSAR:** fomentar la reutilización de los Residuos Sólidos según las necesidades y sus características. Como por el ejemplo: Reusar las hojas por el lado que no fue impreso inicialmente (finalmente usar ambas caras).
- **RECICLAR:** los residuos segregados y que pueden ser transformados en otros productos como el plástico, papel, cartón, vidrio, latas, tetra pack y aluminio son el último paso a elegir dentro para el manejo de residuos sólidos, es por eso que realizamos una buena segregación y caracterización de los residuos generados.
Los principios de Manejo de residuos se verán evidenciadas en nuestras actividades al realizar nuestros servicios.

1.2. CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS.

La clasificación de residuos sólidos generados se realizará de las diversas áreas administrativas y productivas con que cuenta cada empresa.

Clasificación de Residuos Sólidos Generados

CLASES DE RESIDUOS	SUB CLASES DE RESIDUOS	CÓDIGO DE COLORES	TIPO DE RESIDUOS	ALGUNOS RESIDUOS QUE DEBEN SER DEPOSITADOS
Residuos Reaprovechables	Residuos No Peligrosos		Metales	Latas de conservas, café, leche, gaseosa, cerveza, tapas de metal, envases de alimentos y bebidas, etc.
			Vidrio	Botellas de bebidas, gaseosas, licor, cerveza, vasos, envases de alimentos, perfumes, etc.
			Papel y cartón	Periódicos, revistas, folletos, catálogos, impresiones, fotocopias, papel, sobres, cajas de cartón, guías telefónicas, etc.
			Plásticos	Envases de yogurt, leche, alimentos, ect. Vasos y cubiertos descartables. Botellas de bebidas gaseosas, aceite comestibles, detergente, shampoo. Empaques o bolsas de frutas, verdura y huevos, entre otros.
			Orgánicos	Restos de la preparación de comida, de jardinería o similares.

Residuos No Reaprovechables	Residuos Peligrosos		Peligrosos	Baterías de autos, pilas, cartuchos de tinta, botellas de reactivos químicos, entre otros.
	Residuos no peligrosos		Generales	Todo lo que no se puede reciclar y no sea catalogado como residuo peligroso: restos de la limpieza de la casa y del aseo personal, toallas higiénicas, pañales desechables, colillas de cigarros, trapos de limpieza, cuero, zapatos, entre otros.
	Residuos Peligrosos		Peligrosos	Escoria, medicinas vencidas, jeringas desechables, entre otros.

1.3. ESTÁNDAR TACHOS Y CONTENEDORES DE RESIDUOS SOLIDOS.

Según el código de colores para dispositivos de residuos sólidos NTP 900.058.2005 en el gráfico N°2 Estándar de tachos y contenedores de residuos sólidos.

1.4. ROTULACIÓN DE RESIDUOS SOLIDOS.

Todos los contenedores donde se almacenan los residuos deberán estar debidamente rotulados según la Clasificación de Residuos Sólidos de cliente, siendo visible para identificar plenamente el tipo de residuo y de esta manera facilitar la clasificación de los residuos.

TABLA DE DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS – GREEN GOURMET

Anexo 21

Proceso de Desinfección de Green Gourmet.

TABLA DE DOSIFICACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS PARA DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS							
QUÍMICO	PRODUCTOS		CONCENTRACIÓN	DOSIFICACIÓN	MODO DE APLICACIÓN	TIEMPO DE ACCIÓN	ENJUAGUE
CLORO	Frutas, verduras, hierbas, hojas y huevos		200 ppm	4ml por 1L de agua		 5 min	
	Frutas delicadas					 5 min	
ALCOHOL	Enlatados, Envases (concentrados, manjar blanco, yogurt)		70°	Puro		 5 min	
	Embutidos, Lácteos, Tetrapacks, baldes de mayonesa, ketchup, mostaza.					 5 min	

TABLA DE DOSIFICACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS PARA DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS							
QUÍMICO	PRODUCTOS		CONCENTRACIÓN	DOSIFICACIÓN	MODO DE APLICACIÓN	TIEMPO DE ACCIÓN	ENJUAGUE
CLORO (Hipoclorito de Sodio)	Frutas, verduras, hierbas, hojas y huevos		200 ppm	4 ml por 1L de agua		 5 min	
	Frutas delicadas					 5 min	
	Enlatados, Envases (concentrados, manjar blanco, yogurt)					 1 min	
	Embutidos, Lácteos, Tetrapacks, baldes de mayonesa, ketchup, mostaza.					 5 min	

TABLA DE DOSIFICACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS PARA DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS							
QUÍMICO	PRODUCTOS		CONCENTRACIÓN	DOSIFICACIÓN	MODO DE APLICACIÓN	TIEMPO DE ACCIÓN	ENJUAGUE
YODO	Frutas, verduras, hierbas, hojas y huevos		50 ppm	3ml por 1L de agua		 5 min	
	Frutas delicadas					 5 min	
AMONIO CUATERNARIO	Enlatados, Envas es (concentrados, manjar blanco, yogurt)		200 ppm	2ml por 1L de agua		 1 min	
	Embutidos, Lácteos, Tetrapacks, baldes de mayonesa, ketchup, mos taza.					 1 min	

Nota: Los cálculos de cloro son en base a una concentración de cloro activo de 5% a 6% del producto químico empleado, concentraciones diferentes requieren otra dosificación.

Cloro activo Volumen cloro en agua

$4 \leq \% < 5$	5 ml / 1L agua
$5 \leq \% < 6$	4 ml / 1L agua
$6 \leq \% < 7$	3 ml / 1L agua