



**UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA**

**RESTAURANTE EN FORMATO FAST FOOD “MAMA  
SOPA”**

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

**JONATHAN RAFAEL VÁSQUEZ HUARCAYA –  
Administración de Empresas**

**CARLOS ALEXANDER VERAU CÁCERES –  
Administración de Empresas**

**JACQUELINE RITA AIVARADO RODRIGUEZ –  
Contabilidad**

**MIGUEL ANGEL BACA CELI –  
Ingeniería Industrial**

**LUIS MIGUEL RODRIGUEZ CASTAÑEDA –  
Marketing y Gestión Comercial**

**Asesor:  
Rosalili Valdivia Trujillo**

**Lima - Perú  
2017**

**Tabla de Contenido**

Tabla de Contenido .....	<b>ii</b>
Tablas .....	<b>xii</b>
Figuras.....	<b>xiv</b>
Capítulo I	
Información General .....	<b>1</b>
1.1.    Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación .....	1
1.1.1. Razón social. ....	1
1.1.2. Razón comercial.....	1
1.1.3. Logo. ....	1
1.1.4. Eslogan.....	2
1.1.5. Horizonte de evaluación .....	2
1.2.    Actividad económica, código CIU, partida arancelaria.....	2
1.2.1. Actividad económica .....	2
1.2.2. Código CIU.....	2
1.2.3. Partida arancelaria.....	3
1.3.    Definición del negocio.....	3
1.3.1. Actividad económica .....	3
1.3.2. Modelo B2C.....	3
1.3.3. Criterios de Segmentación .....	4
1.3.4. Producto .....	5
1.3.5. Canales de distribución .....	5
1.3.6. Modelo CANVAS.....	6
1.4.    Descripción del producto o servicio .....	7
1.4.1. Variedades.....	7

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

1.4.2.	Tipo de bien .....	7
1.4.3.	Receta preliminar del producto por variedad.....	7
1.4.4.	Ventajas.....	9
1.4.5.	Uso. ....	9
1.4.6.	Empaque. ....	9
1.4.7.	Posventa .....	10
1.5.	Oportunidades de negocio.....	10
1.6.	Estrategia genérica de la empresa .....	17

**Capítulo II****Análisis del Entorno..... 18**

2.1.	Análisis del Macro Entorno .....	18
2.1.1.	Del País (últimos 5 años). ....	18
2.1.1.1.	Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.....	18
2.1.1.2.	Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. ....	19
2.1.1.3.	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....	20
2.1.1.4.	PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. ....	21
2.1.1.5.	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto. ....	25
2.1.2.	Del Sector (últimos 5 años).....	29
2.1.2.1.	Mercado internacional. ....	29
2.1.2.2.	Mercado del consumidor.....	30
2.1.2.3.	Mercado de proveedores. ....	31
2.1.2.4.	Mercado competidor. ....	32
2.1.2.5.	Mercado distribuidor.....	36
2.1.2.6.	Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	37

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2.2.	Análisis del Micro Entorno .....	38
2.2.1.	Competidores actuales: Nivel de competitividad. ....	38
2.2.2.	Fuerza negociadora de los clientes. ....	39
2.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores. ....	39
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos.....	41
2.2.5.	Competidores potenciales barreras de entrada.....	42

**Capítulo III****Plan Estratégico ..... 43**

3.1.	Visión y misión de la empresa. ....	43
3.1.1.	Visión.....	43
3.1.2.	Misión.....	43
3.2.	Análisis FODA.....	43
3.2.1.	FODA.....	43
	Fortalezas .....	43
	Oportunidades .....	44
	Debilidades .....	44
	Amenazas.....	45
3.2.2.	Estrategias .....	45
3.2.3.	Fortalezas – Oportunidades.....	46
3.2.4.	Debilidades – Oportunidades .....	46
3.2.2.1.	Fortalezas – Amenazas .....	47
3.2.2.2.	Debilidades – Amenazas.....	47
3.3.	Objetivos.....	48

**Capítulo IV****Estudio de Mercado ..... 49**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

4.1.	Investigación de mercado .....	49
4.1.1.	Criterios de segmentación.....	49
4.1.2.	Marco muestral .....	51
4.1.2.1.	Cálculo del tamaño de la muestra .....	51
4.1.2.2.	Criterios de Segmentación .....	52
4.1.3.	Entrevistas a profundidad. ....	53
4.1.4.	Focus Group.....	53
4.1.5.	Encuestas.....	53
4.2.	Demanda y oferta .....	59
4.2.1.	Estimación del mercado potencial. ....	59
4.2.2.	Estimación del mercado disponible. ....	61
4.2.3.	Estimación del mercado efectivo .....	62
4.2.4.	Estimación del mercado objetivo.....	63
4.2.5.	Frecuencia de compra .....	65
4.2.6.	Cuantificación anual de la demanda .....	65
4.2.7.	Estacionalidad.....	66
4.2.8.	Programa de Ventas en unidades y valorizado .....	67
4.3.	Mezcla de marketing.....	72
4.3.1.	Producto .....	72
4.3.2.	Precio .....	75
4.3.3.	Plaza.....	78
4.3.4.	Promoción.....	79
4.3.4.1.	Campaña de lanzamiento .....	79
4.3.4.2.	Promoción para todos los años .....	85

**Capítulo V**

<b>Estudio Legal y Organizacional.....</b>	<b>93</b>
5.1. Estudio Legal .....	93
5.1.1. Forma Societaria .....	93
5.1.2. Registro de marcas y patentes.....	97
5.1.3. Licencias y autorizaciones .....	99
5.1.4. Legislación Laboral .....	100
5.1.5. Legislación Tributaria.....	102
5.1.6. Otros Aspectos Legales.....	102
5.1.7. Resumen del capítulo.....	104
5.2. Estudio Organizacional.....	104
5.2.1. Organigrama Funcional .....	104
5.2.2. Servicios Tercerizados .....	105
5.2.3. Descripción de Puestos de Trabajo .....	105
5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados .....	111
5.2.5. Aspectos Laborales .....	113

**Capítulo VI**

<b>Estudio Técnico .....</b>	<b>119</b>
6.1. Tamaño del Proyecto .....	119
6.1.1. Capacidad instalada .....	119
6.1.2. Capacidad utilizada.....	119
6.1.3. Capacidad Máxima .....	120
6.2. Procesos .....	121
6.2.1. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción .....	121
6.2.2. Programa de producción .....	123

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

6.2.2.1. COMBO 1 (500 ml) .....	123
6.2.2.2. COMBO 2 (900 ml) .....	131
RESUMEN PRODUCCIÓN TOTAL .....	139
6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.....	140
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos .....	141
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa .....	142
6.3. Tecnología para el proceso .....	142
6.3.1. Maquinarias.....	144
6.3.2. Equipos .....	145
6.3.3. Herramientas .....	145
6.3.4. Utensilios .....	146
6.3.5. Mobiliario .....	146
6.3.6. Útiles de oficina .....	147
6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos .....	147
6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	148
6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas ..	150
6.4. Localización.....	152
6.4.1. Macro localización.....	152
6.4.2. Micro localización .....	153
6.4.3. Gastos de adecuación.....	156
6.4.4. Gastos de servicios.....	156
6.4.5. Plano del centro de operaciones.....	156
6.4.6. Descripción del centro de operaciones .....	157
6.5. Responsabilidad social frente al entorno .....	158

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

6.5.1. Impacto ambiental.....	158
6.5.2. Con los trabajadores.....	158
6.5.3. Con la comunidad .....	158

**Capítulo VII****Estudio Económico y Financiero ..... 159**

7.1. Inversiones .....	159
7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable .....	159
7.1.2. Inversión Activo Intangible .....	160
7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	161
7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales .....	163
7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).....	164
7.1.6. Liquidación del IGV .....	165
7.1.7. Resumen de estructura de inversiones .....	165
7.2. Financiamiento.....	166
7.2.1. Estructura de Financiamiento .....	166
7.3. Ingresos anuales .....	171
7.3.1. Ingresos por ventas .....	171
7.3.2. Recuperación de Capital de trabajo .....	172
7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	173
7.4. Costos y Gastos anuales.....	174
7.4.1. Egresos Desembolsables .....	174
7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos .....	174
7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	176
7.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos.....	177
7.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración.....	178

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

7.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas.....	179
7.4.2. Egresos no Desembolsables .....	179
7.4.2.1. Depreciación .....	179
7.4.2.2. Amortización de Intangibles .....	181
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario .....	183
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios .....	189

**Capítulo VIII****Estados Financieros Proyectados ..... 193**

8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.....	193
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros .....	194
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal .....	195
8.4. Flujo de Caja Operativo .....	196
8.5. Flujo de Capital y Flujo de Caja Económico .....	196
8.6. Flujo del Servicio de la deuda y Flujo de Caja Financiero .....	197

## Capítulo IX.

**Evaluación Económico Financiera ..... 199**

9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento .....	199
9.1.1 Costo de Oportunidad .....	199
9.1.1.1 CAPM .....	199
9.1.1.2 COK propio.....	200
9.1.1.3 Costo de la deuda .....	200
9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	200
9.2 Evaluación Económica Financiera.....	201
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.....	201
9.2.1.1 VANE y VANF.....	201

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

9.2.1.2	TIRE y TIRF, TIR modificado .....	201
9.2.1.3	Periodo de Recuperación descontado .....	201
9.2.1.4	Análisis Beneficio/Costo (B/C) .....	202
9.2.2	Análisis del Punto de equilibrio .....	203
9.2.2.1	Costos Variables, Costos Fijos .....	203
9.2.2.2	Estado de Resultados (costeo directo) .....	204
9.2.2.3	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades .....	204
9.2.2.4	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles .....	205
9.3	Análisis de Sensibilidad y de riesgo .....	207
9.3.1	Variables de Entrada .....	207
9.3.2	Variables de Salida .....	208
9.3.3	Análisis Unidimensional .....	208
9.3.4	Análisis Multidimensional .....	211
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>212</b>
	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>213</b>
	<b>Referencias.....</b>	<b>214</b>
	<b>Anexos .....</b>	<b>219</b>
	Anexo 1 .....	220
	Anexo 2 .....	220
	Anexo 3 .....	220
	Anexo 4 .....	221
	Anexo 5 .....	222
	Anexo 6 .....	223
	Anexo 7 .....	223
	Anexo 8 .....	224



**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Anexo 9 .....	224
Anexo 10 .....	224
Anexo 11 .....	224
Anexo 12 .....	225
Anexo 13 .....	227
Anexo 14 .....	228
Anexo 15 .....	235



## Tablas

Tabla 1. Modelo Canvas "Mamá Sopa" .....	6
Tabla 2. Incrementos salario mínimo.....	13
Tabla 3. “Población Migrante en los cinco años anteriores al censo de 2007” (INEI, 2007)..	15
Tabla 4. Perú Ingreso Per Cápita .....	20
Tabla 5. Población en edad de trabajar, según grupos de edad y ámbito geográfico, 2004-2015 .....	20
Tabla 6. Balanza comercial (Millones USD).....	20
Tabla 7. Producto Bruto Interno por años a valores a precios constantes .....	21
Tabla 8. Normativa comercial.....	25
Tabla 9. Normativa tributaria.....	27
Tabla 10. Normativa del consumidor.....	29
Tabla 11. Precios promedio de fast food .....	41
Tabla 12. Precios promedio de restaurantes .....	41
Tabla 13. Precios promedio de pollerías.....	41
Tabla 14. Cuadro comparativo de sociedades analizadas por Mamá Sopa .....	93
Tabla 15. Distribución de los aportes de los accionistas de Mamá Sopa .....	94
Tabla 16. Requisitos del ticket o cinta emitida por máquina registradora.....	96
Tabla 17. Cuadro Valorizado de gastos para la constitución de Mamá Sopa.....	104
Tabla 18. Servicios Tercerizados.....	105
Tabla 19. Máquinas y Equipos.....	142
Tabla 20. Gastos de adecuación.....	156
Tabla 21. Estructura de Financiamiento .....	166
Tabla 22. Detalles préstamo Activos MiBanco .....	167
Tabla 23. Cronograma de Pagos de Activos.....	168

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tabla 24. Flujo Neto de la deuda de Activos.....	169
Tabla 25. Detalles préstamo Capital de Trabajo MiBanco .....	169
Tabla 26: Cronograma de Pagos de Capital de Trabajo .....	169
Tabla 27. Flujo Neto de la deuda de Capital de Trabajo .....	170
Tabla 28. Ingresos por ventas .....	172
Tabla 29. Recuperación de Capital de Trabajo .....	172
Tabla 30. Depreciación de bienes afectados a la producción .....	179
Tabla 31. Variables para el CAPM.....	199
Tabla 32. Costo de Capital Propio Ajustado.....	199
Tabla 33. COK propio.....	200
Tabla 34. Costo de la Deuda (MiBanco) .....	200
Tabla 35: Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) .....	200
Tabla 36. Flujos de Caja Económico y Financiero .....	201
Tabla 37. Flujo de Caja Económico Descontado.....	201
Tabla 38. Flujo de Caja Financiero Descontado .....	202
Tabla 39. Costos Variables y Costos Fijos .....	203
Tabla 40. Estado de Resultados (Método directo) .....	204
Tabla 41. Punto de Equilibrio. Unidades anuales .....	204
Tabla 42. Punto de Equilibrio Combo 1 y Combo 2.....	205
Tabla 43. Razón de Margen de Contribución .....	206
Tabla 44: Estimación y Análisis de Punto de Equilibrio (S/) .....	207
Tabla 45. Resultados (Costeo Directo Comprobación del Punto Equilibrio).....	207
Tabla 46. Análisis Multidimensional .....	211
Tabla 47. Cuadro Comparativo de ticket promedio.....	220
Tabla 48. Empresas componentes del $\beta$ Restaurant/Dining.....	228



## Figuras

Figura 1: Logo Mamá Sopa.....	1
Figura 2: Canal de distribución directo.....	5
Figura 3: Aguadito de pollo .....	8
Figura 4: Caldo de gallina.....	8
Figura 5: Sopa a la minuta .....	9
Figura 6: Tazón para sopa caliente de Beijing Heyi Packaging Co., Ltd. ....	10
Figura 7: Alojamiento y restaurantes: Valor Agregado Bruto por Años, según departamentos. Valores a precios constantes de 2007 (miles de nuevos soles).....	14
Figura 8. Distritos de la Provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, 2014 .	18
Figura 9: Estimaciones y proyecciones de la población, según sexo y grupos quinquenales de edad, 2014 .....	19
Figura 10: Población y tasa de crecimiento, 1950-2025.....	19
Figura 11. PBI Lima: Valor agregado bruto por años, según actividades económicas valores a precios constantes .....	21
Figura 12. Contribución ponderada a la inflación .....	22
Figura 13. Tasas de interés activas y pasivas promedio de las empresas bancarias en Moneda Nacional (en términos efectivos anuales).....	23
Figura 14. Tipo de cambio promedio del periodo (PEN por USD).....	24
Figura 15: Riesgo país .....	24
Figura 16. Logo "Siete Sopas" .....	34
Figura 17. Competencia de locales entre Delosi e Intercorp .....	35
Figura 18. Cadena de suministro.....	36
Figura 19. Cuadro técnico del Gran Mercado Mayorista de Lima.....	40

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 20. Cuadro técnico Frigo P & G SAC .....	40
Figura 21. Criterios de segmentación de Mamá Sopa .....	51
Figura 22. Población Distritos Lima Norte, 2017 .....	52
Figura 23. NSE B y C en Distritos de Lima Norte, 2016 .....	53
Figura 24. Población entre 20 y 50 años en Distritos de Lima Norte, 2016 .....	53
Figura 25. Proyección poblacional en Distritos Lima Norte, 2017- 2022.....	60
Figura 26. NSE y Rango 20-50 años de Distritos de Lima Norte .....	60
Figura 27. Mercado Potencial en Distritos de Lima Norte .....	61
Figura 28. Programa de ventas, Estacionalidad 2018.....	68
Figura 29. Programa de ventas, Estacionalidad 2019.....	68
Figura 30. Programa de ventas, Estacionalidad 2020.....	68
Figura 31. Programa de ventas, Estacionalidad 2021.....	69
Figura 32. Consumo anual de sopas, Combo 1 y Combo 2 (En Unidades Físicas) .....	69
Figura 33. Presupuesto de Ingresos .....	69
Figura 34. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2018.....	70
Figura 35. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2019.....	70
Figura 36. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2020.....	71
Figura 37. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2021 .....	71
Figura 38. Resumen de Ingresos .....	72
Figura 39. Envases Mamá Sopa.....	73
Figura 40. Uniformes personal de Mamá Sopa .....	75
Figura 41. Cuadro comparativo de precios .....	77
Figura 42. Presupuesto de Ingresos .....	78
Figura 43. Punto de Venta Mamá Sopa .....	79
Figura 44. Diseños digitales de Mamá Sopa.....	82

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 45. Volante Mamá Sopa .....	82
Figura 46. Celebrities para inauguración de Mamá Sopa .....	83
Figura 47. Banner Mamá Sopa .....	87
Figura 48. Cucharas Coleccionables de Mamá Sopa .....	87
Figura 49. Gastos de Promoción 2018 .....	90
Figura 50. Gastos de Promoción 2019 .....	90
Figura 51. Gastos de Promoción 2020 .....	91
Figura 52. Gastos de Promoción 2021 .....	91
Figura 53. Gastos de Promoción Anual .....	92
Figura 54. SID SUNARP: Registra tu MYPE .....	95
Figura 55. Impresora Tickets solicitada por SUNAT.....	96
Figura 56. Logo Mamá Sopa .....	97
Figura 57. Régimen laboral de la micro y pequeña empresa.....	100
Figura 58. Cuadro de ingresos proyectados .....	103
Figura 59. Organigrama funcional .....	105
Figura 60. Descripción y Perfil del Gerente General .....	107
Figura 61. Descripción y Perfil del Supervisor de Tienda .....	108
Figura 62. Descripción y Perfil del Cocinero.....	109
Figura 63. Descripción y Perfil del Cajero .....	110
Figura 64. Descripción y Perfil del Asistente de Operaciones .....	111
Figura 65. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Caldo de Gallina .....	121
Figura 66. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Sopa a la Minuta .....	122
Figura 67. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Aguadito de Pollo .....	123
Figura 68. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo .....	123
Figura 69. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2017-2018.....	124

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 70. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2019 .....	124
Figura 71. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2020 .....	124
Figura 72. Resumen de producción Combo 1 Aguadito de Pollo .....	124
Figura 73. Resumen de Sampling .....	125
Figura 74. Insumos Aguadito de Pollo 500 ml (S/) .....	125
Figura 75. Insumos Aguadito de Pollo 500 ml (Unidades físicas).....	126
Figura 76. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina .....	126
Figura 77. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina 2017-2018.....	126
Figura 78. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina 2019 .....	127
Figura 79: Combo 1(500 ml) Caldo de Gallina 2020.....	127
Figura 80. Combo 1(500 ml) Caldo de Gallina 2021 .....	127
Figura 81. Resumen de producción Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina .....	127
Figura 82. Resumen de sampling y stock.....	127
Figura 83. Insumos Caldo de Gallina 500 ml (S/) .....	128
Figura 84. Insumos Caldo de Gallina 500 ml (Unidades físicas).....	128
Figura 85. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2017-2018 .....	129
Figura 86. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2019.....	129
Figura 87. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2020.....	129
Figura 88. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2021 .....	129
Figura 89. Resumen de producción Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta .....	130
Figura 90. Resumen de sampling y stock.....	130
Figura 91. Insumos Sopa a la Minuta 500 ml (S/) .....	130
Figura 92. Insumos Sopa a la Minuta 500 ml (Unidades Físicas).....	131
Figura 93. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo .....	131
Figura 94. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2017-2018.....	131

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 95. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2019 .....	132
Figura 96. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2020 .....	132
Figura 97. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2021 .....	132
Figura 98. Resumen de producción Combo 2 (900ml) Aguadito de Pollo.....	132
Figura 99. Resumen de sampling y stock .....	132
Figura 100. Insumos Aguadito de Pollo 900 ml (S/).....	133
Figura 101. Insumos Aguadito de Pollo 900 ml (Unidades Físicas) .....	133
Figura 102. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina .....	134
Figura 103. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2017-2018.....	134
Figura 104. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2019 .....	134
Figura 105. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2020 .....	134
Figura 106. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2021 .....	135
Figura 107. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2022 .....	135
Figura 108. Resumen de producción Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina.....	135
Figura 109. resumen de sampling y stock .....	135
Figura 110. Insumos Caldo de Gallina 900 ml (S/) .....	136
Figura 111. Insumos Caldo de Gallina 900 ml (Unidades Físicas) .....	136
Figura 112. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta .....	136
Figura 113. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2017-2018.....	137
Figura 114. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2019 .....	137
Figura 115. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2020 .....	137
Figura 116. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2021 .....	137
Figura 117: Resumen de producción Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta .....	138
Figura 118. resumen de sampling y stock .....	138
Figura 119. Insumos Sopa a la Minuta 900 ml (S/) .....	138

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 120. Insumos Sopa a la Minuta 900 ml (Unidades Físicas).....	139
Figura 121. Resumen de producción total de Combo 1 (500 ml) .....	139
Figura 122. Resumen de producción total de Combo 2 (900 ml) .....	139
Figura 123. Resumen Anual de requerimiento de materias primas (Unidades Físicas) .....	140
Figura 124. Programa de Compras de Materia Prima .....	141
Figura 125. Requerimiento de mano de obra directa .....	142
Figura 126. Maquinaria para producción .....	144
Figura 127. Equipos para producción .....	145
Figura 128. Equipos de oficina .....	145
Figura 129. Herramientas .....	145
Figura 130. Utensilios .....	146
Figura 131. Mobiliario de oficina .....	146
Figura 132. Mobiliario de producción .....	146
Figura 133. Útiles de oficina .....	147
Figura 134. Programa de mantenimiento de maquinarias (mensual 2018) .....	147
Figura 135. Programa de mantenimiento de maquinarias (2018 - 2022) .....	147
Figura 136. Programa de mantenimiento de equipos de oficina (mensual 2018).....	148
Figura 137. Programa de mantenimiento de equipos de oficina (2018 - 2022) .....	148
Figura 138. Programa de reposición de herramientas (mensual Dic.17 - Dic.18).....	148
Figura 139. Programa de reposición de herramientas (2018 - 2022).....	149
Figura 140. Programa de reposición de utensilios (mensual Dic.17 - Dic.18).....	149
Figura 141. Programa de reposición de utensilios (2018 - 2022) .....	149
Figura 142. Reposición de equipos de producción (mensual Dic.17 - Dic.18).....	150
Figura 143. Reposición de equipos de producción (2018 - 2022).....	150
Figura 144: Reposición de útiles de oficina (mensual Dic.17 - Dic.18) .....	150

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 145. Reposición de útiles de oficina (2018 - 2022) .....	151
Figura 146. Reposición de mobiliario de producción (Dic.17 - 2018 - 2022) .....	151
Figura 147. Reposición de mobiliario de oficina (Dic.17 - 2018 - 2022) .....	151
Figura 148. Ubicación Plaza Lima Norte .....	152
Figura 149. Frontis CC Plaza Lima Norte .....	153
Figura 150. Directorio de establecimientos comerciales de CC Plaza Lima Norte .....	154
Figura 151. Distribución de restaurantes en el patio de comidas de CC Plaza Lima Norte .	155
Figura 152. Fotografía de establecimiento disponible para Mamá Sopa y sus restaurantes vecinos .....	155
Figura 153. Plano del centro de operaciones de Mamá Sopa .....	157
Figura 154. Activos Fijos Depreciables .....	160
Figura 155. Inversión Activo Intangible .....	161
Figura 156. Inversión en Gastos Pre-Operativos .....	162
Figura 157. Inversión en Inventarios Iniciales .....	163
Figura 158. Inversión en Capital de Trabajo.....	164
Figura 159. Liquidación del IGV .....	165
Figura 160. Resumen de estructura de inversiones .....	166
Figura 161. Estructura D/E .....	167
Figura 162. Ingresos por ventas Año 1 .....	171
Figura 163. Valor de Desecho Neto de Activos Fijos .....	173
Figura 164. Depreciación de Activos Fijos .....	174
Figura 165. Valor de Recuperación de Activos Fijos .....	174
Figura 166. Presupuesto para Materias Primas e Insumos .....	175
Figura 167. Puestos de Operaciones .....	176
Figura 168. Remuneración de MOD .....	176

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 169. Provisión de Sueldos MOD .....	176
Figura 170. Presupuesto de Costos Indirectos .....	177
Figura 171. Gastos de Administración.....	178
Figura 172. Gastos de Ventas .....	179
Figura 173. Depreciación de Activos Fijos Depreciables Año 0 .....	180
Figura 174. Depreciación de Activos Fijos Depreciables .....	181
Figura 175. Amortización de Intangibles .....	181
Figura 176. Amortización de Gastos pre-operativos amortizables.....	182
Figura 177. Amortización Gastos Pre-Operativos Año 1 .....	182
Figura 178. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Sopa a la Minuta.....	183
Figura 179. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Caldo de Gallina .....	184
Figura 180. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Aguadito de pollo .....	185
Figura 181. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Sopa a la minuta .....	186
Figura 182. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Caldo de Gallina.....	187
Figura 183. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Aguadito de Pollo .....	188
Figura 184. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Sopa a la Minuta.....	189
Figura 185. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Caldo de Gallina .....	190
Figura 186. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Aguadito de Pollo .....	190
Figura 187. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Sopa a la Minuta .....	191
Figura 188. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Caldo de Gallina .....	191
Figura 189. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Aguadito de Pollo .....	192
Figura 190. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros (S/) .....	194
Figura 191. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal (S/) ...	195
Figura 192. Flujo de Caja Operativo (S/) .....	196
Figura 193. Flujo de Capital y Flujo de Caja Económico (S/) .....	196

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Figura 194. Comprobación del Flujo de Caja vs Estado de Ganancias y Pérdidas.....	198
Figura 195. Punto de Equilibrio.....	203
Figura 196. Puntos de Equilibrio Operativo y Financiero (unidades) .....	205
Figura 197. Puntos de Equilibrio Operativo y Financiero (S/) .....	206
Figura 198. Reducción ▼ de 5.81% de la Demanda (VANF = 0).....	209
Figura 199. Reducción ▼ de 3.25% del Precio (VANF = 0).....	210
Figura 200. Aumento ▲ de 8.02% del Costo Total de la Materia Prima (VANF = 0).....	211
Figura 201. ¿Qué tan interesado te encuentras en alimentarte de manera más saludable? ..	221
Figura 202. Hábitos saludables entre los peruanos .....	222
Figura 203. Centros Comerciales 2016-2017 .....	223
Figura 204. Venta real del sector restaurantes: 2016-2017 .....	225
Figura 205: Lima Metropolitana .....	226
Figura 206. Solicitud de Reserva de Preferencia Registral de Nombre de Persona Jurídica	227
Figura 207. Riesgo País Perú.....	235

## Capítulo I

### Información General

#### 1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

##### 1.1.1. Razón social.

Mamá Sopa SAC

##### 1.1.2. Razón comercial.

MAMÁ SOPA

##### 1.1.3. Logo.



*Figura 1:* Logo Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia

#### **1.1.4. Eslogan**

«Como tomarla en casa»

#### **1.1.5. Horizonte de evaluación**

De acuerdo a la vida útil de nuestro producto y de ciento veinte mil y 00/100 soles<sup>1</sup> (S/ 120,000.00) de monto total de inversión, se establece que el horizonte de evaluación será de cuatro (04) años, es decir, del 2018 al 2021. Como consecuencia todos los cálculos de aquí en adelante comprenderán este período de tiempo.

Cabe señalar que, para efectos de orden el año 2017 será el año 0, el año 2018 será el año 1; y el año 2022 como periodo de liquidación.

### **1.2. Actividad económica, código CIU, partida arancelaria**

#### **1.2.1. Actividad económica**

“Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas”. (INEI, 2017).

#### **1.2.2. Código CIU**

5610

Según la página de INEI de Actividades Económicas comprendidas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, en su cuarta revisión, detalla el contenido del código CIUU 5610:

“Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya se les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos, y ya se trate de comida para

---

<sup>1</sup>Ley N° 30381. “Ley que cambia el nombre de la unidad monetaria de NUEVO SOL a SOL” (BCRP, 2015)

consumir en el local, para llevar o para entrega a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados. Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, reparto de pizza a domicilio, restaurantes de comida para llevar, vendedores ambulantes de helados, puestos ambulantes de comida, preparación de alimentos en puestos de mercado. Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculadas a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas”. (INEI, 2017)

Cabe mencionar, para evitar confusiones, que el código CIU 1079 (“Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.”. (INEI, 2017)) comprende la elaboración de sopas y caldos. Sin embargo, nuestro proyecto está relacionado al servicio de restaurantes que ofrece sopas y guarniciones a los clientes.

### **1.2.3. Partida arancelaria**

*No Tiene*

## **1.3. Definición del negocio.**

Restaurante especializado en la elaboración de variedades de sopas.

### **1.3.1. Actividad económica**

Elaboración y venta de sopas.

### **1.3.2. Modelo B2C**

Nuestro producto está dirigido al consumidor final, que en base a la variable tiempo, es de consumo inmediato para llevar.

### **1.3.3. Criterios de Segmentación**

a) Geográfico:

Distritos de Lima Norte<sup>2</sup>.

b) Demográfico:

Edad: 20 a 50 años.

Sexo: Ambos

Ocupación: Todas

Raza: Todas

Religión: Todas

Etapas de ciclo de vida familiar: Hijos, padres, abuelos y nietos.

Estado civil: Todos

Nacionalidad: Todas

c) Socioeconómico:

Nivel socio económico B y C.

d) Psicográfico:

Hombres y mujeres adaptados y progresistas, asiduos a centros comerciales que buscan una opción rápida y casera de alimentación.

e) Conductual:

Beneficio deseado: Sabor, calidad y producto natural.

---

<sup>2</sup> Ver Anexo 12

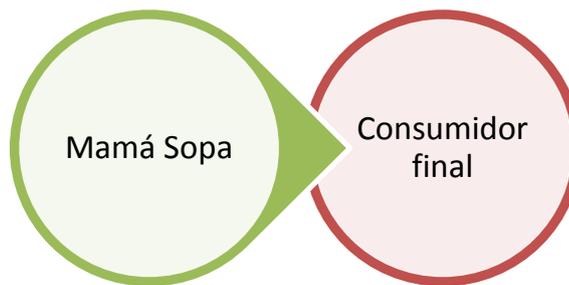
Ocasión de compra: Cualquier época del año de preferencia en invierno, en las tardes y noches.

### **1.3.4. Producto**

Sopa

### **1.3.5. Canales de distribución**

Directo



*Figura 2: Canal de distribución directo*  
Fuente: Elaboración propia



### 1.3.6. Modelo CANVAS

Tabla 1. *Modelo Canvas "Mamá Sopa"*

<b>MODELO CANVAS "MAMÁ SOPA"</b>				
<b><u>Socios Clave:</u></b>	<b><u>Actividad clave:</u></b>	<b><u>Oferta de Valor:</u></b>	<b><u>Relación con clientes:</u></b>	<b><u>Segmento de mercado:</u></b>
<b>Proveedor de alimentos Centro comercial</b>	Elaboración de sopas	Comida casera <sup>3</sup>	Local equipado	Hombres y mujeres entre los 20 y 50 años de los distritos de Lima Norte, adaptados y progresistas, de los NSE B y C, asiduos a centros comerciales que buscan una opción rápida y casera de alimentación.
	<b><u>Recursos clave:</u></b> Chef especialista en sopas		<b><u>Canales:</u></b> Redes sociales Locales Servicio al cliente	
<b><u>Estructura de costos:</u></b> Alquiler de local Operación de restaurante			<b><u>Fuente de ingresos:</u></b> Venta de Sopas	

Fuente: Elaboración propia

<sup>3</sup> Casera: adj. Que se hace o cría en casa o pertenece a ella. (RAE, 2017)

#### **1.4. Descripción del producto o servicio**

Restaurante tipo *fast food* especializado en sopas ubicado en el patio de comidas del centro comercial Mega Plaza<sup>4</sup>.

“Las sopas, los caldos y las cremas son alimentos que forma parte de la cocina tradicional en las distintas culturas que conforman la humanidad. Estos alimentos forman parte de una dieta equilibrada y variada. Su principal ingrediente es el agua, y por ello las sopas y caldos son alimentos que ayudan a mantener una correcta hidratación y además son bajos en calorías. Para su elaboración, se utilizan por lo general ingredientes muy variados como las verduras, pescados, carne, pasta, legumbres, arroz, condimentos etc., ingredientes que aportan propiedades beneficiosas para la salud”. (Henufood, 2017)

##### **1.4.1. Variedades**

- Aguadito de pollo
- Caldo de gallina
- Sopa a la minuta

##### **1.4.2. Tipo de bien**

Directo

##### **1.4.3. Receta preliminar del producto por variedad**

- Aguadito de pollo:

“1 pollo grande y tierno cortado en trozos, 1/2 taza de aceite, 1 taza de cebolla picada finamente, 1/2 taza de culantro picado, 2 cucharadas de culantro molido, 1 cuchara pequeña

---

<sup>4</sup> Ver Anexo 1

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

de ajos molidos, Ají molido, 7 tazas de agua, 1 taza de arverjitas, 1 taza de choclos desgranados, 6 papas amarillas, 1 cubito de doble caldo de pollo, 1 taza de Arroz, sal y pimienta al gusto”. (Cocina del Perú, 2013)



*Figura 3: Aguadito de pollo*  
Fuente: (Cocina del Perú, 2013)

- Caldo de gallina:

“6 presas de gallina, 150 gr. de fideos gruesos, 6 papas amarillas o blancas peladas, 1 pedazo pequeño de kion, 2 tallos de apio, 6 huevos duros, 1/2 taza de cebolla china picada, 1 cubito de caldo concentrado de gallina y Sal al gusto”. (Cocina del Perú, 2014)



*Figura 4: Caldo de gallina*  
Fuente: Pinterest, 2017

- Sopa a la minuta:

“2 tazas de carne trozada de res, 8 tazas de agua, 1 cucharada de ajo molido, 2 cucharadas de aceite, 1 cucharada de orégano, 1 cucharada de pasta de tomate o 1 tomate pelado y picado, 3 papas amarillas picadas en dados, Fideos tipo cabello de ángel, sal y pimienta al gusto”. (Cocina del Perú, 2014)



*Figura 5: Sopa a la minuta*  
Fuente: Pinterest, 2017

#### **1.4.4. Ventajas.**

- Preparación con insumos naturales
- Variedad
- Rapidez en el servicio.
- Precio: Más barato que la competencia
- Ubicación: Buen ambiente y lugar centralizado

#### **1.4.5. Uso.**

Personal.

#### **1.4.6. Empaque.**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tazón de cartón desechable biodegradable resistente al calor de 500 ml. (presentación *Pint*) y 900 ml. (presentación *Quart*). Forrado con polietileno, no se deforma a altas temperatura. Fondo de envase cerrado en espiral para prevenir fugas. Apto para microondas.



*Figura 6:* Tazón para sopa caliente de Beijing Hevi Packaging Co., Ltd.  
Fuente: Alibaba, 2017

#### **1.4.7. Posventa**

Se repartirá una pequeña encuesta respecto al servicio y a la calidad del producto, respondiendo las siguientes preguntas:

- ¿Cómo calificaría la atención brindada?
- ¿El producto cumplió sus expectativas?
- ¿Qué recomendación nos haría para seguir mejorando

#### **1.5. Oportunidades de negocio**

Nuestra idea de negocio es viable debido a la alta demanda de servicios de comida rápida *–fast food–* en los patios de comida, sobre todo en los centros comerciales donde la afluencia de público es masiva. En nuestro caso: Mega Plaza y Plaza Lima Norte.

“Mega Plaza es uno de los tres centros comerciales con mayor facturación en Lima” como lo indica el diario La República (Edición impresa, 2012) atendiendo al segmento “emergente” en su mayoría integrado por gente de las provincias centrales del Perú.

Según el diario La República (Edición impresa, 2012): “Su primera facturación anual, en el 2002, fue de US\$ 100 millones. En el 2011, al cabo de nueve años, con el incremento del poder adquisitivo de los sectores emergentes establecidos en la llamada Lima Norte, alcanzó ventas por US\$ 410 millones. Para Percy Vigil, directivo de Mega Plaza, el aumento de las ventas refleja el resurgimiento de la clase media.

Si bien se encuentra en el distrito de Independencia, el Mega Plaza recibe también a consumidores de Los Olivos, Comas, Carabaylo y Puente Piedra. Con sus 82 mil metros cuadrados de área arrendable, recibe un promedio de 3 millones 200 mil personas al mes. Durante las fechas festivas, como Navidad, Día de la Madre, Día del Padre y otras, la afluencia de público puede incrementarse en un 30%.

“Cuando fue inaugurado, en el año 2002, este centro comercial contaba solamente con 80 tiendas; hoy tiene 320 establecimientos que atienden todos los días del año, además de módulos diversos que satisfacen diversos intereses y gustos de los visitantes. Los centros comerciales no solo son establecimientos de compra, se trata de lugares donde las familias comparten espacios y experiencias. Empiezan con las compras de la semana, pero luego se extienden a otros planos, como la gastronomía y el entretenimiento.” (Edición impresa, 2012)

En este artículo nos da una noción de cómo sería un pronóstico de demanda promedio siguiendo la afluencia del público en la zona geográficamente. Además de contar no solo con clientes de las tiendas sino tener en cuenta empleados y personal que trabajando en dichas galerías.

Al final del artículo menciona el rublo gastronómico, nos comenta que se encuentra en expansión en los últimos años lo que es un panorama alentador en cuestiones de competidores.

Cabe recalcar que en las fechas festivas podemos tener mucha más afluencia y requeriremos mayor personal y buen manejo de stock, ya que, un incremento del 30% es muy alto en cuestión de atención al cliente y despacho del rublo de los *fast food*.

Este centro comercial tiene un gran éxito de afluencia de público, por lo que es el más grande mall de lima. En esta zona norte de lima donde la población cada vez crece más, es una muy buena ubicación para la venta masiva.

La idea de negocio es interesante, ya que, por lo mencionado anteriormente sobre la ubicación, nuestra tentativa de inversión es innovadora ya que según la demanda de nuestros platos en este sector puede llegar a alcanzar porcentajes elevados del público al que nos dirigimos, además de ser pioneros en la preparación de este tipo de platos en un *fast food*.

Seremos la opción de encontrar las principales sopas regionales del país, además de estar a un precio accesible al consumidor, además de la rapidez de la atención, ya que, por ser *fast food* debemos tener tiempos establecidos en los procesos de elaboración, sobrepasando a otros restaurantes del rubro en ese aspecto.

## **MACROENTORNO**

**Político-Legal:** El ex presidente Ollanta Humala Taso decidió subir el sueldo mínimo a S/ 850.00 lo que en tendencia viene incrementando. El actual presidente pronostica que subirá el sueldo mínimo a S/ 950.00.

Aspecto que debemos tener en cuenta para la contratación de nuestro personal.

Una breve reseña de los últimos sueldos mínimos.

*Tabla 2. Incrementos salario mínimo*

Año	Fecha de Incremento	Salario Mensual en S/	Variación	Equivalencia en US\$
<b>2010</b>	1 de diciembre	580	5,4%	190
<b>2011</b>	1 de febrero	600	3,4%	218
<b>2011</b>	14 de agosto	675	12,5%	245
<b>2012</b>	1 de junio	750	11,1%	280
<b>2013</b>	-	750	0%	294
<b>2014</b>	-	750	0%	268
<b>2015</b>	-	750	0%	245
<b>2016</b>	1 de mayo	850	13,3%	260

Fuente: (Colaboradores de Wikipedia, 2016)

**DIGESA**<sup>5</sup>: “El MINSA, a través de la DIGESA, tiene una norma sanitaria específica de uso obligatorio a nivel nacional para restaurantes y establecimientos afines, la cual fue aprobada desde el 2005 y es de cumplimiento obligatorio para todos estos tipos de establecimientos”, Según (Diario Gestión, 2015) del Diario Gestión.

En este fragmento de la noticia del diario nosotros debemos acatar todos los mínimos requisitos y reglamentos de DIGESA y contar con todas las medidas de salubridad a tener en consideración.

**Económico**: La imagen abajo mostrada, muestra el crecimiento de nuestro rublo y como ha crecido teniendo una comparación de casi el doble del 2007 al 2015 y en la actualidad sigue manteniendo la tendencia debido al poder adquisitivo de los peruanos y la estabilidad económica del país.

<sup>5</sup> Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Departamentos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013P/	2014P/	2015E/
Amazonas	24,226	26,545	26,641	28,865	31,205	34,305	36,474	38,319	39,491
Ancash	287,440	313,264	314,114	341,108	370,467	406,744	430,067	447,866	460,698
Apurímac	37,367	40,833	41,542	44,946	49,415	53,667	57,022	58,594	60,232
Arequipa	342,174	377,466	383,655	411,648	454,026	499,722	525,403	558,182	572,589
Ayacucho	40,823	44,867	45,158	47,683	51,751	56,393	60,267	62,784	64,563
Cajamarca	146,741	159,386	160,459	173,116	191,095	207,384	217,767	225,227	231,872
Cusco	497,564	552,182	552,683	580,707	655,439	731,344	779,948	817,962	850,226
Huancavelica	21,160	23,198	23,402	25,002	27,428	30,123	32,455	32,828	33,778
Huánuco	87,036	95,428	96,702	103,262	112,683	123,164	130,662	138,144	142,213
Ica	139,607	150,708	152,640	164,151	181,609	200,247	215,975	227,519	232,240
Junín	175,343	192,788	195,419	209,595	230,099	250,125	262,494	272,649	282,637
La Libertad	296,942	324,349	326,229	350,246	381,659	420,966	454,165	481,449	493,399
Lambayeque	178,329	195,111	197,859	211,539	231,289	254,568	265,929	278,112	286,299
<b>Lima</b>	<b>5,881,383</b>	<b>6,512,863</b>	<b>6,556,747</b>	<b>7,044,935</b>	<b>7,866,447</b>	<b>8,748,478</b>	<b>9,368,215</b>	<b>9,881,607</b>	<b>10,181,989</b>
Loreto	166,109	182,399	180,669	195,388	212,637	235,709	251,521	262,085	267,817
Madre de Dios	42,482	47,151	45,388	47,045	51,718	55,632	60,214	62,082	64,439
Moquegua	62,132	67,973	68,582	73,468	80,263	87,330	93,104	95,326	98,049
Pasco	34,229	37,762	37,878	40,831	44,885	49,084	51,753	54,153	55,149
Piura	263,248	284,379	285,840	309,522	340,771	378,887	404,392	417,801	431,244
Puno	120,605	131,532	129,088	138,216	151,302	165,566	176,354	184,455	189,351
San Martín	99,860	108,490	109,177	117,919	129,401	141,446	149,347	157,276	161,689
Tacna	64,731	71,263	71,073	79,120	86,728	96,110	102,790	106,683	109,939
Tumbes	32,444	35,306	35,530	38,592	42,111	44,991	47,136	49,312	50,065
Ucayali	101,025	110,757	111,525	118,096	128,572	141,015	149,546	155,585	160,032
<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>9,143,000</b>	<b>10,086,000</b>	<b>10,148,000</b>	<b>10,895,000</b>	<b>12,103,000</b>	<b>13,413,000</b>	<b>14,323,000</b>	<b>15,066,000</b>	<b>15,520,000</b>

Figura 7: Alojamiento y restaurantes: Valor Agregado Bruto por Años, según departamentos. Valores a precios constantes de 2007 (miles de nuevos soles)

Fuente: INEI 2017

En la nota “Ventas de los *fast food* en el Perú incrementan con \$700 millones este año” (La República, 2017) nos aclara como el consumidor peruano está optando por esta opción de comida rápida, ya que, el tráfico y el trabajo diario dejan exhaustos a los peruanos que no se dan tiempo para preparar comida como lo hacían generaciones pasadas.

**Social:** El número de inmigrantes a la ciudad de Lima es muy alto, lo que nos da referencia de nuestro mercado objetivo, ya que, gran parte de estas personas están en los distritos populosos como San Juan de Lurigancho, Los Olivos, Comas y Carabayllo en donde nos enfocaremos.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tabla 3. “Población Migrante en los cinco años anteriores al censo de 2007” (INEI, 2007)

2002 – 2007					
Departamento	Población empadronada	Total de población nativa	Población Nativa presente	Inmi-grantes	Emi-grantes
<b>Total</b>	<b>24 611 363</b>	<b>24 611 363</b>	<b>23 181 789</b>	<b>1 429 574</b>	<b>1 429 574</b>
Amazonas	328 915	354 746	309 580	19 335	45 166
Áncash	956 867	983 081	916 147	40 720	66 934
Apurímac	357 377	378 880	342 945	14 432	35 935
Arequipa	1 051 302	1 033 950	973 192	78 110	60 758
Ayacucho	543 370	560 467	517 673	25 697	42 794
Cajamarca	1 234 769	1 321 573	1 196 086	38 683	125 487
Cusco	1 043 694	1 073 821	1 005 460	38 234	68 361
Huancavelica	401 266	431 617	389 626	11 640	41 991
Huánuco	673 868	712 339	646 137	27 731	66 202
Ica	641 262	644 336	602 063	39 199	42 273
Junín	1 099 384	1 144 916	1 037 114	62 270	107 802
La Libertad	1 445 521	1 431 818	1 370 990	74 531	60 828
Lambayeque	1 001 180	1 014 176	935 500	65 680	78 676
<b>Lima y Callao</b>	<b>8 482 742</b>	<b>8 098 976</b>	<b>7 871 219</b>	<b>611 523</b>	<b>227 757</b>
Loreto	762 159	781 322	739 234	22 925	42 088
Madre de Dios	96 144	81 767	75 707	20 437	6 060
Moquegua	148 042	144 768	133 056	14 986	11 712
Pasco	251 228	262 873	234 477	16 751	28 396
Piura	1 487 235	1 533 253	1 446 702	40 533	86 551
Puno	1 144 323	1 182 051	1 121 932	22 391	60 119
San Martín	643 553	642 444	576 158	67 395	66 286
Tacna	263 079	251 265	236 260	26 819	15 005
Tumbes	178 212	172 936	161 010	17 202	11 926
Ucayali	375 871	373 988	343 521	32 350	30 467

Fuente: (INEI, 2007)

**Tecnológico:** En este aspecto manejaremos pagos con POS en cuentas con Visa y Mastercard, lo que nos dará un plus a comparación del comercio ambulatorio.

Manejaremos un área de promoción y publicidad mediante redes sociales, las cuales hoy en día podemos sacar provecho, ya que, son usadas por nuestro mercado potencial.

## **MICROENTORNO**

**Nuevos competidores:** Los actuales competidores en la zona norte de Lima son las denominadas “caletas”, que son pequeños restaurantes en zonas inesperadas o también conocidos como “huariques” uno de los más reconocidos en el cono norte es “El Soperito: la casa de los caldos” entre otras opciones similares dispersos por las zonas.

También contamos con las carretillas, que son comercio ambulatorio de caldos donde las cocineras pagan una autorización por uso de veredas y calles para instalarse y vender ahí, dicha forma se denomina venta al paso.

Mucha informalidad que debemos tener en cuenta, ya que seremos un *fast food* igual de higiénicos que los otros y con procesos rápidos, abriéndonos paso en este mercado.

**Producto sustituto:** En este aspecto, lo que está entrando recientemente en el Perú son los *food trucks*, los cuales se pusieron de moda con las ferias anuales de mistura. Actualmente no están muy regularizados, ya que, solo tienen permisos municipales.

Si bien es cierto son un éxito de ventas usualmente los vecinos están en contra, ya que, la acogida de los consumidores dificulta la limpieza y muchas veces dejan calles cercanas sucias.

**Rivalidad de competidores existentes:** En gestión de *fast food* nuestra principal competidor sería KFC por la experiencia que mantiene esta franquicia posee una fuente rica en procesos y programas de capacitación de los cuales podrían aplicar una estrategia de *benchmarking* para poder obtener mejores procesos de servicio.

En cuanto a nuestro producto tenemos como principal competidor al exitoso restaurante “Siete Sopas”, el cual se encuentra en la avenida Arequipa en el distrito de Lince. Este lugar estratégico, ya que se encuentra en medio de muchos centros de estudios y cerca al centro empresarial donde muchos trabajadores salen del trabajo dispuestos a comer.

**Negociación con proveedores:** En primera instancia nosotros tenemos el poder de negociar precios, debido a que existen muchos mercados que pueden abastecernos de nuestros insumos.

Podríamos optar por diversificar proveedores, en cuestión de carnes en el camal de Yerbateros, pollo con San Fernando u alguna avícola de confianza.

**Negociación con los clientes:** En este aspecto tenemos un pronóstico favorable de demanda por los aspectos ya mencionados, además nos enfocaremos a la venta masiva.

Seremos una marca atractiva para la satisfacción del cliente, además de generar la confianza de encontrarnos con todos los permisos establecidos que el centro comercial que pensamos alquilar nos requiera. Este respaldo nos permitirá ser una buena opción además de contar con procesos estrictamente establecidos de atención manejaremos productos de calidad.

## **1.6. Estrategia genérica de la empresa**

El negocio estará enfocado en satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de mercado que frecuentan los centros comerciales. Se identifica a este cliente como más joven que el promedio de la población, con mayor número de mujeres de estilo de vida moderno y hombres formales, con mayor poder adquisitivo, que el promedio, en ambos casos.

Consideramos no aplicar la teoría del NSE sino considerar el poder de gasto y qué busca el cliente según su necesidad y aspiración.

Por lo mencionado el negocio se enfocará en una estrategia de diferenciación porque desarrollará una propuesta inédita en el rubro de *fast food*, que es la especialización en diferentes tipos de sopas. Esta propuesta da una alternativa diferente a la oferta actual: Hamburguesas, sándwich, pizza, pollo *broaster*, comida china, etc. Así también la orientación del negocio será brindar rapidez y facilidad de consumo a los clientes.

## Capítulo II

### Análisis del Entorno

#### 2.1. Análisis del Macro Entorno

##### 2.1.1. Del País (últimos 5 años).

De acuerdo al último censo del 2014 realizado por el INEI, en el Perú somos 30 millones 814 mil 175 personas.

##### 2.1.1.1.Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.

La superficie territorial del departamento de Lima es 2.7% del territorio nacional.

La población proyectada de los habitantes de Lima al 2014 es 8 millones 751 mil 741, siendo el departamento con mayor población en el Perú.

La población por distritos es:

Distrito	Población 2014	Distrito	Población 2014
1 Lima	276 857	27 Punta Negra	7 566
2 Ancón	38 482	28 Rímac	167 286
3 Ate	611 082	29 San Bartolo	7 463
4 Barranco	30 641	30 San Borja	111 808
5 Breña	77 116	31 San Isidro	55 006
6 Carabayillo	290 311	32 San Juan De Lurigancho	1 069 566
7 Chaclacayo	43 355	33 San Juan De Miraflores	400 630
8 Chorrillos	322 066	34 San Luis	57 530
9 Cieneguilla	43 975	35 San Martín de Porres	686 702
10 Comas	522 760	36 San Miguel	135 366
11 El Agustino	190 961	37 Santa Anita	223 447
12 Independencia	216 764	38 Santa María del Mar	1 467
13 Jesús María	71 514	39 Santa Rosa	17 563
14 La Molina	166 912	40 Santiago de Surco	338 509
15 La Victoria	175 372	41 Surquillo	91 686
16 Lince	51 144	42 Villa El Salvador	454 114
17 Los Olivos	365 921	43 Villa María del Triunfo	441 239
18 Lurigancho	212 987	44 Callao	410 640
19 Lurín	82 319	45 Bellavista	72 665
20 Magdalena Del Mar	54 566	46 Carmen de La Legua Reynoso	41 431
21 Pueblo Libre	76 437	47 La Perla	59 518
22 Miraflores	82 805	48 La Punta	3 521
23 Pachacamac	120 015	49 Mi Perú 1/	56 371
24 Pucusana	16 120	50 Ventanilla	355 830
25 Puente Piedra	336 928		
26 Punta Hermosa	7 381		

1/ Creado mediante Ley N° 30197 del 16 de mayo del 2014.  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Figura 8. Distritos de la Provincia de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, 2014  
Fuente: INEI, 2014

Sexo y grupos quinquenales de edad	Lima 1/
<b>Ambos sexos</b>	<b>9 689 011</b>
0-4	795 809
5-9	792 821
10-14	802 094
15-19	877 867
20-24	926 910
25-29	814 258
30-34	794 169
35-39	744 052
40-44	624 497
45-49	574 229
50-54	505 627
55-59	402 089
60-64	324 611
65-69	248 213
70-74	187 914
75-79	138 202
80+	135 649

Figura 9: Estimaciones y proyecciones de la población, según sexo y grupos quinquenales de edad, 2014  
Fuente: INEI, 2014

**2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.**

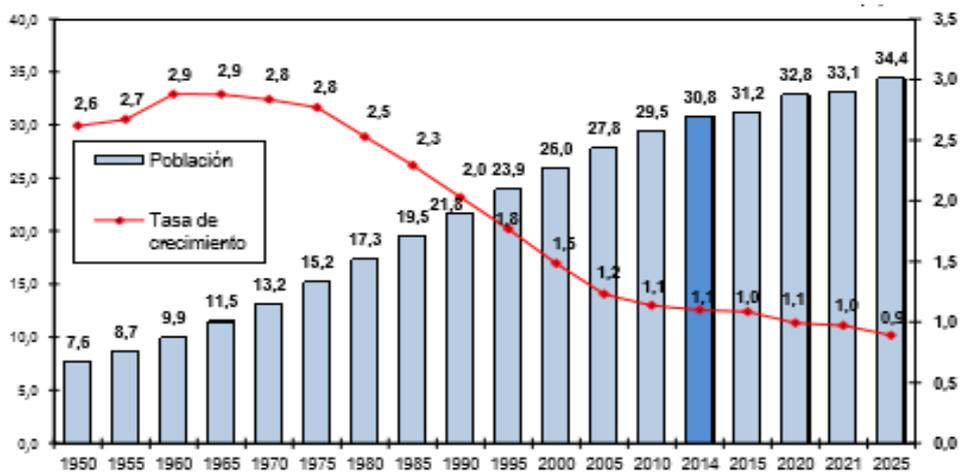


Figura 10: Población y tasa de crecimiento, 1950-2025  
Fuente: INEI, 2017

**Tabla 4. Perú Ingreso Per Cápita**

	2013	2014	2015	2016	Enero 2017
<b>Variación % Interanual Soles</b>	3.5%	4.5%	3.6%	3.25%	4.81%

Fuente: INEI, 2017

**Tabla 5. Población en edad de trabajar, según grupos de edad y ámbito geográfico, 2004-2015**

<b>POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR, SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2004-2015</b>					
<b>(miles de personas)</b>					
<b>Grupos de edad / Ámbito geográfico</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Total</b>	<b>21 579.4</b>	<b>21 939.9</b>	<b>22 303.4</b>	<b>22 668.6</b>	<b>23 034.2</b>
14 a 24 años	6 241.6	6 261.2	6 276.0	6 287.6	6 297.3
25 a 59 años	12 659.7	12 918.4	13 123.1	13 380.0	13 636.0
60 a 64 años	891.8	914.5	996.4	1 027.5	1 057.6
65 y más años	1 786.3	1 845.8	1 907.9	1 973.4	2 043.3
<b>Lima Metropolitana 1/</b>	<b>7 124.1</b>	<b>7 264.2</b>	<b>7 422.2</b>	<b>7 558.6</b>	<b>7 707.5</b>
14 a 24 años	1 898.5	1 928.1	1 957.4	1 982.9	1 995.0
25 a 59 años	4 301.0	4 359.7	4 410.2	4 506.9	4 588.7
60 a 64 años	307.6	331.9	378.2	364.5	378.2
65 y más años	617.0	644.5	676.4	704.4	745.6
<b>Resto País</b>	<b>14 455.3</b>	<b>14 675.6</b>	<b>14 881.1</b>	<b>15 110.0</b>	<b>15 326.8</b>
14 a 24 años	4 343.1	4 333.0	4 318.6	4 304.8	4 302.3
25 a 59 años	8 358.7	8 558.7	8 712.8	8 873.1	9 047.3
60 a 64 años	584.2	582.6	618.2	663.1	679.4
65 y más años	1 169.3	1 201.2	1 231.4	1 269.1	1 297.7
1/ Comprende provincia de Lima y Provincia Constitucional del Callao.					
<b>Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.</b>					

Fuente: INEI, 2014

2.1.1.3.

ala  
nza  
co  
me  
rci
**al: Importaciones y exportaciones.**
**Tabla 6. Balanza comercial (Millones USD)**

<b>Año</b>	<b>Exportación FOB<sup>6</sup></b>	<b>Importación FOB</b>	<b>Balanza comercial</b>
2008	31 018	28 449	2 569
2009	26 962	21 011	5 951
2010	35 565	28 815	6 750
2011	46 268	36 967	9 302

<sup>6</sup> FOB: Free on board

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2012	45 639	41 113	4 527
------	--------	--------	-------

Fuente: BCR y SBS, 2013

**2.1.1.4. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.**

Tabla 7. *Producto Bruto Interno por años a valores a precios constantes*

PERÚ: Producto Bruto Interno por años a valores a precios constantes					
(Miles de nuevos soles)					
Actividades	2011	2012	2013	2014	2015
Producto Bruto Interno	<b>406,256,016</b>	<b>431,199,017</b>	<b>456,434,784</b>	<b>467,180,690</b>	<b>482,369,629</b>

Fuente: INEI, 2017

Actividades	2011	2012	2013P/	2014P/	2015E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	3,462,142	3,593,336	3,697,081	3,868,083	4,017,739
Pesca y Acuicultura	653,421	282,768	476,200	268,276	351,715
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	3,235,297	3,146,370	3,449,216	3,741,713	4,058,663
Manufactura	38,389,761	39,264,446	41,137,666	41,097,464	40,333,370
Electricidad, Gas y Agua	3,718,603	4,079,915	4,212,842	4,650,623	4,762,333
Construcción	11,028,336	12,385,264	12,761,679	12,956,795	12,146,871
Comercio	23,864,097	25,511,280	26,703,869	27,210,513	28,419,581
Transporte, Almacen., Correo y Mensajería	11,955,879	12,849,709	13,809,955	14,089,196	14,506,506
Alojamiento y Restaurantes	7,866,447	8,748,478	9,368,215	9,881,607	10,181,989
Telecom. y otros Serv. de Información	8,760,967	9,705,772	10,504,125	11,379,145	12,373,606
Administración Pública y Defensa	9,884,543	10,772,570	11,173,745	11,613,557	12,051,639
Otros servicios	55,923,083	59,257,713	63,106,098	67,173,022	71,039,665
<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>178,742,576</b>	<b>189,597,621</b>	<b>200,400,691</b>	<b>207,929,994</b>	<b>214,243,677</b>

Figura 11. PBI Lima: Valor agregado bruto por años, según actividades económicas valores a precios constantes  
Fuente: INEI, 2017

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Rubro	Peso	2013		2014	
		Var. %	Contr. pond.	Var. %	Contr. pond.
<b>INFLACIÓN</b>	<b>100,0</b>	<b>2,9</b>	<b>2,86</b>	<b>3,2</b>	<b>3,22</b>
<b>Alimentos dentro del hogar</b>	<b>26,1</b>	<b>0,4</b>	<b>0,23</b>	<b>5,2</b>	<b>1,30</b>
<i>Del cual</i>					
Carne de pollo	3,0	-3,6	-0,11	8,7	0,25
Cítricos	0,5	10,2	0,07	13,0	0,09
Cebolla	0,4	-24,4	-0,08	34,1	0,08
Otras frutas frescas	0,4	-1,2	-0,01	14,8	0,06
Papaya	0,2	-15,3	-0,03	35,5	0,06
Zanahoria	0,1	-10,5	-0,01	36,8	0,04
Zapallo	0,1	-11,6	-0,01	25,0	0,02
<b>Comidas fuera del hogar</b>	<b>11,7</b>	<b>5,2</b>	<b>0,66</b>	<b>4,7</b>	<b>0,60</b>
<b>Combustibles, pasaje urbano y electricidad</b>	<b>14,3</b>	<b>4,6</b>	<b>0,65</b>	<b>1,0</b>	<b>0,15</b>
Combustibles	2,8	6,0	0,18	-5,6	-0,18
Pasaje urbano	8,5	3,5	0,30	2,3	0,20
Electricidad	2,9	6,2	0,17	4,4	0,12
<b>Asociados al tipo de cambio</b>	<b>4,5</b>	<b>6,5</b>	<b>0,25</b>	<b>4,3</b>	<b>0,18</b>
Compra de vehículos	1,6	8,7	0,12	7,3	0,11
Alquiler de vivienda	2,4	3,5	0,07	2,6	0,06
Pasaje de avión	0,4	15,4	0,05	2,2	0,01
Gira turística	0,0	7,1	0,00	8,8	0,00
<b>Educación</b>	<b>9,9</b>	<b>4,6</b>	<b>0,47</b>	<b>4,3</b>	<b>0,44</b>
Matrícula y pensión de enseñanza	8,8	4,9	0,45	4,6	0,43
Enseñanza en áreas diversas	0,3	0,0	0,00	0,0	0,00
Textos y útiles escolares	0,7	2,6	0,02	1,3	0,01
<b>Resto</b>	<b>33,5</b>	<b>1,9</b>	<b>0,60</b>	<b>1,7</b>	<b>0,55</b>

Figura 12. Contribución ponderada a la inflación  
Fuente: BCR, 2015

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

	ACTIVAS / LENDING										PASIVAS / DEPOSITS							Tasa de Interés Legal / Legal Interest Rate 8/	Tasa Interbancaria Promedio / Interbank Average Interest Rate 9/	Tasa de Referencia de Política Monetaria / Policy Monetary Interest Rate 10/				
	Préstamos hasta 360 días / Loans up to 360 days			Préstamos mayor a 360 días / Loans more than 360 days			TAMN 3/	FTAMN 4/	Preferencial Corporativa a 90 d. / Corporate Prime (90 days) 5/	Cuenta Corriente / Demand Deposits	Ahorro / Savings	Plazos (días) / Term (days)				TIPMN 6/	FTIPMN 7/							
	Corporativos Corporate	Grandes emp. Big Companies	Medianas emp. Medium enterprises	Corporativos/ Corporate	Grandes emp. Big Companies	Medianas emp. Medium enterprises						Hasta 30 d. Up to 30	31 - 180 d.	181 - 360 d.	360 a más / 360 and more									
<b>2014</b>																								<b>2014</b>
Dic.	5.6	6.4	10.2	6.5	7.1	10.5	15.7	20.6	4.7	0.5	0.5	3.8	3.8	4.3	5.1	2.3	2.8	2.3	3.8	3.50				Dec.
<b>2015</b>																								<b>2015</b>
Ene.	5.5	6.4	10.1	6.5	7.2	10.4	16.2	19.0	4.5	0.4	0.5	3.6	3.8	4.4	5.1	2.2	2.8	2.2	3.3	3.25				Jan.
Feb.	5.0	6.4	9.8	6.5	7.3	10.3	16.0	18.5	4.2	0.4	0.5	3.3	3.7	4.4	5.1	2.2	2.6	2.2	3.4	3.25				Feb.
Mar.	4.8	6.4	9.6	6.4	7.3	10.3	16.1	19.8	4.2	0.4	0.5	3.5	3.8	4.4	5.1	2.2	2.5	2.2	3.4	3.25				Mar.
Abr.	4.8	6.5	9.5	6.3	7.3	10.5	15.9	18.5	4.4	0.4	0.5	3.7	3.8	4.4	5.0	2.2	2.6	2.3	3.5	3.25				Apr.
May.	4.7	6.4	9.5	6.3	7.3	10.4	16.0	19.4	4.5	0.4	0.5	3.9	3.9	4.4	5.0	2.3	2.9	2.3	3.5	3.25				May.
Jun.	4.7	6.4	9.7	6.3	7.3	10.3	16.2	20.7	4.1	0.4	0.5	3.4	4.0	4.4	5.0	2.2	2.8	2.2	3.4	3.25				Jun.
Jul.	4.6	6.4	9.7	6.2	7.3	10.3	16.2	18.7	4.2	0.4	0.5	3.6	4.0	4.3	4.8	2.2	2.6	2.2	3.5	3.25				Jul.
Ago.	4.7	6.5	9.9	6.2	7.3	10.2	16.3	19.2	4.5	0.4	0.5	3.9	4.1	4.3	4.8	2.3	2.7	2.3	3.6	3.25				Aug.
Set.	5.1	6.6	10.0	6.3	7.4	10.1	16.1	18.7	4.9	0.4	0.5	4.1	4.4	4.4	4.8	2.4	2.9	2.4	3.7	3.50				Sep.
Oct.	5.2	6.7	10.2	6.4	7.3	10.1	16.2	18.6	4.8	0.5	0.6	4.0	4.5	4.5	4.8	2.4	2.9	3.0	3.5	3.50				Oct.
Nov.	5.3	6.9	10.3	6.4	7.4	10.0	16.1	19.7	4.8	0.6	0.6	4.0	4.6	4.6	4.9	2.4	3.0	2.4	3.5	3.50				Nov.
Dic.	5.4	6.9	10.3	6.4	7.4	10.1	16.1	20.2	4.9	0.6	0.5	4.0	4.7	4.7	4.9	2.4	3.0	2.4	3.8	3.75				Dec.
<b>2016</b>																								<b>2016</b>
Ene.	5.4	7.0	10.2	6.5	7.4	10.0	16.2	20.2	5.0	0.7	0.6	4.1	4.8	5.0	4.9	2.5	3.0	2.5	4.0	4.00				Jan.
Feb.	5.5	7.1	10.2	6.5	7.4	10.0	16.1	20.9	5.2	0.7	0.7	4.2	4.8	5.0	5.0	2.6	3.1	2.6	4.6	4.25				Feb.
Mar.	5.7	7.2	10.2	6.5	7.5	10.0	16.1	21.0	5.4	0.5	0.7	4.8	4.8	5.1	5.0	2.6	3.6	2.6	4.8	4.25				Mar.
Abr.	5.9	7.3	10.2	6.6	7.5	10.0	16.0	20.2	5.4	0.5	0.5	4.8	4.9	5.2	5.0	2.6	3.7	2.6	4.5	4.25				Apr.
May.	6.0	7.3	10.4	6.6	7.6	10.0	16.0	20.9	5.4	0.7	0.6	4.8	5.0	5.2	5.1	2.7	3.7	2.7	4.4	4.25				May.
Jun.	6.0	7.5	10.4	6.6	7.6	10.0	16.2	21.1	5.5	0.5	0.5	4.8	5.1	5.2	5.2	2.6	3.8	2.6	4.4	4.25				Jun.
Jul.	6.1	7.5	10.5	6.7	7.7	10.1	16.4	20.0	5.4	0.6	0.5	4.6	5.1	5.2	5.2	2.7	3.6	2.7	4.3	4.25				Jul.
Ago.	5.9	7.4	10.5	6.7	7.7	10.1	16.5	20.5	5.1	0.6	0.6	4.1	5.1	5.2	5.3	2.7	3.3	2.7	4.2	4.25				Aug.
Set.	5.9	7.4	10.7	6.8	7.8	10.1	16.8	21.0	4.9	0.6	0.6	4.0	5.0	5.2	5.3	2.7	3.1	2.7	4.3	4.25				Sep.
Oct.	5.8	7.4	10.6	6.9	7.8	10.1	17.1	21.4	4.9	0.6	0.6	4.2	4.9	5.2	5.3	2.7	3.2	2.7	4.3	4.25				Oct.
Nov.	5.7	7.4	10.6	6.9	7.8	10.2	17.0	21.1	5.0	0.6	0.6	4.2	4.8	5.1	5.3	2.7	3.2	2.7	4.3	4.25				Nov.
Dic.	5.7	7.3	10.5	6.9	7.8	10.2	17.2	21.2	5.2	0.6	0.5	4.3	4.8	5.0	5.3	2.6	3.3	2.6	4.4	4.25				Dec.
<b>2017</b>																								<b>2017</b>
Ene.	5.7	7.3	10.4	7.0	7.8	10.2	17.7	21.6	5.1	0.7	0.5	4.4	4.8	5.0	5.4	2.7	3.4	2.7	4.3	4.25				Jan.
Feb.	5.8	7.3	10.3	7.0	7.9	10.3	17.1	21.8	5.0	0.8	0.6	4.3	4.8	5.0	5.4	2.7	3.4	2.7	4.2	4.25				Feb.
Mar. 1-21	5.7	7.3	10.2	7.0	7.8	10.3	17.0	22.3	5.0	0.7	0.5	4.2	4.8	5.0	5.4	2.7	3.2	2.7	4.2	4.25				Mar. 1-21

La Información sobre tasas de interés para pequeña empresa, microempresa, consumo e hipotecario, esta disponible en la versión electrónica de la Nota Semanal, en [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)

1/ La información de este cuadro se ha actualizado en la Nota Semanal N° 12 (23 de marzo de 2017).

2/ Tasas de interés promedio ponderado de las empresas bancarias en el período, construidas a partir de los saldos totales de colocaciones y depósitos.

3/ Promedio del período construido a partir de la tasa TAMN diariamente publicada por la SBS. La TAMN es la tasa activa de mercado promedio ponderado en moneda nacional, expresada en términos efectivos anuales.

4/ Promedio del período construido a partir de la tasa FTAMN diariamente publicada por la SBS. La FTAMN es la tasa activa promedio de mercado de las operaciones realizadas en los últimos 30 días útiles.

5/ Promedio de las tasas de interés a las cuales las principales empresas bancarias están dispuestas a ofrecer préstamos a 90 días a sus clientes corporativos de menor riesgo, en la modalidad de avances en cuenta corriente.

6/ Promedio del período construido a partir de la tasa TIPMN diariamente publicada por la SBS. La TIPMN es la tasa pasiva de mercado promedio ponderado en moneda nacional, expresada en términos efectivos anuales.

7/ Promedio del período construido a partir de la tasa FTIPMN diariamente publicada por la SBS. La FTIPMN es la tasa pasiva promedio de mercado de las operaciones realizadas en los últimos 30 días útiles.

8/ Promedio del período construido a partir de la tasa pasiva en moneda nacional publicada por la SBS. La tasa de interés legal en moneda nacional es equivalente a la TIPMN a partir del 2001.11.21.

9/ Promedio ponderado de las tasas de interés de las operaciones interbancarias efectuadas en el período.

10/ Tasa anunciada por el Directorio del BCRP en el mes.

**Figura 13. Tasas de interés activas y pasivas promedio de las empresas bancarias en Moneda Nacional (en términos efectivos anuales)**

Fuente: SBS, 2017

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

	Promedio del período Period Average									
	Interbancario 2/ Interbanking Rate			Bancario Banking Rate			Informal Informal Rate			
	Compra Bid	Venta Ask	Promedio Average	Compra Bid	Venta Ask	Promedio Average	Compra Bid	Venta Ask	Promedio Average	
<b>2014</b>	<b>2.837</b>	<b>2.840</b>	<b>2.839</b>	<b>2.837</b>	<b>2.839</b>	<b>2.838</b>	<b>2.840</b>	<b>2.841</b>	<b>2.841</b>	<b>2014</b>
Dic.	2.961	2.964	2.963	2.960	2.963	2.962	2.960	2.962	2.961	Dec.
<b>2015</b>	<b>3.184</b>	<b>3.186</b>	<b>3.185</b>	<b>3.183</b>	<b>3.186</b>	<b>3.184</b>	<b>3.188</b>	<b>3.189</b>	<b>3.189</b>	<b>2015</b>
Ene.	3.005	3.008	3.007	3.004	3.007	3.006	3.012	3.014	3.013	Jan.
Feb.	3.078	3.080	3.079	3.077	3.080	3.079	3.084	3.086	3.085	Feb.
Mar.	3.091	3.093	3.092	3.090	3.093	3.092	3.099	3.100	3.099	Mar.
Abr.	3.119	3.122	3.121	3.118	3.121	3.120	3.125	3.127	3.126	Apr.
May.	3.150	3.152	3.151	3.149	3.152	3.150	3.153	3.154	3.153	May.
Jun.	3.161	3.163	3.162	3.160	3.162	3.161	3.162	3.164	3.163	Jun.
Jul.	3.181	3.183	3.182	3.180	3.183	3.181	3.184	3.186	3.185	Jul.
Ago.	3.238	3.241	3.239	3.237	3.240	3.238	3.251	3.254	3.253	Aug.
Set.	3.217	3.220	3.219	3.217	3.221	3.219	3.222	3.224	3.223	Sep.
Oct.	3.248	3.251	3.250	3.246	3.250	3.248	3.244	3.247	3.245	Oct.
Nov.	3.337	3.339	3.338	3.335	3.339	3.337	3.337	3.338	3.338	Nov.
Dic.	3.382	3.385	3.384	3.380	3.385	3.383	3.381	3.383	3.382	Dec.
<b>2016</b>	<b>3.373</b>	<b>3.377</b>	<b>3.375</b>	<b>3.373</b>	<b>3.377</b>	<b>3.375</b>	<b>3.375</b>	<b>3.377</b>	<b>3.376</b>	<b>2016</b>
Ene.	3.437	3.440	3.439	3.436	3.439	3.437	3.444	3.445	3.444	Jan.
Feb.	3.506	3.508	3.507	3.504	3.508	3.506	3.507	3.508	3.508	Feb.
Mar.	3.402	3.409	3.407	3.405	3.410	3.407	3.413	3.414	3.414	Mar.
Abr.	3.298	3.304	3.301	3.300	3.303	3.302	3.303	3.306	3.304	Apr.
May.	3.332	3.336	3.335	3.331	3.336	3.334	3.324	3.326	3.325	May.
Jun.	3.314	3.319	3.316	3.315	3.318	3.317	3.320	3.323	3.322	Jun.
Jul.	3.298	3.301	3.299	3.297	3.301	3.299	3.293	3.295	3.294	Jul.
Ago.	3.332	3.335	3.334	3.331	3.335	3.333	3.329	3.331	3.330	Aug.
Set.	3.381	3.384	3.382	3.380	3.384	3.382	3.380	3.383	3.382	Sep.
Oct.	3.384	3.387	3.386	3.384	3.388	3.386	3.387	3.389	3.388	Oct.
Nov.	3.401	3.405	3.403	3.401	3.405	3.403	3.397	3.399	3.398	Nov.
Dic.	3.394	3.397	3.395	3.393	3.398	3.395	3.399	3.401	3.400	Dec.
<b>2017</b>										<b>2017</b>
Ene.	3.338	3.342	3.340	3.338	3.342	3.340	3.349	3.351	3.350	Jan.
Feb.	3.258	3.262	3.260	3.258	3.262	3.260	3.260	3.262	3.261	Feb.
Mar. 1-21	3.272	3.275	3.274	3.272	3.276	3.274	3.269	3.271	3.270	Mar. 1-21
<b>Variación %</b>										<b>% Chg.</b>
12 meses acumulada	-3.8	-3.9	-3.9	-3.9	-3.9	-3.9	-4.2	-4.2	-4.2	yoy Cumulative
mensual	-3.6	-3.6	-3.6	-3.6	-3.6	-3.6	-3.8	-3.8	-3.8	Monthly
	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	

Fuente: BCRP, SBS, Reuters y Datatec.

Elaboración: Gerencia de Información y Análisis Económico - Subgerencia de Estadísticas Macroeconómicas.

Figura 14. Tipo de cambio promedio del periodo (PEN por USD)

Fuente: BCR, SBS, Reuter y Datatec, 2017

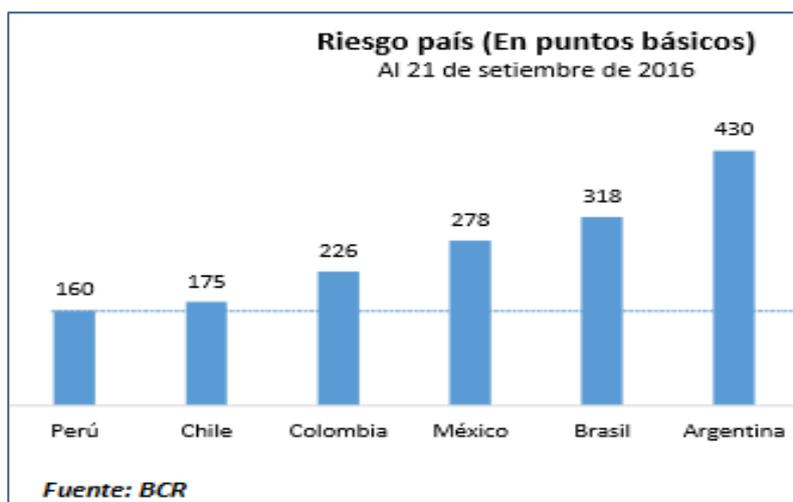


Figura 15: Riesgo país

Fuente: BCR, 2017

### 2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

#### Legislación Comercial:

Bajo el régimen comercial debemos tener en cuenta la inscripción de nuestra razón social y patente de marca. Debemos definir muy claramente nuestro giro de negocio, con una buena asesoría siguiendo los reglamentos establecidos

Tabla 8. *Normativa comercial*

Tipo de norma	Número	Fecha de promulgación	Título
Ley	s. n.	15/02/1902	Código de Comercio
Ley	26366	16/10/1994	Ley del Sistema Nacional de los Registros Públicos y de la Superintendencia General de los Registros Públicos
Ley	2666	22/09/1995	Ley de Competencia Notarial en Asuntos no Contenciosos
Ley	26572	5/10/1996	Ley General de Arbitraje
Ley	26702	9/12/1996	“Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Ley	26887	9/12/1997	Ley General de Sociedades
Ley	27287	19/06/2000	Ley de Títulos Valores
Ley	27444	11/04/2001	Ley del Procedimiento Administrativo General
Ley	27584	6/01/2001	Ley de Regulación del Proceso Contencioso Administrativo
Ley	27809	8/08/2002	Ley General del Sistema Concursal
Ley	28611	15/10/2005	Ley General del Ambiente
Ley	28677	1/06/2006	Ley de Garantía Mobiliaria
Ley	30021	17/05/2013	Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes
Decreto legislativo	299	26/07/1984	Ley de Arrendamiento Financiero
Decreto legislativo	809	19/04/1996	Ley General de Aduanas
Decreto legislativo	822	24/04/1996	Ley del Derecho de Autor
Decreto legislativo	823	24/04/1996	Ley de Propiedad Industrial
Decreto supremo	93-02 / EF	15/06/2002	“Texto Único Ordenado de la Ley del Mercado de Valores” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	126-2012 / SUNARP-SN	19/05/2012	Reglamento General de los Registros Públicos

FUENTE: ESAN ediciones, 2016

**Legislación tributaria:**

El gobierno está evaluando subir el impuesto a renta a 33.02% y disminuir un 5% a la distribución de dividendos lo que serían un punto a considerar al costear nuestros productos.

Si bien es cierto no es cambio radical, debemos de considerar.

Todos nuestros impuestos debemos evaluarlos y pensar en una estrategia de financiamiento para balancear con gastos financieros una menor utilidad.

Últimamente se ven muchos casos de clausura de locales de nuestro rublo por falta de salubridad por lo que el gobierno hace énfasis en las supervisiones. No solo en restaurantes ambulatorios sino también en restaurantes de renombre y de buen prestigio.

Debemos ser muy cuidadosos en todos nuestros procesos requeridos por ley, además de supervisar que nuestro personal cumpla con lo exigido, ya que, estas supervisiones son improvisadas.

**Tabla 9. Normativa tributaria**

<b>Tipo de norma</b>	<b>Número</b>	<b>Fecha de promulgación</b>	<b>Título</b>
Ley	28194	26/03/2004	“Ley para la Lucha contra la Evasión y para la Formalización de la Economía” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Decreto legislativo	774	30/12/1993	Ley del Impuesto a la Renta
Decreto legislativo	775	30/12/1993	“Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Decreto supremo	055-99-EF	15/04/1999	“Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Decreto supremo	047-2004-EF	8/04/1999	“Reglamento de la Ley 28194, Ley para la Lucha contra la Evasión y para la Formalización de la Economía” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Decreto supremo	067-2004-EF	10/05/2004	“Incluyen tarjetas de crédito y de cargo internacionales como medios de pago para efectos de lo dispuesto en la Ley 28194, siempre que los pagos se canalicen a través de empresas del sistema financiero” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	007-99 / SUNAT	24/01/1999	Reglamento de Comprobantes de Pago
Resolución de Superintendencia	041-2004 / SUNAT	17/02/2004	“Aprueban normas para la declaración y pago del impuesto a las transacciones financieras” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	082-2004 / SUNAT	4/04/2004	“Aprueban normas para la declaración y pago del impuesto a las transacciones financieras” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	092-2004 / SUNAT	20/04/2004	“Establecen procedimiento para la presentación de la declaración jurada de goce del beneficio de estabilidad tributaria y de la declaración jurada de inafectación al impuesto a las transacciones financieras” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	267-2004 / SUNAT	5/11/2004	“Dictan normas para que las empresas del sistema financiero cumplan con informar a la Sunat la relación de los medios de pago con los que operan las tarjetas de crédito sobre las cuales realizan el servicio de recaudación o cobranza” (Ministerio de Economía y Finanzas, 2007)
Resolución de Superintendencia	233-2008 / SUNAT	29/12/2008	Modifican diversas disposiciones del Reglamento de Comprobantes de Pago y amplían plazos para el uso de sistemas informáticos y presentación del formulario N° 845

FUENTE: ESAN ediciones, 2016

**Legislación del consumidor:**

Los decretos supremos que debemos tener en cuenta en cuanto a los derechos del consumidor y el poder que tienen hoy en día, por lo que no solo nuestro negocio debe estar pendiente del mínimo detalle en cuanto a la atención sino también todas las empresas relacionadas al servicio.

Sabemos que las multas impuestas por el Estado son altas comenzando por una infracción menor que puede alcanzar media UIT e incluso la suspensión temporal o definitiva de nuestro establecimiento.

INDECOPI, en sus consejos prácticos para restaurantes, exige los siguientes requisitos básicos:

- “Los establecimientos de expendio de comidas y bebidas cuenten con una lista de precios, la que debe ser colocada en el exterior del local” (INDECOPI, 2017).
- “Los precios que figuran en dicha lista incluyan el Impuesto General a las Ventas (IGV) y demás recargos al consumo” (INDECOPI, 2017).
- “Se le otorgue el comprobante de pago (factura o boleta)” (INDECOPI, 2017).
- “Que los establecimientos cumplan con las condiciones mínimas de limpieza” (INDECOPI, 2017).

En estos requerimientos que establecen por ley, debemos tenerlos presente al momento de la capacitación de personal sobre todo los cajeros y atención al público.

**Tabla 10. Normativa del consumidor**

<b>Tipo de norma</b>	<b>Número</b>	<b>Fecha de promulgación</b>	<b>Título</b>
Ley	29571	2/09/2010	“Código de Protección y Defensa del Consumidor” (Delgado, 2017)
Decreto legislativo	807	18/04/1996	Facultades, normas y organización del Indecopi
Decreto legislativo	1045	30/01/2009	“Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor (derogada)” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	110-2010-PCM	16/12/2010	“Incorporación del procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) del Indecopi” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	011-2011-PCM	19/02/2011	“Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	029-2011-PCM	14/04/2011	“Reglamento del Registro Infracciones y Sanciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	030-2011-PCM	14/04/2011	“Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de los Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para el Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	031-2011-PCM	14/04/2011	“Reglamento que establece los mecanismos para la propuesta y la designación de los representantes de las entidades y los gremios al Consejo Nacional de Protección al Consumidor” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	032-2011-PCM	14/04/2011	“Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las Asociaciones de Consumidores” (Delgado, 2017)
Decreto supremo	046-2011-PCM	24/05/2011	“Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo a que hacen referencia los artículos del 137 al 144 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor” (Delgado, 2017)

FUENTE: ESAN ediciones, 2016

## **2.1.2. Del Sector (últimos 5 años)**

### **2.1.2.1. Mercado internacional.**

“A medidas internacionales los negocios de *fast food* se manejan como grandes cadenas que ofrecen franquicias e intentan abarcar todos los sectores de población posible.

Por lo que grandes marcas prefieren comprar cadenas de éxito para sacarlos del mercado y no tener más competencias. Tal es el caso de Burger King como se refirió la dueña en este artículo del diario El Comercio” (Diario El Comercio, 2017).

“En este artículo vemos como las grandes marcas como es el caso de Burger King compran una marca más pequeña para utilizar su crecimiento en expansión, de esta manera la empresa más grande invierte en la idea para poder aprovechar el buen momento por el que atraviesa para darle un impulso internacional y generar mayor demanda en mercados internacionales.” (Diario El Comercio, 2017)

#### **2.1.2.2.Mercado del consumidor.**

En este aspecto el consumidor peruano específicamente el moderno, consumen mucho más *fast food* adoptando la figura americana, debido a los complicados horarios de oficina y otros factores indirectos que hacen que este negocio tenga demanda, ya que, pocos son los que llegan a sus hogares a cocinar para la cena. Hoy en día la mayoría opta por comer algo rápido o pedir un *delivery*, ya que, los precios de estos productos se encuentran al alcance de las posibilidades de pago.

En el artículo “Más del 70% de limeños acude cada quince días a los *fast food*” “menciona como los jóvenes por motivo del tráfico en la ciudad o del poco tiempo que tienen para llegar a sus hogares almuerzan en restaurantes o en su mayoría acuden a los *fast food* por ser más llamativos y tener procesos de atención más interactivos, además de las continuas ofertas que las empresas del rublo ofrecen mediante redes o volantes que son repartidos en centros laborales y de estudio”. (Diario Gestión, 2015)

### **2.1.2.3. Mercado de proveedores.**

En este aspecto al ser un producto netamente nacional, los insumos e ingredientes los encontramos en mercados locales por lo cual debemos evaluar las mejores calidades y manejo de precios.

Actualmente el Perú está pasando por un fenómeno denominado el niño costero, el cual causó daños y destrucción de carreteras que nos conectaban con productos agrónomos básicos para nuestro giro de negocio. En consecuencia, estos insumos e ingrediente puede que suban su precio como pasó con el limón que llego a subir un 45% de su valor llegando a cifras de 35 soles el kilo en algunos mercados. Esto debe ser considerado en el costeo de nuestros productos.

América Noticias hizo un reportaje (América Noticias, 2017) de la alza del limón entre algunos productos comercializados en la que sufrieron una gran alza debido a las intensas lluvias y huaicos que azotaron al país en las últimas semanas.

También debemos tener en cuenta el precio del pollo, ya que, será un ingrediente básico para la mayoría de nuestros platos. Según lo averiguado el precio varía relativamente en el precio del dólar debido a que los granos del cual se alimenta este animal son importados en esta moneda.

Debemos prevenir también la falta de agua en Lima debido a los huaycos quedo al descubierto que la planta que nos podría abastecer ubicada en Huachipa, está en muy mal estado no podrá atender la demanda que requiere sobre todo la zona norte de Lima donde estaremos instalados.

Para evitar la falta de este insumo básico en nuestro giro comercial, sería recomendable contar con por lo menos un tanque de agua potable.

#### **2.1.2.4. Mercado competidor.**

El mercado peruano no hay un competidor directo con respecto al modelo de negocio que se tiene planeado sin embargo el competidor más cercano de acuerdo al proyecto es el Restaurante “Siete Sopas”, es un restaurante dirigido por César Taboada y cuenta con una carta de sopas tradicionales. Tienen un único local ubicado en Lince. Está dirigido a los sectores A y B de la población, de los cuales se enfoca en aquellos que están en busca de tiendas que ofrezcan un nuevo concepto de atención, además productos variados y que tengan una presentación singular.

La oferta de *fast food* en el Perú es muy variada y con ello se puede concluir que se puede variar y generar nuevas alternativas para el público. Principalmente a aquellos que acuden a centros comerciales y están dispuestos a consumir nuevas alternativas que les permitan experimentar nuevas experiencias.

En el Perú, “del total del gasto en alimentos que realizaron los peruanos el 2014, el 33,2% se realiza fuera del hogar, lo que significó un incremento de 7,7 puntos porcentuales respecto al año 2005 (25,5%). Este comportamiento evidencia que en la actualidad comer fuera del hogar se ha convertido en un hecho cotidiano para la población, a diferencia de lo que ocurría en años anteriores cuando se consideraba esta costumbre como algo extraordinario”. (INEI, 2015)

En Lima, “el ir a comer a un *fast food* es una práctica que se vuelve cada vez más habitual entre los consumidores. Así, en promedio, el 73% de limeños en 2015 acude por lo menos una vez cada 15 días a estos recintos, según un estudio elaborado por la consultora *Quality Research*.”

Las mayores visitas han hecho a su vez que el gasto se eleve. En promedio, el gasto mensual por cada consumidor es de S/. 64, esto ha aumentado en un 5% de un año a otro.

Otro aspecto que se destaca es la fuerza que está tomando el *fast food* a la hora del almuerzo, ya que el 46% de los encuestados dice consumirlo en ese horario, y un 43% en la cena.

Lo que se ha visto en los últimos meses es que la inversión en locales y publicidad ha disminuido. Hace dos años (2013) el ritmo de apertura era cinco o seis locales al mes, actualmente se vemos que es uno al mes”. Sin embargo, el crecimiento sigue, pero a un ritmo más moderado.” (Diario Gestión, 2015)

En el mercado peruano, “Delosi con sus 11 marcas tiene unos 286 locales, Intercorp con seis marcas ya cuenta con 260 locales en el mercado del *fast food* peruano.

El panorama de los *fast food* en el Perú siguen en aumento y la competencia se encuentra centrada en dos grandes operadores: Delosi e Intercorp.

En el caso del primero, el grupo, con operaciones hace más de 30 años se mantuvo en el tiempo y de empezar con una marca, KFC, ahora tiene en el portafolio 11. De ese total, seis son las más demandadas por centros comerciales y en zonas calientes para puerta a calle.

Así, entre KFC, Pizza Hut, Burger King, Chili’s, Pinkberry y Starbucks suman actualmente 286 locales. Ello sin contar que operan la marca Madam Tusan y Doggis.

Lo que vemos aquí es que en el caso de estas tres últimas marcas a diferencia de la trilogía que llenó al inicio los *fast food* (KFC, Pizza Hut y Burger King) llegaron al inicio a zonas donde no se pensaba que podrían tener acogida como el caso de la Lima Nueva y donde sus ventas están entre los diez primeros de la cadena.

Y es que, si vemos en el caso de Starbucks, sus ventas en los lugares “tradicionales” donde se pensaría la mayor demanda (Surco, Miraflores, San Isidro) no están en los primeros lugares, sino el Aeropuerto y MegaPlaza o el mismo Plaza San Miguel.

Tras ello llega el Jockey Plaza y de nuevo repunta la Lima emergente con Plaza Norte. Otro dato es que, si bien las cifras que se presentan son del reporte de marzo 2015, la

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

tendencia a la lo largo del año es la misma, es decir, el orden de venta por local (puerta a calle o centro comercial) no se modifica, sí en cambio el volumen de venta ya que hay fechas pico como el caso de julio, que por vacaciones y gratificación el monto se eleva. La misma situación se repite en Pinkberry y Chili's.” (Perú Retail, 2015)

**Competidores:**

“Siete Sopas” es dirigido por César Taboada y cuenta con una carta de sopas tradicionales. Además, cada plato viene acompañado de pan campesino: una combinación esencial. El emprendimiento se ubica en la cuadra 23 de la avenida Arequipa y atiende desde el mediodía hasta las 12 de la noche.

En “Siete Sopas” se encontrar caldos de diferentes partes del país, pues la dinámica que tienen es ofrecer uno distinto cada día. (Diario El Comercio, 2016)



*Figura 16. Logo "Siete Sopas"*  
Fuente: Facebook “Siete Sopas”, 2017

**Sector de Comida Rápida:**

“Del otro lado, sale la férrea competencia de Intercorp que a manera de reforzar el portafolio *retail* se hizo de franquicias nacionales y extranjeras, además de crear su propia cadena de pollerías.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Hoy, Bambos, China Wok, Popeye, Don Belisario, Dunkin’ Donuts y Papa John’s son parte de su portafolio y llegan a tener cerca de unos 260 locales.

“Se podría decir que están muy cerca de Delosi, pero lo importante es que han sumado marcas fuertes como presencia como China Wok que trae la tradición local, y Papa John’s, férreo competidor de Pizza Hut.

A esto se le suma que va dando más fuerza a sus otras marcas con un tibio plan expansivo pero seguro y en algunos casos (centros comerciales de su propiedad) debe ponerlas a competir con las de Delosi en sus patios de comidas”. (Perú Retail, 2015)

**COMPETENCIA DE LOCALES ENTRE DELOSI E INTERCORP**



**ELABORACIÓN:** Gestión

*Figura 17. Competencia de locales entre Delosi e Intercorp*

Fuente: Perú Retail, 2015

**Sopa Instantánea:**

Según la consultora Euromonitor, la categoría de sopas instantáneas movió unos US\$5,4 millones hasta el año (2013). Actualmente, también participa Nestlé con sus sazonadores en cubitos Maggie y Unilever con sopas instantáneas Knorr.

**2.1.2.5. Mercado distribuidor.**



*Figura 18. Cadena de suministro*  
Fuente: Elaboración propia

“En la actualidad la comercialización interna de los productos agrícolas está sujeta al libre mercado, pero sin reglas de juego es ineficiente y desordenada, especialmente en productos perecederos no industriales como la papa y otros tubérculos, las hortalizas y las frutas, siendo comercializados en su mayoría por un acopiador o intermediario quien compra la cosecha del productor en la chacra o fundo, fijando un precio mayormente al barrer de acuerdo a los dictámenes del mayorista, luego, trasladan la mercancía al mercado mayorista uno o dos en donde negocian con un mayorista quien tiene su puesto en dichos mercados, posteriormente después de una ligera selección el mayorista vende al minorista quien los lleva a los mercados distritales o las tiendas, almacenes o bodegas para su venta al público”. (Chau, 2009)

La venta de los productos de nuestros competidores la realizan de forma directa, el cliente puede acceder a sus productos en el local o por *delivery*, la mayoría de nuestra competencia como Delosi e Intercorp están ubicados de forma estratégica dentro de los centros comerciales donde hay gran afluencia de público. Por otro lado, las empresas que venden productos sustitutos como sopas instantáneas, llegan a sus clientes a través de intermediarios ya sean mayoristas o minoristas, se pueden encontrar sus productos en bodegas, supermercados, hipermercados o venta ambulatoria.

**2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.**

Dentro del marco normativo podemos indicar que los siguientes reglamentos tienen vinculación con nuestro proyecto de negocio.

**Decreto Supremo N° 001-97-SA**

“Reglamento Higiénico Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano.

La presente norma basa el control y vigilancia que se cita en principios como el de disposición de buenas instalaciones y medios de transporte que se utilizan en cada una de las etapas de la cadena alimentaria.” (Ministerio de Salud, 1997)

**Decreto Legislativo N° 943**

“Ley del Registro Único de Contribuyentes. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.” (SUNAT, 2003)

**RM N° 615-2003-SA/DM**

“Criterios Microbiológicos de Calidad Sanitaria e Inocuidad para los Alimentos y Bebidas de Consumo Humano.

La presente disposición establece los criterios microbiológicos que deben cumplir los alimentos y bebidas en estado natural, elaborados o procesados, para ser considerados aptos para el consumo humano. La verificación de su cumplimiento estará a cargo de los organismos competentes en vigilancia sanitaria de alimentos y bebidas a nivel nacional.” (Ministerio de Salud, 2003)

## LEY N° 29571

“Código de Protección y Defensa del Consumidor:

Art. 30.- INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS (Art. 4 LIA): Derecho a consumir alimentos inocuos.

Art 31.- CALIDAD DE LOS ALIMENTOS (principio basado en la ciencia de la LIA): Las Alegaciones deben ser comprobadas Calidad es el conjunto de características de un producto que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas

Art. 32.- Etiquetado y denominación de los productos (Art. 4 LIA, DS 007-98 RSA) Etiquetado según la legislación sobre la materia y en su defecto lo dispuesto en el Codex Alimentarius

Art. 34.- Información complementaria (Art. 4 LIA, INDECOPI): Toda información complementaria a la del etiquetado debe ser clara, veraz, de fácil acceso. Asimismo, al mantener personal a nuestro cargo vamos a tener que manejar las normas laborales relacionadas a la protección del trabajador, indicadas por el Ministerio de trabajo y protección del empleo. Ley de Seguridad y Salud en el trabajo.” (INDECOPI, 2010)

## 2.2. Análisis del Micro Entorno

### 2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Actualmente tenemos como competidor:

Siete Sopas:

Es un restaurante que cuenta con una carta de sopas tradicionales. Además, cada plato viene acompañado de pan campesino.

Estrategia de Publicidad: Se enfocó en la apertura de un solo local y una cuenta en Facebook y en Tripadvisor Perú como principal fuente de publicidad virtual. También cuenta con publicaciones de críticas gastronómicas en diarios como El Comercio.

### **2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.**

**Tipo de Cliente:** Consumidor individual.

**Clientes:** Hombres y mujeres entre los 20 y 50 años de los distritos de Lima Norte, adaptados y progresistas, de los NSE B y C, asiduos a centros comerciales que buscan una opción rápida y casera de alimentación.

**Nivel de Fuerza:** Medio

**Sustento:** Los clientes no están concentrados y compran individualmente, al ser un producto variado para diferentes gustos. Sin embargo, al presentarse múltiples opciones en los patios de comida tienen poder de elección.

### **2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.**

El abastecimiento se realizará por mayoristas los cuales estarán ubicados en el caso:

- Verduras, Tubérculos, Hortalizas: Gran Mercado Mayorista de Lima
- Carnes: Frigo P & G S.A.C.

Los proveedores son evaluados en base a:

- Calidad
- Garantía
- Tiempo de Entrega

- Respuesta a petición de Oferta

Características de los proveedores:

<b>Gran Mercado Mayorista de Lima</b>		
<b>Ubicación</b>	Av. De La Cultura S/N, distrito de Santa Anita - Lima	
<b>Productos</b>	Tuberculos, Hortalizas, Verduras en general	
<b>Trayectoria</b>	Tiene inicio en el año 1980 siendo el principal abastecedor de productos vegetales en lima	
<b>Participación de Mercado</b>	Abastece verduras a los principales mercados de lima	
<b>Capacidad de Abastecimiento</b>	Óptima	
<b>Condiciones de Venta</b>	<i>Lugar de Entrega</i>	En el mercado
	<i>Plazo de Entrega</i>	Momento de compra
	<i>Precio</i>	Competitivo
	<i>Forma de Pago</i>	Al contado
	<i>Aceptación de la Mercancía</i>	Una vez revisado y aceptado se considera entregado
	<i>Garantía</i>	En caso resulta dañada alguna cantidad de verduras
<b>Abastecen a la competencia</b>	Sí	

*Figura 19. Cuadro técnico del Gran Mercado Mayorista de Lima*  
Fuente: Elaboración propia

<b>Frijo P &amp; G S.A.C.</b>		
<b>Ubicación</b>	Jirón Andrómeda, 858 - La Campiña Chorrillos - Lima	
<b>Productos</b>	Carne de cerdo , carne de res , embutidos , hamburguesas , pollos , menudencia , etc.	
<b>Trayectoria</b>	Inicio actividades en el 2004 abasteciendo a principales restaurantes de lima	
<b>Participación de Mercado</b>	Abastece carnes a los principales mercados de lima	
<b>Capacidad de Abastecimiento</b>	Óptima	
<b>Condiciones de Venta</b>	<i>Lugar de Entrega</i>	En el local
	<i>Plazo de Entrega</i>	Momento de compra
	<i>Precio</i>	Competitivo
	<i>Forma de Pago</i>	Crédito y al contado
	<i>Aceptación de la Mercancía</i>	Una vez revisado y aceptado se considera entregado
	<i>Garantía</i>	En caso resulta dañada algun producto
<b>Abastecen a la competencia</b>	Sí	

*Figura 20. Cuadro técnico Frijo P & G SAC*  
Fuente: Elaboración propia

**Nivel de Fuerza:** Bajo.

**Sustento:** Por la cantidad de proveedores en el mercado que ofrecen los mismos productos precios competitivos.

**2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.**

Presenta amenaza de producto sustituto imperfecta todos buscando satisfacer la necesidad de alimentación, tenemos los siguientes:

*Tabla 11. Precios promedio de fast food*

<b>Fast Food</b>	<b>Precios prom.</b>	
China Wok	S/.	18.00
Pasquale Hmnos	S/.	18.00
Otto Grill	S/.	20.00
PizzaHut	S/.	20.00
Mr Sushi	S/.	16.00
Mc Donalds	S/.	15.00
Bembos	S/.	16.00
Burger King	S/.	16.00
KFC	S/.	16.00
Subway	S/.	15.00

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 12. Precios promedio de restaurantes*

<b>Restaurantes</b>	<b>Precios prom.</b>	
Menú	S/.	15.00

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 13. Precios promedio de pollerías*

<b>Pollerías</b>	<b>Precios prom.</b>	
Rockys	S/.	16.00
Norkys	S/.	16.00
Pardos	S/.	18.00

Fuente: Elaboración propia

**Nivel de Riesgo:** Alto.

**Sustento:** En el mercado, y específicamente en centros comerciales hay varios productos sustitutos, los cuales le dan al consumidor una mayor variedad de elección y también limita a la empresa a medirse en su estrategia de precios.



### **2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.**

Las barreras son bajas, solo serían los permisos para poder ofrecer productos alimenticios.

**Nivel de Riesgo:** Alto.

**Sustento:** Considerando que las barreras de entrada son bajas, se suma la posibilidad de participación de los grupos económicos que tienen cadenas de restaurantes y *fast food*.

## Capítulo III

### Plan Estratégico

#### 3.1. Visión y misión de la empresa.

##### 3.1.1. Visión

Ser el restaurante de comida rápida de sopas más importante del Perú, reconocido por su calidad y el sabor casero.

##### 3.1.2. Misión

Ofrecer sopas criollas, preparadas al instante y de calidad con un toque distinto de manera que el cliente se sienta como en casa.

#### 3.2. Análisis FODA

##### 3.2.1. FODA

###### Fortalezas

1. Socio con experiencia en marketing y gestión comercial.
2. Socio con conocimiento de preparación de alimentos.
3. Socio con experiencia trámites y logística.
4. Socio con experiencia en contabilidad y compras.
5. Socio con experiencia en procesos, organización y gestión de proyectos.
6. Mamá Sopa es el primer y único *Fast Food* de sopas de Lima.

7. Mamá Sopa tiene una ubicación estratégica en zona de alto tránsito de Mega Plaza.<sup>7</sup>

8. Mamá Sopa garantiza el uso de insumos naturales en la preparación de sus productos.

### **Oportunidades**

1. Diversidad de proveedores de acuerdo a los requerimientos de Mamá Sopa que garantizan alta disponibilidad de insumos.<sup>8</sup>

2. Creciente tendencia por el consumo en lugares que ofrecen comida sana y natural.<sup>9</sup>

3. Creciente demanda de consumo de alimentos fuera del hogar en Lima.<sup>10</sup>

4. Continua expansión del sector de Centros Comerciales en Lima.<sup>11</sup>

5. Alta demanda de consumidores al formato *Fast Food*.<sup>12</sup>

6. Alto ticket promedio en centros comerciales en Lima.<sup>13</sup>

7. Aumento de estudiantes y egresados de Escuelas de Cocina en el Perú<sup>14</sup>

8. Mayor afluencia de público por apertura de teatro en centro comercial Mega Plaza.

9. Utilización de tazones, tapas y cucharas descartables biodegradables.

10. Convenio con Banco de Alimentos Perú para entregar alimentos en buen estado que no se hayan vendido en el día.

### **Debilidades**

---

<sup>7</sup> Ver Anexo 2

<sup>8</sup> Ver Anexo 3

<sup>9</sup> Ver Anexo 4

<sup>10</sup> "Aumenta gasto en alimentación fuera del hogar" (INEI, 2013)

<sup>11</sup> Ver Anexo 5

<sup>12</sup> Ver Anexo 6

<sup>13</sup> Ver Anexo 7

<sup>14</sup> Ver Anexo 8

1. Inexperiencia en el rubro de gestión de restaurantes por parte de los fundadores de Mamá Sopa
2. Dependencia de horarios al Centro comercial.
3. Falta de respaldo financiero para cubrir para la apertura del local.
4. Desconocimiento con relación a la demanda del mercado.

### **Amenazas**

1. Posicionamiento negativo del formato *Fast Food* (contradice nuestra promesa de marca)<sup>15</sup>
2. Elevación del costo de los insumos (sea por especulación, desastres naturales, inflación, etc.)
3. Aumento de competidores al rubro de sopas en *Fast Food* (actualmente Siete Sopas vende en formato Restaurante)
4. Reciente crecimiento de formatos *Food Trucks* con ofertas económicas y novedosas.<sup>16</sup>
5. Aumento del costo de acceso y alquiler del Local en Centros Comerciales.<sup>17</sup>
6. Incremento de Impuestos a las empresas.<sup>18</sup>
7. Aumento de la rotación de personal en el rubro *Fast Food*.<sup>19</sup>
8. Demanda estacional de las sopas.<sup>20</sup>
9. Restaurante Siete Sopas podría abrir un *fast food* al ver nuestro negocio.

### **3.2.2. Estrategias**

---

<sup>15</sup> Ver Anexo 9

<sup>16</sup> "Gastronomía sobre ruedas: los *food trucks* invaden Lima" (Diario Gestión, 2016)

<sup>17</sup> Ver Anexo 10

<sup>18</sup> "Aumentarán IR de 28% a 29.5% para gran empresa" (Diario El Peruano, 2016)

<sup>19</sup> "Franquicias: Una cadena de sabor" (Diario El Comercio, 2016)

<sup>20</sup> Ver Anexo 11

**3.2.3. Fortalezas – Oportunidades**

- Fortalecer las relaciones con proveedores estratégicos para reducir costos y conseguir nuevas estrategias basadas en experiencias de los proveedores (F3, F4, O1)
- Realizar publicidad orientada al segmento de personas que come fuera de casa basado en estrategias de marketing y comerciales. (F1, F6, O3)
- Implementar estrategias de posicionamiento como el único *Fast Food* de sopas en Lima. (F6, F1, O5)
- Implementar estrategias de posicionamiento como el único *Fast Food* de comida casera (F8, O2)
- Apertura de tiendas aprovechando la expansión de centros comerciales en Lima (F5, O4)
- Implementar sistema CRM para personalizar la oferta y aprovechar los diferentes segmentos de mercado (F1, O6)

**3.2.4. Debilidades – Oportunidades**

- Contratar a un profesional de la cocina que pueda orientar los esfuerzos de los socios según la dinámica del rubro. (D1, D4, O7)
- Apertura de un restaurante en formato normal especializado en Sopas alrededor de los centros comerciales para satisfacer demanda no atendida. (D2, D4, O4).
- Generar alianzas colaborativas con los proveedores que puedan financiar la apertura del local. (D3, O1, O4)
- Pronosticar la demanda en base a otros indicadores relacionados como el consumo fuera de casa y la preferencia por comidas caseras. (D4, O2, O3)

- Aprovechar el alto tránsito y demanda de consumidores para contrarrestar la falta de ingresos en ciertas horas ya que se depende del horario de atención establecido por el centro comercial. (D2, O4)

### **3.2.2.1.Fortalezas – Amenazas**

- Hacer publicidad que refuerce la promesa de marca “garantizamos insumos naturales” para alejarnos del posicionamiento negativo del *Fast Food*. (F1, F8, A1)
- Diseñar un plan de compras de emergencia con posibles proveedores que puedan satisfacer a Mamá Sopa según lo presupuestado (F4, A2)
- Diseñar estrategia de marketing de defensa de posición ante aparición de competencia en el mercado. (F1, F6, A3)
- Diseñar nuevas ofertas de productos complementarios que refresquen la propuesta de Mamá Sopa (F2, A4)
- Desarrollar estrategias contractuales que defiendan a la empresa ante posibles aumentos de alquiler de locales (F4, A5)
- Desarrollar estrategias de precios para afrontar eventualmente aumentos de impuestos (F4, A6)
- Desarrollar estrategias de endomarketing que refuercen la satisfacción laboral y reduzcan la rotación del personal. (F1, A7)
- Desarrollo de nuevos productos orientados a mantener la demanda en estaciones de calor. (F2, A8)

### **3.2.2.2.Debilidades – Amenazas**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- La existencia de Cajas Municipales y Cooperativas de Ahorro y Crédito ofrecen créditos con muy pocos requisitos. (D3, A5, A6)
- Realizar una planificación tributaria. (D3, D4, A2, A5)
- Contratar un asesor para la administración del restaurante, a fin de gestionar la demanda estacional, competencia, etc. y evitar la alta rotación de personal. (D1, D4, A7)

**3.3. Objetivos.**

- Lograr un alto nivel de satisfacción del cliente que apoye al posicionamiento esperado.
- Posicionarnos como la opción casera y diferente en el rubro *Fast Food*
- Ganar participación de mercado hasta ubicarnos en el *Top 5* de *Fast Food* en Lima Norte.
- Conquistar nuevos mercados en diferentes centros comerciales aprovechando la cantidad y variedad de estos.
- Contribuir con el medioambiente utilizando utensilios biodegradables.

## Capítulo IV

### Estudio de Mercado

#### 4.1. Investigación de mercado

##### 4.1.1. Criterios de segmentación

En el presente trabajo, se han elegido los siguientes criterios de segmentación:

##### **Segmentación Geográfica**

- Se han elegido los distritos de Lima Norte: Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra y San Martín De Porres.

##### **Segmentación Demográfica**

- Edad: Personas adultas, comprendidas entre las edades de 20 a 50 años de edad.
- Género: Se consideran hombres y mujeres.
- Ocupación: Estudiantes y aquellos que forman parte de la Población Económicamente Activa de Lima Norte.

##### **Segmentación Psicográfica**

- **Progresistas:** “Hombres que buscan permanentemente el progreso personal o familiar. Aunque están en todos los NSE, en su mayoría son obreros y empresarios emprendedores (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre en busca de oportunidades. Son extremadamente prácticos y

modernos, tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible.”

(CConsumer, 2017)

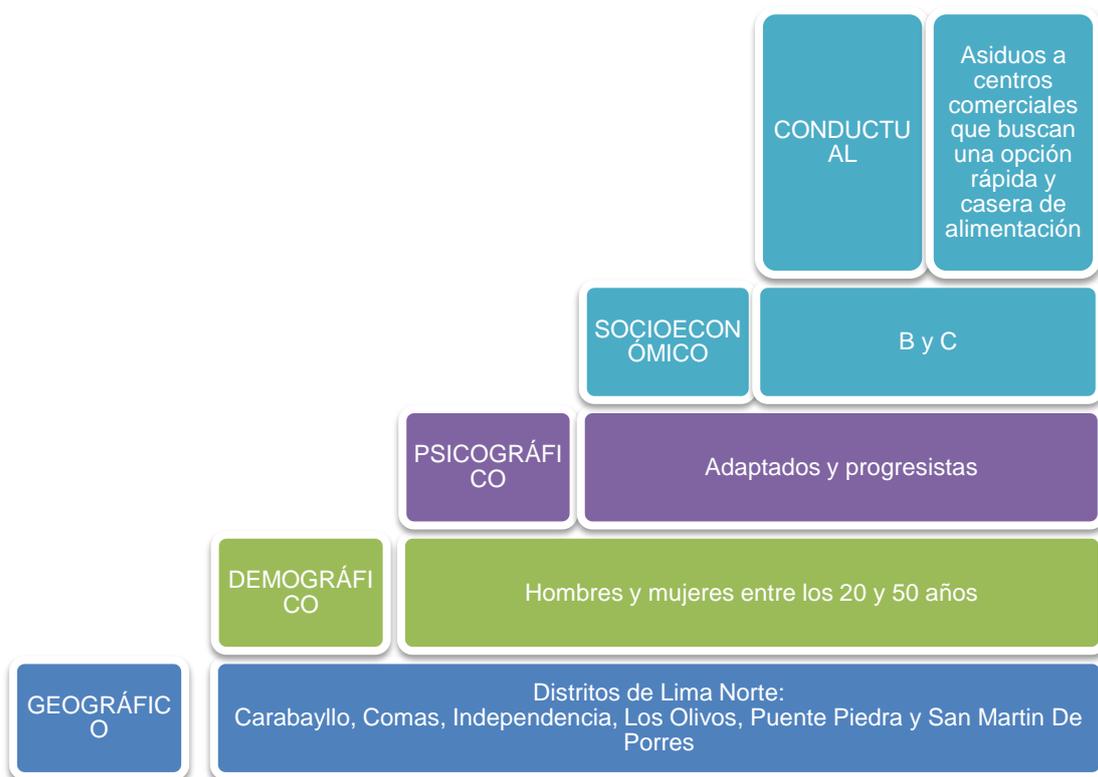
- **Adaptados:** “Hombres trabajadores y orientados a la familia que valoran mucho su estatus social. Admiran a los Afortunados, aunque son mucho más tradicionales que estos. Llegan siempre un "poco tarde" a la adopción de las modas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados de nivel medio, profesores, obreros en actividades independientes de mediano nivel.” (CConsumer, 2017)

### **Segmentación Socioeconómica**

- Niveles B y C.

### **Segmentación Conductual**

- Personas asiduas a centros comerciales que buscan una opción rápida y casera de alimentación.



*Figura 21. Criterios de segmentación de Mamá Sopa*  
Fuente: Elaboración propia

Hombres y mujeres entre los 20 y 50 años de los distritos de Lima Norte<sup>21</sup>, adaptados y progresistas, de los NSE B y C, asiduos a centros comerciales que buscan una opción rápida y casera de alimentación.

#### 4.1.2. Marco muestral

##### 4.1.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra

Para determinar el marco muestral se ha aplicado la siguiente fórmula para determinar el tamaño de una muestra de N conocido, es:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

<sup>21</sup> Ver Anexo 12

Donde:

- 95% nivel de confianza
- 1.96 valor de Z
- 50% probabilidad de éxito (*p*)
- 50% probabilidad de fracaso (*q*)
- 5% Error de muestreo aceptable *e*
- 796,654 Tamaño de población *N*

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 385$$

Interpretando la fórmula y sus variables: Encuestando a 385 personas, el 95% de las veces el dato real que buscamos estará en el intervalo  $\pm 5\%$  respecto al dato que observaremos en la encuesta.

#### 4.1.2.2. Criterios de Segmentación

Para determinar el marco muestral se ha cuantificado de la siguiente manera:

DISTRITO	HABITANTES
CARABAYLLO	313,404
COMAS	507,709
INDEPENDENCIA	207,903
LOS OLIVOS	366,957
PUENTE PIEDRA	372,297
SAN MARTIN DE PORRES	698,735
<b>TOTAL</b>	<b>2,467,005</b>

Figura 22. Población Distritos Lima Norte, 2017  
Fuente: INEI, 2017

**CPPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

DISTRITO	B	C	Total NSE B y C	Población B y C
CARABAYLLO	22.30%	40.50%	62.80%	196,818
COMAS	22.30%	40.50%	62.80%	318,841
INDEPENDENCIA	23.10%	51.50%	74.60%	155,096
LOS OLIVOS	23.10%	51.50%	74.60%	273,750
PUENTE PIEDRA	22.30%	40.50%	62.80%	233,803
SAN MARTIN DE PORRES	23.10%	51.50%	74.60%	521,256
<b>TOTAL</b>				<b>1,699,563</b>

*Figura 23. NSE B y C en Distritos de Lima Norte, 2016*  
Fuente: APEIM, 2016

DISTRITO	20-25	25-30	30-35	35-40	40-45	45-50	Total edad 20-50	Población 20-50
CARABAYLLO	9.44%	8.31%	8.25%	8.07%	6.44%	5.52%	46.03%	90,593
COMAS	9.05%	8.38%	8.48%	8.10%	6.40%	5.56%	45.97%	146,572
INDEPENDENCIA	9.13%	8.20%	8.21%	8.44%	7.13%	5.81%	46.94%	72,796
LOS OLIVOS	10.42%	8.95%	8.22%	7.52%	6.48%	6.20%	47.79%	130,835
PUENTE PIEDRA	10.73%	8.57%	8.05%	7.78%	6.39%	5.52%	47.04%	109,973
SAN MARTIN DE PORRES	9.37%	8.25%	7.98%	7.86%	7.10%	6.61%	47.17%	245,885
<b>TOTAL</b>								<b>796,654</b>

*Figura 24. Población entre 20 y 50 años en Distritos de Lima Norte, 2016*  
Fuente: INEI, 2016

**4.1.3. Entrevistas a profundidad.**

*[Ver fuentes digitales]*

**4.1.4. Focus Group**

*[Ver fuentes digitales]*

**4.1.5. Encuestas**

1. Sexo

Masculino	203	52.7%
Femenino	182	47.3%
	<b>385</b>	<b>100.0%</b>

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2. Edad

20-29	135	35%
30-39	154	40%
40-50	97	25%
	<b>385</b>	<b>100%</b>

3. ¿En qué distrito reside?

Puente Piedra	53	13.80%
Comas	71	18.40%
Carabayllo	44	11.37%
Independencia	35	9.14%
Los Olivos	63	16.42%
San Martín de Porres	119	30.86%
	<b>385</b>	<b>100.00%</b>

4. ¿Acude al Centro Comercial Plaza Lima Norte?

Sí	250	65%
No	135	35%
	<b>385</b>	<b>100%</b>

5. ¿Con qué frecuencia consume alimentos en el patio de comidas de CC Plaza Lima Norte?

Diario	5	2.0%
Interdiario	30	12.1%
Semanal	69	27.5%
Quincenal	47	18.8%
Mensual	50	20.1%
Bimestral	32	12.8%
Nunca	17	6.7%
	<b>250</b>	<b>100.0%</b>

6. ¿Qué tipo de alimentos suele consumir en el patio de comidas del (los) centro (s) comerciales (es) que usted visita?

Pizzas	23	10%
Hamburguesas	29	12.50%
Pollo frito	48	20.50%
Comida criolla	43	18.40%
Comida marina	24	10.40%
Chifa	53	22.50%
Otro	13	5.70%
	<b>233</b>	<b>100%</b>

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

7. ¿Estaría dispuesto a consumir sopa casera en el patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?

Sí	158	67.70%
No	75	32.30%
	<b>233</b>	<b>100%</b>

8. ¿Qué tipo de sopas le gustaría consumir dentro del patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?

<b>Aguadito de pollo</b>	38	16.30%
<b>Caldo de gallina</b>	73	31.30%
Costilla de res	17	7.40%
Menestrón	9	4.00%
Chambar	4	1.70%
<b>Sopa a la minuta</b>	47	20.30%
Sopa de leche	5	2.00%
Sopa de pollo	16	7.00%
Sopa de quinua	8	3.50%
Sopa de trigo	1	0.50%
Sopa wantan	14	6.00%
	<b>233</b>	<b>100%</b>

9. Si eligió sopas con pollo o gallina, ¿Qué presa le gustaría?

Encuentro	24	26.97%
Pecho	30	33.71%
Pierna	35	39.33%
	<b>89</b>	<b>100%</b>

10. ¿Con qué guarnición le gustaría acompañar su sopa?

Arroz blanco	26	11%
Camote sancochado	5	2%
Choclo	35	15%
Huevo sancochado	58	25%
Papa frita	16	7%
Papa sancochada	40	17%
Papa dorado	30	13%
Yuca	23	10%
	<b>233</b>	<b>100%</b>

11. ¿Qué complementos le gustaría para su sopa?

Ají en crema	23	10.00%
Ají picado	5	2.00%
Canchita	96	41.00%
Cebolla china	82	35.00%
Cebolla en cubos	7	3.00%
Cebolla estilo juliana	6	2.50%
Culantro	8	3.50%
Limón en tapas	0	0.00%
Limón en zumo	0	0.00%
Pan petipan	6	2.50%
Rocoto en crema	0	0.00%
Rocoto picado	0	0.00%
Zarza criolla	0	0.00%
	<b>233</b>	<b>100%</b>

Somos la empresa “Mamá Sopa”, estamos incursionando en la elaboración y comercialización de sopas caseras en el Patio de Comidas del CC Plaza Lima Norte.

Ofrecemos 3 tipos de sopas:

- Aguadito de pollo
- Caldo de gallina
- Sopa a la minuta

Además, tenemos 2 combos:

- Presentación de 500 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china

/ cancha serrana

- Presentación de 900 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china

/ cancha serrana

12. ¿Comprarías nuestras sopas dentro del patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?

<b>Sí</b>	163	70%
<b>No</b>	70	30%

<b>233</b>	<b>100%</b>
------------	-------------

13. Indique el combo de su preferencia:

Presentación de 500 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china / cancha serrana	100	61.5%
Presentación de 900 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china / cancha serrana	63	38.5%
	<b>163</b>	<b>100%</b>

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Combo 1: presentación de 500 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china / cancha serrana?

S/ 11.00 a S/ 13.00	36	35.4%
S/ 14.00 a S/ 16.00	39	39.0%
S/ 17.00 a S/ 19.00	26	25.6%
	<b>100</b>	<b>100%</b>

15. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Combo 2: presentación de 900 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china / cancha serrana?

S/ 16.00 a S/ 18.00	25	39.9%
S/ 19.00 a S/ 21.00	24	37.5%
S/ 22.00 a S/ 23.00	14	22.6%
	<b>63</b>	<b>100%</b>

16. ¿En qué época del año consumiría sopa dentro del patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?

Verano	9	15%
Otoño	16	25%
Primavera	22	35%
Invierno	16	25%
	<b>63</b>	<b>100%</b>

17. ¿Con qué frecuencia consumiría sopa dentro del patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Semanal	14	22.0%
Quincenal	14	23.0%
Mensual	22	35.0%
Bimestral	13	20.0%
	63	100%

18. ¿Qué beneficios usted considera al elegir una sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial?

Bajo precio	12.1%
Rapidez	16.5%
Sabor casero	37.6%
Saludable	27.6%
Cantidad	6.2%
	<b>100%</b>

19. ¿Cuáles son los beneficios que usted considera que le brinda un plato de sopa?

Vitaminas y nutrientes	23.38%
Fácil digestión	31.00%
Hidratación	10.60%
Bajo aporte calórico	12.40%
Cuidar la salud	22.62%
	<b>100%</b>

20. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de esta nueva cadena de restaurantes?

Correo electrónico	10%
Páginas web	7%
Panel publicitario	20%
Radio y televisión	15%
Redes sociales	35%
Volantes	13%
	<b>100%</b>

**Conclusiones de la encuesta**

En cuanto al género, se puede apreciar una mayoría femenina: 52.9%, frente a unos 47.1% masculino.

Asimismo, podemos observar una afuente concurrencia de público al Centro Comercial Plaza Lima Norte: 65%; de los cuales solo el 6.7% no consume alimentos en el patio de comidas del Centro Comercial.

Se puede apreciar, también, que el 67.7% está dispuesto a consumir sopa casera en el patio de comidas del Centro Comercial.

Las sopas de mayor preferencia son: Caldo de gallina, con 31.3%; Sopa a la minuta, con 20.3%; y Aguadito de pollo, con 16.3%.

Los encuestados indicaron su preferencia de guarniciones: Huevo sancochado, con 25%; Papa sancochada, con 17%; y Choclo sancochado, con 15%.

El 70% de los encuestados que consumen alimentos en el patio de comidas, estarían dispuestos a comprar nuestras sopas. De los cuales, el 61.5% indicaron su preferencia por el combo: Presentación de 500 ml + bebida (chicha o gaseosa) + ají / limón / cebollita china / cancha serrana; por el que estarían dispuestos a pagar entre S/ 14.00 y S/ 16.00.

La frecuencia de consumo de nuestra sopa sería mensual, 35.0%.

El medio preferido por los encuestados para conocer nuestra propuesta es por Redes Sociales (39.49%), seguido por Páginas web (19.72%).

## **4.2. Demanda y oferta**

### **4.2.1. Estimación del mercado potencial.**

El mercado potencial se refiere al total de la población que podrían estar dispuestos a la compra de la sopa, tomando en cuenta el tamaño de la población del segmento al cual nos orientamos.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Como hemos mencionado en el marco muestral, los NSE escogidos fueron B y C y el rango de edad 20 a 50 años, en 6 distritos de Lima Norte: Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra y San Martín De Porres.

En el caso del mercado potencial, se procedió a tomar en cuenta las proyecciones poblacionales del INEI 2017- 2022. Según estudios de APEIM, el NSE “B y C” para el segmento de mujeres y hombres, en los rangos de edades, ello tomado de la población total, así obtenemos el Mercado Potencial para nuestro horizonte de 5 años.

El horizonte de evaluación es de 4 años del año 2018 al 2021, siendo el año cero el 2017. Los % de los criterios de segmentación también se obtienen del APEIM e INEI.

DISTRITO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
CARABAYLLO	313,404	324,936	336,789	348,899	361,300	373,993
COMAS	507,709	508,236	508,630	508,791	508,765	508,550
INDEPENDENCIA	207,903	207,246	206,533	205,722	204,831	203,860
LOS OLIVOS	366,957	371,341	375,722	380,026	384,289	388,510
PUENTE PIEDRA	372,297	388,934	406,113	423,761	441,918	460,585
SAN MARTIN DE PORRES	698,735	710,517	722,379	734,179	745,986	757,800
	<b>2,467,005</b>	<b>2,511,210</b>	<b>2,556,166</b>	<b>2,601,378</b>	<b>2,647,089</b>	<b>2,693,298</b>

Figura 25. Proyección poblacional en Distritos Lima Norte, 2017- 2022  
Fuente: INEI, 2017

DISTRITO	NSE			Edad						Total
	B	C	Total	20-25	25-30	30-35	35-40	40-45	45-50	
CARABAYLLO	22.30%	40.50%	62.80%	9.44%	8.31%	8.25%	8.07%	6.44%	5.52%	46.03%
COMAS	22.30%	40.50%	62.80%	9.05%	8.38%	8.48%	8.10%	6.40%	5.56%	45.97%
INDEPENDENCIA	23.10%	51.50%	74.60%	9.13%	8.20%	8.21%	8.44%	7.13%	5.81%	46.94%
LOS OLIVOS	23.10%	51.50%	74.60%	10.42%	8.95%	8.22%	7.52%	6.48%	6.20%	47.79%
PUENTE PIEDRA	22.30%	40.50%	62.80%	10.73%	8.57%	8.05%	7.78%	6.39%	5.52%	47.04%
SAN MARTIN DE PORRES	23.10%	51.50%	74.60%	9.37%	8.25%	7.98%	7.86%	7.10%	6.61%	47.17%

Figura 26. NSE y Rango 20-50 años de Distritos de Lima Norte  
Fuente: APEIM – INEI, 2016

El mercado potencial se obtiene de la siguiente ecuación:

$$\text{Mercado Potencial} = \text{Población proyectada} \times \text{NSE (\%)} \times \text{Edad (\%)}$$

<b>DISTRITO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
CARABAYLLO	93,926	97,353	100,853	104,438	108,107
COMAS	146,724	146,838	146,884	146,877	146,815
INDEPENDENCIA	72,566	72,316	72,032	71,720	71,380
LOS OLIVOS	132,398	133,960	135,495	137,015	138,520
PUENTE PIEDRA	114,887	119,962	125,175	130,538	136,052
SAN MARTIN DE PORRES	250,031	254,206	258,358	262,513	266,670
<b>Mercado Potencial en personas</b>	<b>810,533</b>	<b>824,634</b>	<b>838,797</b>	<b>853,101</b>	<b>867,544</b>

*Figura 27. Mercado Potencial en Distritos de Lima Norte*

Fuente: Elaboración propia

El mercado potencial está expresado en número de personas.

En el año 2018 el mercado potencial asciende a 810,533 personas.

En el año 2019 el mercado potencial asciende a 824,634 personas.

En el año 2020 el mercado potencial asciende a 838,797 personas.

En el año 2021 el mercado potencial asciende a 853,101 personas.

En el año 2022 el mercado potencial asciende a 867,544 personas.

#### **4.2.2. Estimación del mercado disponible.**

Para el cálculo del mercado disponible se requirió tres preguntas filtro:

4. *¿Acude al centro comercial Lima Plaza norte?*

El porcentaje de respuestas positivas a esta pregunta fue el 65%

5. *¿Con que frecuencia consume alimentos en el patio de comidas de Lima plaza Norte?*

El porcentaje de respuestas positivas a esta pregunta fue el 93%

7. *¿Estaría dispuesto a consumir sopa casera en el patio de comidas?*

El porcentaje de respuestas positivas a esta pregunta fue el 67.7%

**CPPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Luego se procede a hallar el mercado disponible multiplicando el mercado potencial resultante por el factor disponible (41%).

**Mercado disponible proyectado**

<b>Distrito</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Puente de Piedra	47,169	49,252	51,393	53,595	55,858
Comas	60,240	60,287	60,306	60,303	60,277
carabaylo	38,563	39,970	41,407	42,879	44,385
Independencia	29,793	29,691	29,574	29,446	29,306
Los Olivos	54,358	55,000	55,630	56,254	56,872
San Martin de Porres	102,654	104,368	106,073	107,779	109,486
<b>Mercado Disponible en personas</b>	<b>332,778</b>	<b>338,567</b>	<b>344,382</b>	<b>350,255</b>	<b>356,185</b>

Fuente: Elaboración propia

El mercado disponible está expresado en número de personas.

En el año 2018 el mercado potencial asciende a 332,778 personas.

En el año 2019 el mercado potencial asciende a 338,567 personas.

En el año 2020 el mercado potencial asciende a 344,382 personas.

En el año 2021 el mercado potencial asciende a 350,255 personas.

En el año 2022 el mercado potencial asciende a 356,185 personas.

#### **4.2.3. Estimación del mercado efectivo**

Para el cálculo del mercado efectivo debemos considerar la probabilidad de compra y la discriminación de precios.

Para poder estimar el Mercado Efectivo, se hicieron las siguientes preguntas de la sección 2 Validación del Producto.

*12. ¿Compraría nuestras sopas dentro del patio de comidas del CC Plaza Lima Norte?*

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Respuestas positivas a esta pregunta: 70.00%

**11. ¿Compraría nuestras sopas dentro del food court de Plaza Lima norte?**

	%
Si	70.00%
No	30.00%

Factor disposición de compra	70%
------------------------------	-----

Factor mercado efectivo general	70%
---------------------------------	-----

Distrito	2018	2019	2020	2021	2022
Puente de Piedra	33,018	34,477	35,975	37,516	39,101
Comas	42,168	42,201	42,214	42,212	42,194
carabayllo	26,994	27,979	28,985	30,015	31,070
Independencia	20,855	20,783	20,702	20,612	20,514
Los Olivos	38,051	38,500	38,941	39,378	39,810
San Martín de Porres	71,858	73,058	74,251	75,445	76,640
<b>Mercado Efectivo general en personas</b>	<b>232,945</b>	<b>236,997</b>	<b>241,068</b>	<b>245,178</b>	<b>249,329</b>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro resumen	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Efectivo personas que prefieren combo 1	55,890	56,862	57,839	58,825	59,821
Mercado Efectivo personas que prefieren combo 2	33,614	34,199	34,786	35,379	35,978
<b>Total mercado efectivo</b>	<b>89,504</b>	<b>91,061</b>	<b>92,625</b>	<b>94,204</b>	<b>95,799</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.2.4. Estimación del mercado objetivo**

Utilizaremos la metodología de Pareto para establecer la tasa del mercado objetivo del primer año.

Pareto establece que el 80% del mercado ya estaría copado por productos sustitutos y del 20% restante cogemos el 25%.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tasa de mercado objetivo 2018 (25%\*20%) = 5%

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Mercado Potencial en personas</b>	<b>810,533</b>	<b>824,634</b>	<b>838,797</b>	<b>853,101</b>	<b>867,544</b>
<b>Tasas de crecimiento</b>		<b>1.74%</b>	<b>1.72%</b>	<b>1.71%</b>	<b>1.69%</b>
<b>Tasa de crecimiento promedio</b>	<b>1.71%</b>				
<b>Crecimiento del mercado objetivo(50% del crecimiento promedio)</b>	<b>0.86%</b>				

Fuente: Elaboración propia

Tasa de crecimiento promedio del mercado potencial = 1.71%

Total crecimiento tasa mercado objetivo (50% del crecimiento del mercado potencial):

(1.71% x 50%) = 0.8569364%.

La tasa de mercado objetivo crecerá aritméticamente.

Con estos resultados procedemos a hallar el mercado objetivo multiplicando el mercado efectivo por las tasas del mercado objetivo, como se muestra en la tabla de proyección de mercado objetivo por año.

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Tasas de mercado objetivo</b>	<b>5.00%</b>	<b>5.86%</b>	<b>6.71%</b>	<b>7.57%</b>	<b>8.43%</b>

	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado Objetivo personas que prefieren combo 1	2,794	3,330	3,883	4,454	5,042
Mercado Objetivo personas que prefieren combo 2	1,681	2,003	2,335	2,678	3,032
<b>Mercado objetivo en personas</b>	<b>4,475</b>	<b>5,333</b>	<b>6,219</b>	<b>7,132</b>	<b>8,074</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.5. Frecuencia de compra

Para validar nuestra frecuencia de compra de sopas primero hemos calculado la frecuencia de las personas que consumirían sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial.

<b>16. Con qué frecuencia consumiría sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial?</b>	<b>%</b>	<b>Veces al año</b>	<b>Ponderado</b>	
Semanal	22%	52	11.44	
Quincenal	23%	24	5.52	
Mensual	35%	12	4.20	
Bimestral	20%	6	1.20	
	<b>100%</b>		<b>22.3600</b>	<b>veces al año</b>

Fuente: Elaboración propia

La frecuencia de consumo de sopas es 22.36 veces al año

#### 4.2.6. Cuantificación anual de la demanda

Para hallar la demanda anual multiplicamos el mercado objetivo por la frecuencia de compra de la validación del consumo de sopas.

Mercado objetivo \* 22.36

### Cuantificación anual de la demanda

#### DEMANDA DE PRODUCTO POR AÑO =

	2018	2019	2020	2021	2022
Combo 1( presentación de 500 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ aji/limón/ cebollita china/ cancha serrana)	62,485	74,467	86,829	99,581	112,729
Combo 2( presentación de 900 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ aji/limón/ cebollita china/ cancha serrana)	37,580	44,787	52,222	59,891	67,799
<b>Total combos Demandados</b>	<b>100,065</b>	<b>119,254</b>	<b>139,051</b>	<b>159,472</b>	<b>180,528</b>

Fuente: Elaboración propia

En base al marco muestral identificamos los tipos de sopas a vender:

**8. Qué tipo de sopas le gustaría consumir dentro del patio de comidas del centro comercial?**

	Resultados de la encuesta	Redistribucion
Aguadito de pollo	16.3%	24.01%
Caldo de gallina	31.3%	46.10%
Sopa a la minuta	20.3%	29.90%
	<b>68%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia

En base a los Combos demandados redistribuimos las sopas que les gustaría consumir.

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 1( presentación de 500 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ ají/limón/ cebollita china/ cancha serrana)</b>	<b>62,485</b>	<b>74,467</b>	<b>86,829</b>	<b>99,581</b>	<b>112,729</b>
Aguadito de pollo	15000	17877	20844	23905	27062
Caldo de gallina	28804	34327	40026	45904	51965
Sopa a la minuta	18681	22263	25959	29772	33703

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 2( presentación de 900 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ ají/limón/ cebollita china/ cancha serrana)</b>	<b>37,580</b>	<b>44,787</b>	<b>52,222</b>	<b>59,891</b>	<b>67,799</b>
Aguadito de pollo	9021	10752	12536	14377	16276
Caldo de gallina	17323	20646	24073	27608	31253
Sopa a la minuta	11235	13390	15613	17906	20270

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.7. Estacionalidad

Del análisis de las Encuestas y *Focus Group* se ha determinado que la época en la que habría más consumo de sopas sería en invierno, seguido de otoño y primavera.

**15. En qué época del año consumiría sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial?**

	Total
a) Enero- Marzo( verano)	15%
b) Abril- Junio(Otoño)	25%
c) Julio- Setiembre( Invierno)	35%
d) Octubre-Diciembre(Primavera)	25%
	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

En el primer trimestre del 2018 se castigará el 30% debido a que recién el negocio está comenzando y es incierto, también castigaremos el 15% del segundo trimestre; a partir del segundo año el comportamiento es normal.

Año	Enero-marzo	abril junio	Julio-setiembre	octubre-diciembre	Total
2,018	10.5%	21.3%	35.00%	25.00%	92%
2,019	15.00%	25.00%	35.00%	25.00%	100%
2,020	15.00%	25.00%	35.00%	25.00%	100%
2,021	15.00%	25.00%	35.00%	25.00%	100%
2,022	15.00%	25.00%	35.00%	25.00%	100%

Fuente: Elaboración propia

Redistribución de la estacionalidad en forma mensual.

	Estacionalidad 2018		Estacionalidad 2019-2022
Enero	2.5%	Enero	4.0%
Febrero	3.5%	Febrero	5.0%
Marzo	4.5%	Marzo	6.0%
Abril	7.1%	Abril	8.3%
Mayo	8.1%	Mayo	9.3%
Junio	6.08%	Junio	7.3%
Julio	10.7%	Julio	10.7%
Agosto	12.7%	Agosto	12.7%
Septiembre	11.7%	Septiembre	11.7%
Octubre	7.3%	Octubre	7.3%
Noviembre	8.3%	Noviembre	8.3%
Diciembre	9.3%	Diciembre	9.3%
<b>Total 2018</b>	<b>91.8%</b>	<b>Total 2019-2022</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado**

Proyectamos el Programa de ventas en unidades y valorizado, en base a la cuantificación de la demanda de sopas por Combo multiplicándola por la estacionalidad mensual.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Estacionalidad 2018	Combo 1			Combo 2			Total	
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta		
Enero	2.500%	375	720	467	226	433	281	2,502
Febrero	3.500%	525	1,008	654	316	606	393	3,502
Marzo	4.500%	675	1,296	841	406	780	506	4,503
Abril	7.083%	1,063	2,040	1,323	639	1,227	796	7,088
Mayo	8.083%	1,213	2,328	1,510	729	1,400	908	8,089
Junio	6.083%	913	1,752	1,136	549	1,054	683	6,087
Julio	10.667%	1,600	3,072	1,993	962	1,848	1,198	10,674
Agosto	12.667%	1,900	3,648	2,366	1,143	2,194	1,423	12,675
Septiembre	11.667%	1,750	3,360	2,179	1,053	2,021	1,311	11,674
Octubre	7.333%	1,100	2,112	1,370	662	1,270	824	7,338
Noviembre	8.333%	1,250	2,400	1,557	752	1,444	936	8,339
Diciembre	9.333%	1,400	2,688	1,744	842	1,617	1,049	9,339
<b>Total</b>	<b>91.750%</b>	<b>13,763</b>	<b>26,427</b>	<b>17,140</b>	<b>8,277</b>	<b>15,894</b>	<b>10,308</b>	<b>91,810</b>

Figura 28. Programa de ventas, Estacionalidad 2018  
Fuente: Elaboración propia

Estacionalidad 2019	Combo 1			Combo 2			Total	
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta		
Enero	4.0%	715	1,373	891	430	826	536	4,770
Febrero	5.0%	894	1,716	1,113	538	1,032	669	5,963
Marzo	6.0%	1,073	2,060	1,336	645	1,239	803	7,155
Abril	8.3%	1,490	2,861	1,855	896	1,720	1,116	9,938
Mayo	9.3%	1,668	3,204	2,078	1,003	1,927	1,250	11,130
Junio	7.3%	1,311	2,517	1,633	788	1,514	982	8,745
Julio	10.7%	1,907	3,662	2,375	1,147	2,202	1,428	12,720
Agosto	12.7%	2,264	4,348	2,820	1,362	2,615	1,696	15,106
Septiembre	11.7%	2,086	4,005	2,597	1,254	2,409	1,562	13,913
Octubre	7.3%	1,311	2,517	1,633	788	1,514	982	8,745
Noviembre	8.3%	1,490	2,861	1,855	896	1,720	1,116	9,938
Diciembre	9.3%	1,668	3,204	2,078	1,003	1,927	1,250	11,130
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>17,877</b>	<b>34,327</b>	<b>22,263</b>	<b>10,752</b>	<b>20,646</b>	<b>13,390</b>	<b>119,254</b>

Figura 29. Programa de ventas, Estacionalidad 2019  
Fuente: Elaboración propia

Estacionalidad 2020	Combo 1			Combo 2			Total	
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta		
Enero	4.0%	834	1,601	1,038	501	963	625	5,562
Febrero	5.0%	1,042	2,001	1,298	627	1,204	781	6,953
Marzo	6.0%	1,251	2,402	1,558	752	1,444	937	8,343
Abril	8.3%	1,737	3,335	2,163	1,045	2,006	1,301	11,588
Mayo	9.3%	1,945	3,736	2,423	1,170	2,247	1,457	12,978
Junio	7.3%	1,529	2,935	1,904	919	1,765	1,145	10,197
Julio	10.7%	2,223	4,269	2,769	1,337	2,568	1,665	14,832
Agosto	12.7%	2,640	5,070	3,288	1,588	3,049	1,978	17,613
Septiembre	11.7%	2,432	4,670	3,029	1,463	2,808	1,821	16,223
Octubre	7.3%	1,529	2,935	1,904	919	1,765	1,145	10,197
Noviembre	8.3%	1,737	3,335	2,163	1,045	2,006	1,301	11,588
Diciembre	9.3%	1,945	3,736	2,423	1,170	2,247	1,457	12,978
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>20,844</b>	<b>40,026</b>	<b>25,959</b>	<b>12,536</b>	<b>24,073</b>	<b>15,613</b>	<b>139,051</b>

Figura 30. Programa de ventas, Estacionalidad 2020  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

	Estacionalidad 2021	Combo 1			Combo 2			Total
		Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	
Enero	4.0%	956	1,836	1,191	575	1,104	716	6,379
Febrero	5.0%	1,195	2,295	1,489	719	1,380	895	7,974
Marzo	6.0%	1,434	2,754	1,786	863	1,656	1,074	9,568
Abril	8.3%	1,992	3,825	2,481	1,198	2,301	1,492	13,289
Mayo	9.3%	2,231	4,284	2,779	1,342	2,577	1,671	14,884
Junio	7.3%	1,753	3,366	2,183	1,054	2,025	1,313	11,695
Julio	10.7%	2,550	4,896	3,176	1,534	2,945	1,910	17,010
Agosto	12.7%	3,028	5,815	3,771	1,821	3,497	2,268	20,200
Septiembre	11.7%	2,789	5,355	3,473	1,677	3,221	2,089	18,605
Octubre	7.3%	1,753	3,366	2,183	1,054	2,025	1,313	11,695
Noviembre	8.3%	1,992	3,825	2,481	1,198	2,301	1,492	13,289
Diciembre	9.3%	2,231	4,284	2,779	1,342	2,577	1,671	14,884
<b>Total</b>	<b>100.000%</b>	<b>23,905</b>	<b>45,904</b>	<b>29,772</b>	<b>14,377</b>	<b>27,608</b>	<b>17,906</b>	<b>159,472</b>

*Figura 31. Programa de ventas, Estacionalidad 2021*

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla el resumen del consumo de las sopas por año incluidos en el

**Combo 1 y 2**

Resumen anual	2018	2019	2020	2021	2022
Aguadito de pollo	13,763	17,877	20,844	23,905	27,062
Caldo de gallina	26,427	34,327	40,026	45,904	51,965
Sopa a la minuta	17,140	22,263	25,959	29,772	33,703
<b>Combo 1( presentación de 500 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ ají/limón/ cebollita china/ cancha serrana)</b>	<b>57,330</b>	<b>74,467</b>	<b>86,829</b>	<b>99,581</b>	<b>112,729</b>
Aguadito de pollo	8,277	10752	12536	14377	16276
Caldo de gallina	15,894	20646	24073	27608	31253
Sopa a la minuta	10,308	13390	15613	17906	20270
<b>Combo 2( presentación de 900 ml + bebida(chicha o gaseosa)+ ají/limón/ cebollita china/ cancha serrana)</b>	<b>34,480</b>	<b>44,787</b>	<b>52,222</b>	<b>59,891</b>	<b>67,799</b>
<b>Total combos a vender</b>	<b>91,810</b>	<b>119,254</b>	<b>139,051</b>	<b>159,472</b>	<b>180,528</b>

*Figura 32. Consumo anual de sopas, Combo 1 y Combo 2 (En Unidades Físicas)*

Fuente: Elaboración propia

Precio propuesto combo 1	S/. 14.00
Precio propuesto combo 2	S/. 20.00

Unico canal de distribución Plaza Lima Norte

Precio promedio sugerido al público(combo 1)	S/. 14.00
Valor venta unitario	S/. 11.86

Precio promedio sugerido al público(combo 2)	S/. 20.00
Valor venta unitario	S/. 16.95

*Figura 33. Presupuesto de Ingresos*

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

El Presupuesto de Ingresos lo hallamos multiplicando el Programa de ventas en unidades por el valor de venta unitario.

2018	Combo 1			Combo 2			Total
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	
Enero	S/. 4,449.17	S/. 8,543.50	S/. 5,540.99	S/. 3,822.67	S/. 7,340.46	S/. 4,760.74	S/. 34,457.53
Febrero	S/. 6,228.84	S/. 11,960.90	S/. 7,757.39	S/. 5,351.73	S/. 10,276.64	S/. 6,665.04	S/. 48,240.55
Marzo	S/. 8,008.51	S/. 15,378.30	S/. 9,973.79	S/. 6,880.80	S/. 13,212.83	S/. 8,569.34	S/. 62,023.56
Abril	S/. 12,605.99	S/. 24,206.58	S/. 15,699.48	S/. 10,830.89	S/. 20,797.97	S/. 13,488.78	S/. 97,629.68
Mayo	S/. 14,385.65	S/. 27,623.98	S/. 17,915.88	S/. 12,359.96	S/. 23,734.15	S/. 15,393.08	S/. 111,412.70
Junio	S/. 10,826.32	S/. 20,789.18	S/. 13,483.08	S/. 9,301.82	S/. 17,861.78	S/. 11,584.48	S/. 83,846.67
Julio	S/. 18,983.13	S/. 36,452.27	S/. 23,641.57	S/. 16,310.05	S/. 31,319.29	S/. 20,312.51	S/. 147,018.82
Agosto	S/. 22,542.47	S/. 43,287.07	S/. 28,074.36	S/. 19,368.18	S/. 37,191.66	S/. 24,121.11	S/. 174,584.84
Septiembre	S/. 20,762.80	S/. 39,869.67	S/. 25,857.96	S/. 17,839.11	S/. 34,255.47	S/. 22,216.81	S/. 160,801.83
Octubre	S/. 13,050.90	S/. 25,060.93	S/. 16,253.58	S/. 11,213.16	S/. 21,532.01	S/. 13,964.85	S/. 101,075.44
Noviembre	S/. 14,830.57	S/. 28,478.34	S/. 18,469.97	S/. 12,742.22	S/. 24,468.20	S/. 15,869.15	S/. 114,858.45
Diciembre	S/. 16,610.24	S/. 31,895.74	S/. 20,686.37	S/. 14,271.29	S/. 27,404.38	S/. 17,773.45	S/. 128,641.46
<b>Total valor de ventas</b>	<b>S/. 163,284.58</b>	<b>S/. 313,546.47</b>	<b>S/. 203,354.42</b>	<b>S/. 140,291.88</b>	<b>S/. 269,394.84</b>	<b>S/. 174,719.34</b>	<b>S/. 1,264,591.53</b>
Igv	S/. 29,391.22	S/. 56,438.36	S/. 36,603.80	S/. 25,252.54	S/. 48,491.07	S/. 31,449.48	S/. 227,626.47
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 192,675.81</b>	<b>S/. 369,984.83</b>	<b>S/. 239,958.21</b>	<b>S/. 165,544.42</b>	<b>S/. 317,885.91</b>	<b>S/. 206,168.82</b>	<b>S/. 1,492,218.00</b>

Figura 34. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2018

Fuente: Elaboración propia

2019	Combo 1			Combo 2			Total
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	
Enero	S/. 8,483.80	S/. 16,290.97	S/. 10,565.71	S/. 7,289.16	S/. 13,996.98	S/. 9,077.91	S/. 65,704.52
Febrero	S/. 10,604.74	S/. 20,363.71	S/. 13,207.14	S/. 9,111.45	S/. 17,496.22	S/. 11,347.39	S/. 82,130.65
Marzo	S/. 12,725.69	S/. 24,436.45	S/. 15,848.56	S/. 10,933.74	S/. 20,995.47	S/. 13,616.87	S/. 98,556.79
Abril	S/. 17,674.57	S/. 33,939.52	S/. 22,011.89	S/. 15,185.75	S/. 29,160.37	S/. 18,912.32	S/. 136,884.42
Mayo	S/. 19,795.52	S/. 38,012.26	S/. 24,653.32	S/. 17,008.04	S/. 32,659.61	S/. 21,181.80	S/. 153,310.56
Junio	S/. 15,553.62	S/. 29,866.78	S/. 19,370.47	S/. 13,363.46	S/. 25,661.13	S/. 16,642.84	S/. 120,458.29
Julio	S/. 22,623.45	S/. 43,442.58	S/. 28,175.22	S/. 19,437.76	S/. 37,325.27	S/. 24,207.77	S/. 175,212.06
Agosto	S/. 26,865.35	S/. 51,588.07	S/. 33,458.08	S/. 23,082.34	S/. 44,323.76	S/. 28,746.72	S/. 208,064.32
Septiembre	S/. 24,744.40	S/. 47,515.33	S/. 30,816.65	S/. 21,260.05	S/. 40,824.52	S/. 26,477.24	S/. 191,638.19
Octubre	S/. 15,553.62	S/. 29,866.78	S/. 19,370.47	S/. 13,363.46	S/. 25,661.13	S/. 16,642.84	S/. 120,458.29
Noviembre	S/. 17,674.57	S/. 33,939.52	S/. 22,011.89	S/. 15,185.75	S/. 29,160.37	S/. 18,912.32	S/. 136,884.42
Diciembre	S/. 19,795.52	S/. 38,012.26	S/. 24,653.32	S/. 17,008.04	S/. 32,659.61	S/. 21,181.80	S/. 153,310.56
<b>Total valor de ventas</b>	<b>S/. 212,094.88</b>	<b>S/. 407,274.23</b>	<b>S/. 264,142.71</b>	<b>S/. 182,229.02</b>	<b>S/. 349,924.45</b>	<b>S/. 226,947.80</b>	<b>S/. 1,642,613.09</b>
Igv	S/. 38,177.08	S/. 73,309.36	S/. 47,545.69	S/. 32,801.22	S/. 62,986.40	S/. 40,850.60	S/. 295,670.36
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 250,271.96</b>	<b>S/. 480,583.59</b>	<b>S/. 311,688.40</b>	<b>S/. 215,030.25</b>	<b>S/. 412,910.85</b>	<b>S/. 267,798.41</b>	<b>S/. 1,938,283.45</b>

Figura 35. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2019

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2020	Combo 1			Combo 2			Total
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	
Enero	S/. 9,892.10	S/. 18,995.26	S/. 12,319.61	S/. 8,499.16	S/. 16,320.47	S/. 10,584.84	S/. 76,611.42
Febrero	S/. 12,365.12	S/. 23,744.07	S/. 15,399.51	S/. 10,623.95	S/. 20,400.58	S/. 13,231.05	S/. 95,764.28
Marzo	S/. 14,838.15	S/. 28,492.89	S/. 18,479.41	S/. 12,748.73	S/. 24,480.70	S/. 15,877.26	S/. 114,917.14
Abril	S/. 20,608.54	S/. 39,573.45	S/. 25,665.85	S/. 17,706.58	S/. 34,000.97	S/. 22,051.75	S/. 159,607.13
Mayo	S/. 23,081.56	S/. 44,322.27	S/. 28,745.75	S/. 19,831.36	S/. 38,081.09	S/. 24,697.96	S/. 178,759.99
Junio	S/. 18,135.51	S/. 34,824.64	S/. 22,585.95	S/. 15,581.79	S/. 29,920.85	S/. 19,405.54	S/. 140,454.28
Julio	S/. 26,378.93	S/. 50,654.02	S/. 32,852.29	S/. 22,664.42	S/. 43,521.24	S/. 28,226.24	S/. 204,297.13
Agosto	S/. 31,324.98	S/. 60,151.65	S/. 39,012.09	S/. 26,913.99	S/. 51,681.47	S/. 33,518.66	S/. 242,602.84
Septiembre	S/. 28,851.96	S/. 55,402.83	S/. 35,932.19	S/. 24,789.21	S/. 47,601.36	S/. 30,872.45	S/. 223,449.99
Octubre	S/. 18,135.51	S/. 34,824.64	S/. 22,585.95	S/. 15,581.79	S/. 29,920.85	S/. 19,405.54	S/. 140,454.28
Noviembre	S/. 20,608.54	S/. 39,573.45	S/. 25,665.85	S/. 17,706.58	S/. 34,000.97	S/. 22,051.75	S/. 159,607.13
Diciembre	S/. 23,081.56	S/. 44,322.27	S/. 28,745.75	S/. 19,831.36	S/. 38,081.09	S/. 24,697.96	S/. 178,759.99
<b>Total valor de ventas</b>	<b>S/. 247,302.47</b>	<b>S/. 474,881.43</b>	<b>S/. 307,990.19</b>	<b>S/. 212,478.90</b>	<b>S/. 408,011.63</b>	<b>S/. 264,620.96</b>	<b>S/. 1,915,285.60</b>
Igv	S/. 44,514.44	S/. 85,478.66	S/. 55,438.24	S/. 38,246.20	S/. 73,442.09	S/. 47,631.77	S/. 344,751.41
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 291,816.92</b>	<b>S/. 560,360.09</b>	<b>S/. 363,428.43</b>	<b>S/. 250,725.10</b>	<b>S/. 481,453.73</b>	<b>S/. 312,252.74</b>	<b>S/. 2,260,037.01</b>

*Figura 36. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2020*

Fuente: Elaboración propia

2021	Combo 1			Combo 2			Total
	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	Aguadito de pollo	Caldo de gallina	Sopa a la minuta	
Enero	S/. 11,344.91	S/. 21,785.00	S/. 14,128.93	S/. 9,747.39	S/. 18,717.38	S/. 12,139.39	S/. 87,862.99
Febrero	S/. 14,181.13	S/. 27,231.25	S/. 17,661.17	S/. 12,184.24	S/. 23,396.72	S/. 15,174.23	S/. 109,828.74
Marzo	S/. 17,017.36	S/. 32,677.51	S/. 21,193.40	S/. 14,621.08	S/. 28,076.07	S/. 18,209.08	S/. 131,794.49
Abril	S/. 23,635.22	S/. 45,385.42	S/. 29,435.28	S/. 20,307.06	S/. 38,994.54	S/. 25,290.39	S/. 183,047.90
Mayo	S/. 26,471.45	S/. 50,831.68	S/. 32,967.51	S/. 22,743.91	S/. 43,673.88	S/. 28,325.23	S/. 205,013.65
Junio	S/. 20,798.99	S/. 39,939.17	S/. 25,903.04	S/. 17,870.21	S/. 34,315.19	S/. 22,255.54	S/. 161,082.15
Julio	S/. 30,253.08	S/. 58,093.34	S/. 37,677.15	S/. 25,993.04	S/. 49,913.01	S/. 32,371.69	S/. 234,301.31
Agosto	S/. 35,925.54	S/. 68,985.85	S/. 44,741.62	S/. 30,866.73	S/. 59,271.69	S/. 38,441.39	S/. 278,232.81
Septiembre	S/. 33,089.31	S/. 63,539.59	S/. 41,209.39	S/. 28,429.88	S/. 54,592.35	S/. 35,406.54	S/. 256,267.06
Octubre	S/. 20,798.99	S/. 39,939.17	S/. 25,903.04	S/. 17,870.21	S/. 34,315.19	S/. 22,255.54	S/. 161,082.15
Noviembre	S/. 23,635.22	S/. 45,385.42	S/. 29,435.28	S/. 20,307.06	S/. 38,994.54	S/. 25,290.39	S/. 183,047.90
Diciembre	S/. 26,471.45	S/. 50,831.68	S/. 32,967.51	S/. 22,743.91	S/. 43,673.88	S/. 28,325.23	S/. 205,013.65
<b>Total valor de ventas</b>	<b>S/. 283,622.65</b>	<b>S/. 544,625.09</b>	<b>S/. 353,223.30</b>	<b>S/. 243,684.71</b>	<b>S/. 467,934.43</b>	<b>S/. 303,484.63</b>	<b>S/. 2,196,574.82</b>
Igv	S/. 51,052.08	S/. 98,032.52	S/. 63,580.19	S/. 43,863.25	S/. 84,228.20	S/. 54,627.23	S/. 395,383.47
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 334,674.73</b>	<b>S/. 642,657.61</b>	<b>S/. 416,803.50</b>	<b>S/. 287,547.95</b>	<b>S/. 552,162.63</b>	<b>S/. 358,111.87</b>	<b>S/. 2,591,958.29</b>

*Figura 37. Consumo de sopas, Combo 1 y Combo 2 (S/). 2021*

Fuente: Elaboración propia

**Resumen de Ingresos por Combos:**

El Resumen de ingresos por Combos, lo hallamos multiplicando el Resumen anual del Programa de Ventas por el valor de venta unitario.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Ingresos combo 1	2018	2019	2020	2021	2022
Aguadito de pollo	S/. 163,284.58	S/. 212,094.88	S/. 247,302.47	S/. 283,622.65	S/. 321,071.14
Caldo de gallina	S/. 313,546.47	S/. 407,274.23	S/. 474,881.43	S/. 544,625.09	S/. 616,535.38
Sopa a la minuta	S/. 203,354.42	S/. 264,142.71	S/. 307,990.19	S/. 353,223.30	S/. 399,861.60
<b>Valor venta total Combo 1</b>	<b>S/. 680,185.47</b>	<b>S/. 883,511.82</b>	<b>S/. 1,030,174.10</b>	<b>S/. 1,181,471.05</b>	<b>S/. 1,337,468.12</b>
Igv	S/. 122,433.38	S/. 159,032.13	S/. 185,431.34	S/. 212,664.79	S/. 240,744.26
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 802,618.86</b>	<b>S/. 1,042,543.95</b>	<b>S/. 1,215,605.44</b>	<b>S/. 1,394,135.84</b>	<b>S/. 1,578,212.38</b>

Ingresos combo 2	2018	2019	2020	2021	2022
Aguadito de pollo	S/. 140,291.88	S/. 182,229.02	S/. 212,478.90	S/. 243,684.71	S/. 275,859.93
Caldo de gallina	S/. 269,394.84	S/. 349,924.45	S/. 408,011.63	S/. 467,934.43	S/. 529,718.77
Sopa a la minuta	S/. 174,719.34	S/. 226,947.80	S/. 264,620.96	S/. 303,484.63	S/. 343,555.62
<b>Valor venta total Combo 2</b>	<b>S/. 584,406.06</b>	<b>S/. 759,101.27</b>	<b>S/. 885,111.50</b>	<b>S/. 1,015,103.77</b>	<b>S/. 1,149,134.32</b>
Igv	S/. 105,193.09	S/. 136,638.23	S/. 159,320.07	S/. 182,718.68	S/. 206,844.18
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 689,599.15</b>	<b>S/. 895,739.50</b>	<b>S/. 1,044,431.57</b>	<b>S/. 1,197,822.45</b>	<b>S/. 1,355,978.50</b>

Resumen de ingresos	2018	2019	2020	2021	2022
Valor venta total Combo 1	S/. 680,185.47	S/. 883,511.82	S/. 1,030,174.10	S/. 1,181,471.05	S/. 1,337,468.12
Valor venta total Combo 2	S/. 584,406.06	S/. 759,101.27	S/. 885,111.50	S/. 1,015,103.77	S/. 1,149,134.32
<b>Total valor venta</b>	<b>S/. 1,264,591.53</b>	<b>S/. 1,642,613.09</b>	<b>S/. 1,915,285.60</b>	<b>S/. 2,196,574.82</b>	<b>S/. 2,486,602.43</b>
Igv	S/. 227,626.47	S/. 295,670.36	S/. 344,751.41	S/. 395,383.47	S/. 447,588.44
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 1,492,218.00</b>	<b>S/. 1,938,283.45</b>	<b>S/. 2,260,037.01</b>	<b>S/. 2,591,958.29</b>	<b>S/. 2,934,190.87</b>

Figura 38. Resumen de Ingresos

Fuente: Elaboración propia

### 4.3. Mezcla de marketing

#### 4.3.1. Producto

En base al resultado de las encuestas y *focus groups* realizados; se pudo rescatar información relevante que brindaba aportes importantes a nuestro producto y las cuales se decidieron incorporar en este informe; así como también los aportes profesionales de expertos en cocina para la validación de la preparación de las sopas.

#### Logo

Cambios sugeridos:

- Cambio en el nombre de Doña Sopa a Mamá Sopa, el primer nombre lo asociaban a un conocido condimento de cocina y le quitaba potencia al atributo casero y natural.
- También se cambió la imagen del logo por una más moderna y juvenil

**Antiguo**



**Nuevo**



Fuente: Elaboración propia

**Envase:**

- Sugirieron que el envase sea amigable para el traslado y consumo ya que es un producto que se consume a altas temperaturas. En este sentido se pensó en un envase tipo tazón de cartón biodegradable forrado de polietileno que no se deforma a altas temperaturas.
- Presentación de 500 ml y de 900ml



Figura 39. Envases Mamá Sopa

Fuente: Elaboración propia

**Variedad de Producto:**

• Al realizar la encuesta se evidenció que la sopa preferida era el caldo de gallina, después las diferentes opciones tienen parecido nivel de preferencia; por tal motivo se decidió continuar con la variedad de sopas seleccionadas en el primer informe solo cambiando la Sopa *wantan* por el Aguadito de pollo y más adelante según la evaluación de la demanda ir incluyendo más variedades.

Variedad	Combo 1 (Presentación 500 ml + Bebida + Aji/Limón/Cebollita/Cancha Serrana)	Combo 1 (Presentación 900 ml + Bebida + Aji/Limón/Cebollita/Cancha Serrana)
<i>Sopa a la Minuta</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 cebolla mediana cortada en cuadros chicos.</li> <li>• 1 tomate</li> <li>• 1 cucharadita de ajo</li> <li>• 2 papas amarillas peladas en cuadrados</li> <li>• 1 cucharadita de pimentón</li> <li>• 200 gramos de carne molida de res</li> <li>• 1/8 de kilo de fideo cabello de angel</li> <li>• ½ taza de leche</li> <li>• 1 cucharadita de oregano</li> <li>• 1 huevo batido</li> <li>• 1 cucharadita de sal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.8 cebolla mediana cortada en cuadros chicos.</li> <li>• 1.8 tomate</li> <li>• 1.8 cucharadita de ajo</li> <li>• 3.6 papas amarillas peladas en cuadrados</li> <li>• 1.8 cucharadita de pimentón</li> <li>• 360 gramos de carne molida de res</li> <li>• 0.225 de kilo de fideo cabello de angel</li> <li>• 0.9 taza de leche</li> <li>• 1.8 cucharadita de oregano</li> <li>• 1.8 huevo batido</li> <li>• 1.8 cucharadita de sal</li> </ul>
<i>Caldo de Gallina</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ½ Kilo gallina</li> <li>• 2 papas amarillas</li> <li>• 1 tajada de kión</li> <li>• 1 cucharadita de sal</li> <li>• ½ cucharadita de ajinomoto</li> <li>• 1 huevo batido</li> <li>• 1 huevo duro</li> <li>• 1 Cebolla china</li> <li>• 200 gramos de fideo largo grueso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 0.9 Kilo gallina</li> <li>• 3.6 papas amarillas</li> <li>• 1.8 tajada de kión</li> <li>• 1.8 cucharadita de sal</li> <li>• 0.9 cucharadita de ajinomoto</li> <li>• 1.8 huevo batido</li> <li>• 1.8 huevo duro</li> <li>• 1.8 Cebolla china</li> <li>• 360 gramos de fideo largo grueso</li> </ul>
<i>Aguadito de Pollo</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1/2 pechuga de pollo (con menudencia)</li> <li>• 3 tzs de caldo de pollo</li> <li>• 1 tz de arberjita y zanahoria picada</li> <li>• 2 papas wairo</li> <li>• 2 cdas de culantro molido</li> <li>• 1 cdta de kión</li> <li>• 1 cdta de sal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 0.9 pechuga de pollo (con menudencia)</li> <li>• 5.4 tzs de caldo de pollo</li> <li>• 1.8 tz de arberjita y zanahoria picada</li> <li>• 3.6 papas wairo</li> <li>• 3.6 cdas de culantro molido</li> <li>• 1.8 cdta de kión</li> <li>• 1.8 cdta de sal</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**Servicio:**

• Se contará con personal de servicio orientado a la satisfacción del cliente, que garanticen rapidez y calidez en su función.



*Figura 40. Uniformes personal de Mamá Sopa*  
Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.2. Precio

Se hizo un análisis de Precios de la competencia Directa e indirecta. Existe una empresa que comercializa caldos y sopas en formato restaurante:

##### a) Siete Sopas

Elabora y comercializa caldos y sopas con una oferta principal que varía durante los 7 días de la semana, este producto es vendido en su propio local en formato restaurante, todos los platos vienen acompañados de un pan serrano especial y de las variedades de ají. El plato principal es el caldo de gallina que se oferta todos los días.

- Av. Arequipa 2394 – Lince, Lima
- Presentaciones mediana (500ml) y grande (900ml)
- Tiene opciones de comer en mesa o para llevar (No *delivery*)
- Tiene una oferta diaria de platos de fondo como Chaufa, Lomo saltado,

Tallarines, etc.

- El precio promedio es de S/.17.00 soles por plato de sopa.
- Cuentan con 7 tipos de sopa, se oferta una por día
- Lunes: Shambar

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Martes: Menestrón
- Miércoles: Crema de Zapallo c/ Asado de Tira
- Jueves: Patasca
- Viernes: Chupe
- Sábado: Sopa de frejol a la Leña
- Domingo: Sancochado Criollo



Fuente: Elaboración propia

b) China Wok

*Fast Food* que elabora platos de comida china ofreciendo platos a la carta, guarniciones, complementos y sopas; ofrecen promociones especiales de platos a la carta con gaseosa o la combinación de sus platos a elección del cliente

- Tiene opciones de comer en mesa, para llevar y *delivery*.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**



Fuente: Google, 2017

Proveedores	Siete Sopas 	Fast Food Tradicional 	China Wok 	Mamá Sopa 
<b>Distrito</b>	Lince	Independencia	Independencia	Independencia
<b>Producto</b>	Caldos y Sopas	Hamburguesas, Pizza, Makis, Comida Criolla, etc	Comida China	Caldos y Sopas
<b>Presentación</b>	250ml, 500 ml y 900 ml	Variada	350ml, 500ml	500 ml y 900 ml
<b>Complemento</b>	Pan Serrano, Ají	Variada	Wantan Frito, Chicharron	Tostada, Ají
<b>Ofertas Adicionales</b>	Chaufa, Lomo Saltado, Tallarines	Variada	Gaseosas	Arroz, Huevo, Papa, Camote
<b>Precio</b>	S/.4.5, S/.16.9, S/21.5	S/. 18 prom.	S/.8.9, S/.10.9	S/.15.0, S/.20.0
<b>Variedades</b>	Lunes= Shambar Martes= Menestrón Miércoles= Crema de Zapallo c/ Asado de Tira Jueves= Patasca Viernes= Chupe de Viernes Sábado= Sopa de Frejol a la Leña Domingo= Sancochado Criollo	Según establecimiento	Sopa Wantan Sopa Womin	Sopa a la Minuta Caldo de Gallina Sopa Wantan
<b>Observación</b>	No incluye Delivery, formato restaurante	La mayoría es calificada de comida "chatarra" por la abundancia de grasas e ingredientes artificiales, en algunos casos incluye Delivery	Incluye Delivery, solo comida china	No incluye Delivery, formato fast food

Figura 41. Cuadro comparativo de precios

Fuente: Elaboración propia

**Precio Sugerido al público:**

Para la encuesta se presentaron 3 presentaciones (500 ml, 900ml, 1500ml) donde se evidenció que:

El 53% de personas está dispuesta a pagar entre 5 a 7 soles por la presentación de 500ml, solo el 9% estaría dispuesto a pagar el precio que planificamos entre 11 a 13 soles.

El 48% de personas está dispuesto a pagar entre 8 a 10 soles por la presentación de 900ml, solo el 10% estaría dispuesto a pagar el precio que planificamos entre 14 a 16 soles.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

El 51% de personas está dispuesto a pagar entre 11 a 13 soles por la presentación de 1500ml, solo el 19% estaría dispuesto a pagar el precio que planificamos entre 20 a 22 soles.

Estos precios están por debajo de lo ofertado en el mercado lo cual nos daría una percepción de menor calidad, por eso se toma como referencia el precio de un competidor con el producto más parecido al nuestro: “Siete Sopas” que tiene precios de S/. 16.9 la presentación de 500ml y de S/.21.5 la de 900ml y se busca tener un punto intermedio.

Se determinó que los precios de los combos serían:

Precio propuesto combo 1	S/. 14.00
Precio propuesto combo 2	S/. 20.00

Unico canal de distribución Plaza Lima Norte

Precio promedio sugerido al publico(combo 1)	S/. 14.00
Valor venta unitario	S/. 11.86

Precio promedio sugerido al publico(combo 2)	S/. 20.00
Valor venta unitario	S/. 16.95

Figura 42. Presupuesto de Ingresos  
Fuente: Elaboración propia

**4.3.3. Plaza**

De acuerdo a los estudios realizados se eligió como punto de distribución directa el centro comercial Plaza Norte que junto a Mega Plaza son los centros comerciales de mayor afluencia de nuestro target. En este punto tendremos un local de formato *Fast Food* donde se ofertarán nuestros distintos tipos de sopas.

Los pedidos serán recibidos directamente en el local, no realizaremos *delivery* pero los clientes tendrán la opción de “pedir para llevar”.

Flujo de Compra:

- Cliente se acerca a caja y paga por el caldo o sopa seleccionado
- El cajero deriva el pedido al personal de atención

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- El cliente con su boleta solicita el caldo o sopa requerido
- El personal de atención entrega el pedido con sus implementos correspondientes

Política de pago:

El pago se realizará con tarjeta o efectivo al momento de la compra

Punto de Venta

Se busca que el punto de venta transmita la calidez que se siente al tomar una sopa hecha en casa, reforzando la promesa de nuestro producto.



*Figura 43. Punto de Venta Mamá Sopa*  
Fuente: Elaboración propia

**4.3.4. Promoción**

**4.3.4.1. Campaña de lanzamiento**

**Objetivos**

- Dar a conocer la marca Mamá Sopa

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Contribuir al reconocimiento y posicionamiento de la marca Mamá Sopa.
- Generar tendencia en el consumo de sopas en el segmento de consumidores *fast food*
- Generar rebote de la marca Mamá Sopa en redes sociales.

**Duración**

La campaña de lanzamiento de nuestro producto estará compuesta por tres etapas, la invitación y la inauguración y la marcha blanca.

El tiempo total de duración de estas será de un mes (diciembre). La etapa de invitación se desarrollará durante la primera semana de diciembre y la etapa de Inauguración y Marcha Blanca tendrá lugar el resto del mes. Se han determinado este mes del año como parte de la estrategia de la campaña de lanzamiento. Hemos podido determinar como resultado de nuestras encuestas la siguiente información:

La mayoría de las personas (más del 50%) prefiere el consumo de sopas en las temporadas más frías.

**15. En qué época del año consumiría sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial?**

	Total
a) Enero- Marzo( verano)	15%
b) Abril- Junio(Otoño)	25%
c) Julio- Setiembre( Invierno)	35%
d) Octubre-Diciembre(Primavera)	25%
	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de personas (más del 80%) le gustaría entablar contacto con la marca a través de medios digitales, con un predominio de las redes sociales (79.72%).

**19.. A través de que medio le gustaría enterarse de esta nueva cadena de restaurantes?**

Correo electrónico	10%
Páginas web	7%
Panel publicitario	20%
Radio y televisión	15%
Redes sociales	35%
Volantes	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Es debido a estos resultados que hemos planteado nuestra campaña de lanzamiento, la cual explicaremos a continuación.

**Etapas de Invitación (Diciembre)**

Según el estudio de mercado usaremos todos los medios digitales para captar a nuestro grupo objetivo y poner en su conocimiento la apertura de Mamá Sopa, mediante *mailing*, banners web y redes sociales. Adicionalmente en las inmediaciones del centro comercial se entregarán volantes con invitaciones a la apertura del local.

Toda la publicidad relacionada a esta etapa contendrá el logo de nuestra empresa, ubicación e indicará que se trata de un *fast food* de sopas y caldos preparados de forma casera.

**Redes sociales:**

Se activarán cuentas de Facebook y Twitter.

Facebook: Adquisición de campañas mensuales de *Likes* (diciembre) para incrementar comunidad de seguidores y lograr difundir nuestra marca en el mercado; así como publicación de banners web con información del producto.



Figura 44. Diseños digitales de Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia



Figura 45. Volante Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia

**Etapa de Inauguración (diciembre)**

Esta etapa se dará el primer día de funcionamiento con la participación de *celebrities* reconocidos del grupo objetivos buscando que el evento tenga efecto rebote en redes sociales para ampliar la difusión de Mamá Sopa.



Figura 46. Celebrities para inauguración de Mamá Sopa  
Fuente: Google, 2017

**Etapa de Marcha Blanca (diciembre)**

Durante una semana, para lograr que el grupo objetivo pueda probar el producto se realizará una marcha blanca donde se aplicará un 50% de descuento al consumo. A la par seguirá el fomento de la marca en redes sociales y mediante volanteo.

**Actividades Calendarizadas**

	<b>Diciembre</b>			
	S1	S2	S3	S4
<b>Etapa de Invitación</b>				
Creación de Website	X			
Creación de Fanpage en Facebook		X		
Creación de Cuenta en Twitter		X		
Volanteo				X
Envío de E-Mailing			X	X
<b>Etapa de Inauguración</b>				
Contrato de Celebrities	X			
Inauguración Mamá Sopa		X		
<b>Etapa de Marcha Blanca</b>				
Volanteo	X	X	X	X
Marcha Blanca	X			

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**
**Frecuencia de Consumo promedio al año**

Fórmula:

$$FCPA = PVS \times FC \times MO$$

Donde:

FCPA: Frecuencia de Consumo Promedio Anual

PVS: Precio de venta sugerido

FC: Frecuencia de compra

MO: Resultado de mi población del mercado objetivo

16. Con qué frecuencia consumiría sopa dentro del patio de comidas de un centro comercial?	%	Veces al año	Mercado Obejtivo 2018 preferencia Combo 1	Mercado Obejtivo 2018 preferencia Combo 2	Precio Sugerido Combo 1	Precio Sugerido Combo 2	Inversión Semana Marcha Blanca - Combo 1	Inversión Semana Marcha Blanca - Combo 2
Semanal	22%	52	2794	1681	S/. 14.00	S/. 20.00	S/. 4,302.76	S/. 3,698.20
Quincenal	23%	24	2794	1681	S/. 14.00	S/. 20.00		
Mensual	35%	12	2794	1681	S/. 14.00	S/. 20.00		
Bimestral	20%	6	2794	1681	S/. 14.00	S/. 20.00		

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta el pronóstico de nuestras ventas, destinaremos en la marcha blanca un 0.53% de los ingresos anuales de Mamá Sopa.

**Costo de las Actividades**

Cotización según empresas

Tipo de Publicidad	Cant	Duración	Proveedor	Precio Unit. S/IGV	IGV	Precio Unit. C/IGV	Total C/IGV
Página Web	1	_	Mambo	S/. 3,600.00	S/. 648.00	S/. 4,248.00	S/. 4,248.00
Hosting Pagina Web	1	360 días	Hubspot	S/. 1,080.00	S/. 194.40	S/. 1,274.40	S/. 1,274.40
Campaña Redes Sociales	4	7 días	Mambo	S/. 246.00	S/. 54.00	S/. 300.00	S/. 1,200.00
Diseñador Gráfico	1	5 días	Shock MKT	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00	S/. 1,180.00
Volanteo	4	60 días	Shock MKT	S/. 420.00	S/. 75.60	S/. 495.60	S/. 1,982.40
Celebrities	2	1 día	Shock MKT	S/. 6,000.00	S/. 1,080.00	S/. 7,080.00	S/. 7,080.00
Inauguración	1	1 día	Shock MKT	S/. 3,000.00	S/. 540.00	S/. 3,540.00	S/. 3,540.00
Marcha Blanca	1	7 días	Propio	S/. 8,000.96	S/. 1,440.17	S/. 9,441.13	S/. 9,441.13
							S/. 29,945.93

Fuente: Elaboración propia

#### **4.3.4.2.Promoción para todos los años**

##### **Objetivos**

A través de la promoción daremos a conocer los beneficios de nuestro producto, y se buscará la fidelización de los clientes. Según la investigación de mercado, en las encuestas, en donde se pregunta: ¿por qué medios les gustaría enterarse de nuestro producto?, la mayor parte de las respuestas fueron de preferencia medios digitales.

Los primeros dos años se utilizará actividades presenciales que busquen rebote en redes sociales, se busca que los potenciales clientes conozcan la Marca Mamá Sopa a través de estos medios, el producto en sí, y puedan fidelizarse a la marca.

Posteriormente del tercer año al quinto año, la promoción se enfocará más al Marketing Digital, a través de la página web y redes sociales, para tener un contacto permanente con nuestros clientes, creando un vínculo más personal como la experiencia de consumir nuestro producto y los resultados que obtuvieron, y por otro lado se explorará la creación de nuevas recetas en base a los gustos recogidos del público objetivo y potencial.

##### **Actividades Calendarizadas**

Consideramos que Mamá Sopa buscará publicidad viralizable que permita ahorrar costos y una difusión eficaz en el mercado objetivo, teniendo como principal aliada el “boca a boca” que se sustenta en garantizar una experiencia de consumo calidad que refuerce nuestro slogan “como tomarla en casa”.

En los cuadros se registra la programación de las actividades que se realizan en los 5 años, los primeros años, con el objetivo de dar a conocer nuestra marca y fidelizar a los clientes de forma presencial (*merchandising*) y a través de internet (Redes Sociales y Web) y los siguientes 3 años se buscará fidelizar a nuestros clientes a través de campañas digitales y fomentar la recordación de marca.

### Medios Digitales

- Publicidad de nuestro producto en Facebook: dar a conocer nuestras sopas, los combos y sus beneficios con los que contamos a través de imágenes.
- Tips y recetas para la elaboración de sopas caceras.
- Sorteos por cupones de descuento que busquen que los clientes compartan su experiencia con Mamá Sopa
- Comunicación de nuestra presencia en eventos: a través de fotos evidenciar la participación de nuestra marca en diferentes eventos relacionados al mundo gastronómico.
- Comunicación para días festivos resaltando que también pueden comprar nuestro producto con promociones en épocas festivas
- Te escuchamos online: a través de la página web, para consultas y sugerencias.
- Promoción de campaña de colección de las cucharas soperas de Mamá Sopa mediante imágenes e involucramientos de *celebrities*

### Presencial

- Instalación de Banners publicitarios y Jala vistas que permitan la fácil ubicación del local.
- Volanteo en zonas aledañas y por todo el centro comercial promoviendo la visita a nuestro local
- Presencia en eventos gastronómicos
- Programación de visitas de *celebrities* que motiven la visita de clientes
- Campaña de colección: se desarrollará una campaña que busque que los clientes puedan coleccionar en cada visita unas cucharas con diseños originales según el tipo de sopas que consuman.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Promoción en revistas y medios escritos de interés de nuestro público objetivo, que inciten a la visita a nuestro local y promocionen la campaña de colección.



Figura 47. Banner Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia



Figura 48. Cucharas Coleccionables de Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia



**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2020	2021	2022
Fidelización y Recordación de Marca Enero a Julio	Fidelización y Recordación de Marca Enero a Julio	Fidelización y Recordación de Marca Enero a Julio
Internet - Publicación referente al día de la Amistad (Facebook) “La 4ta sopa es Gratis” - Publicación referente al día de la Madre (Facebook) “todas las Mamás Gratis” - Publicación referente a Fiestas Patrias con las sopas más peruanas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook) - Relanzamiento Campaña de Colección con nuevas variedades.	Internet: - Publicación referente al día de la Amistad (Facebook) “La 4ta sopa es Gratis” - Publicación referente al día de la Madre (Facebook) “todas las Mamás Gratis” - Publicación referente a Fiestas Patrias con las sopas más peruanas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook) - Relanzamiento Campaña de Colección con nuevas variedades.	Internet: - Publicación referente al día de la Amistad (Facebook) “La 4ta sopa es Gratis” - Publicación referente al día de la Madre (Facebook) “todas las Mamás Gratis” - Publicación referente a Fiestas Patrias con las sopas más peruanas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook) - Relanzamiento Campaña de Colección con nuevas variedades.
Presencial - Refresh de Banner con promoción de nuevas Sopas - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Implementación de Campaña de Colección con activación con Líder de opinión	Presencial - Refresh de Banner con promoción de nuevas Sopas - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Implementación de Campaña de Colección con activación con Líder de opinión	Presencial - Refresh de Banner con promoción de nuevas Sopas - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Implementación de Campaña de Colección con activación con Líder de opinión
Agosto a Diciembre	Agosto a Diciembre	Agosto a Diciembre
Internet: - Publicación referente a Fiestas Navideñas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook)	Internet: - Publicación referente a Fiestas Navideñas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook)	Internet: - Publicación referente a Fiestas Navideñas (Facebook) - Publicación de Combos y productos (Web) - Publicación: “Como hacerla en casa” con recetas especiales (Facebook) - Campaña “Comparte tu experiencia” que busca atraer más personas al fanpage (Facebook)
Presencial - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Presencia en Mistura 2020	Presencial - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Presencia en Mistura 2021	Presencial - Volanteo periférico y zonal (Centro comercial y alrededores de Independencia) - Aparición en medios impresos Revista Magaly. - Presencia en Mistura 2022

Fuente: Elaboración propia

**Ratio (Gastos de Promoción / Ventas)**

Los costos de promoción serán distribuidos, con una mayor cantidad de artículos en los primeros años para incentivar el conocimiento de nuestra marca y producto, como se observa en el cuadro:

**Cotización Shock Marketing**

Gastos de Promoción	Cant.	Año 2018	Mes
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Julio
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Agosto
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Septiembre
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Noviembre
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Diciembre
Volantes	7500	S/. 4,956.00	Julio a Diciembre
Banners	4	S/. 440.00	Julio
Comunity Manager	1	S/. 9,000.00	Julio a Diciembre
Activación Lider de Opinión	1	S/. 10,000.00	Julio
Cucharas Colección	22750	S/. 6,825.00	Julio a Septiembre
		<b>S/. 68,721.00</b>	

*Figura 49. Gastos de Promoción 2018*  
Fuente: Elaboración propia

Gastos de Promoción	Cant.	Año 2019	Mes
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Febrero
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Mayo
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Julio
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Noviembre
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Diciembre
Volantes	7500	S/. 4,956.00	Meses de Campañas
Banners	4	S/. 440.00	Julio
Comunity Manager	1	S/. 18,000.00	Enero a Diciembre
Activación Lider de Opinión	1	S/. 10,000.00	Julio
Cucharas Colección	22750	S/. 6,825.00	Julio a Septiembre
		<b>S/. 77,721.00</b>	

*Figura 50. Gastos de Promoción 2019*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Los gastos de promoción, a partir del tercer año serán menores ya que se realizará más comunicación por las redes sociales y página web, como se observa en el cuadro.

Gastos de Promoción	Cant.	Año 2020	Mes
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Mayo
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Noviembre
Volantes	7500	S/. 4,956.00	Meses de Campañas
Banners	4	S/. 440.00	Julio
Comunity Manager	1	S/. 18,000.00	Enero a Diciembre
Activación Lider de Opinión	1	S/. 10,000.00	Julio
Cucharas Colección	22750	S/. 6,825.00	Julio a Septiembre
		S/. 55,221.00	

*Figura 51. Gastos de Promoción 2020*

Fuente: Elaboración propia

Gastos de Promoción	Cant.	Año 2021	Mes
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Mayo
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		S/. 7,500.00	Noviembre
Volantes	7500	S/. 4,956.00	Meses de Campañas
Banners	4	S/. 440.00	Julio
Comunity Manager	1	S/. 18,000.00	Enero a Diciembre
Activación Lider de Opinión	1	S/. 10,000.00	Julio
Cucharas Colección	22750	S/. 6,825.00	Julio a Septiembre
		S/. 55,221.00	

*Figura 52. Gastos de Promoción 2021*

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de promoción en el primer año representarán el 3% de las ventas aproximadamente. Se reducirá después del segundo año ya que se realizarán más actividades a través de las redes sociales que presenciales. Se puede notar como el gasto en publicidad se va reduciendo cumpliendo con la estrategia de centrarse en contenido “viralizable” que reduzca gastos publicitarios.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Año	Meses	Gasto de Promoción Anual		Ventas	%	
2018	Julio a Diciembre	S/.	68,721.00	S/.	1,492,218.00	4.61%
2019	Todo el año	S/.	77,721.00	S/.	1,938,283.45	4.01%
2020	Todo el año	S/.	55,221.00	S/.	2,260,037.01	2.44%
2021	Todo el año	S/.	55,221.00	S/.	2,591,958.29	2.13%
2022	Todo el año	S/.	55,221.00	S/.	2,934,190.87	1.88%
		S/.	312,105.00	S/.	11,216,687.62	2.78%

*Figura 53. Gastos de Promoción Anual*

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo V

### Estudio Legal y Organizacional

#### 5.1. Estudio Legal

##### 5.1.1. Forma Societaria

###### a. Actividades

Analizaremos a través de un cuadro comparativo la sociedad que constituiremos.

Tabla 14. *Cuadro comparativo de sociedades analizadas por Mamá Sopa*

	<b>S.C.R.L.</b>	<b>S.A.C.</b>
<b>Integrantes</b>	De 2 a 20 socios participacionistas	De 2 a 20 accionistas
<b>Órganos</b>	Junta General de Socios y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
<b>Capital Social</b>	Participaciones iguales	Acciones
<b>Duración</b>	Indeterminada	Determinada o Indeterminada

Fuente: Elaboración propia

Considerando que de acuerdo a lo recomendado por el experto Pierre Doubert en la forma societaria al elegir cuando se empieza un negocio y por lo sugerido en el PPT del curso, vamos a optar por una Sociedad Anónima Cerrada, siendo la denominación de la empresa Mamá Sopa S.A.C.

“Los órganos de la empresa son: La Junta General de Accionistas, integrada por nuestros 5 socios y El Gerente General.” (Presidencia del Consejo de Ministros, 1997)

#### **Determinación del capital por accionista:**

La distribución de los aportes de los accionistas integrantes de nuestro proyecto

“Mamá Sopa S.A.C.” es como sigue:

*Tabla 15. Distribución de los aportes de los accionistas de Mamá Sopa*

N°	Socios	Aporte
01	Alvarado Rodríguez, Jacqueline Rita	20%
02	Baca Celi, Miguel Ángel	20%
03	Rodríguez Castañeda, Luis Miguel	20%
04	Vásquez Huarcaya, Jonathan Rafael	20%
05	Vereau Cáceres, Carlos Alexander	20%

Fuente: Elaboración propia

#### b. Valorización

#### **Constitución de la Empresa en 24 horas:**

##### 1. A través de la página

<https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces> se solicitó la reserva de preferencia registral de nombre de persona jurídica de MAMA SOPA S.A.C, costo S/.20.00.

2. Constituiremos nuestra empresa a través del SID-Sunarp, el cual fue lanzado desde octubre del 2014.



Figura 54. SID SUNARP: Registra tu MYPE  
Fuente: SUNARP, 2017

3. Nos comunicamos con la Notaría Beatriz Zevallos Giampetri, ubicada en Calle Las Violetas N°782 – A, 2do piso, Independencia, teléfono 485-2526 y nos manifestó que nos cobraría S/.720.00 por gastos notariales y firma de la escritura pública del capital social de \$ 20,000 = S/.66,000, con 5 socios y 1 gerente.

4. Emisión de comprobantes de Pago: La emisión de los comprobantes de pago se realizará a través de Tickets en la máquina registradora.

Tabla 16. *Requisitos del ticket o cinta emitida por máquina registradora*

INFORMACIÓN IMPRESA
Datos de identificación del emisor
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apellidos y nombres, denominación o razón social</li> <li>• Además, deben consignar su nombre comercial si lo tuvieran</li> <li>• Dirección del establecimiento en el cual se emite el ticket</li> <li>• Número de RUC</li> </ul>
Numeración correlativa y autogenerada por la máquina registradora
Número de serie de fabricación de la máquina registradora
Bien vendido, servicio prestado y/o código que lo identifique
Importe de la venta o del servicio prestado
Fecha y hora de emisión
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe ser emitido como mínimo en original y cinta testigo.</li> </ul>
Para que este documento sirva para ejercer derecho a crédito fiscal o sustentar costo o gasto para efecto tributario, debe ser emitido en original y una copia, además de la cinta testigo y deben contener:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El número de RUC, apellidos y nombres o denominación o razón social del adquirente o usuario</li> <li>• Se discrimine el monto del impuesto</li> </ul>

Fuente: SUNAT, 2017

**Impresora Tickets Epson Tm-220**



**S/. 899<sup>00</sup>**

Figura 55. Impresora Tickets solicitada por SUNAT  
Fuente: MercadoLibre.com.pe, 2017

5. Legalización de Libros:

Los libros contables se imprimirán en hojas sueltas legalizadas.

Los precios de la Notaria Sobrevilla ubicada en Av. Alfredo Benavides 4473, Santiago de Surco, teléfono 449-3343, son como sigue:

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

01 a 200 hojas	S/. 35.00
01 a 400 hojas	S/. 50.00
01 a 600 hojas	S/. 85.00
01 1000 hojas	S/.135.00

**5.1.2. Registro de marcas y patentes**

La empresa a constituir, así como la marca se llama: Mamá Sopa, como tomarla en casa.



*Figura 56. Logo Mamá Sopa*  
Fuente: Elaboración propia

Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios, obtenido de la página <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>:

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

Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

**CPPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder. \*
  - Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
  - Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
4. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (3 copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
5. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
  - Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
6. En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
  - Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
  - Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT 2017= S/.4050.00) por una clase solicitada, esto es S/. 562.95 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

Dentro del plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su publicación en el diario oficial El Peruano.” (INDECOPI, 2017)

### **5.1.3. Licencias y autorizaciones**

Se tramitará la Licencia de Funcionamiento en la Municipalidad Distrital de Independencia, siendo los requisitos como sigue:

1. Formato de Solicitud Declaración Jurada (bajar archivo de la página web), debidamente llenada.
2. Copia de la vigencia de poder.
3. Informar sobre el número del comprobante de pago por derecho de trámite.
4. Declaración Jurada de Observancia de las Condiciones de Seguridad, debidamente llenada.

El precio de la Licencia de Funcionamiento y Certificado de Defensa Civil por un área no mayor a 100 m<sup>2</sup> es S/ 37.30

El pago por anuncio publicitario es S/ 39.70, debiendo llevar la foto del banner y fotomontaje.

El pago por fumigación del local es S/ 2.00 por m<sup>2</sup>.

El Carnet de Sanidad está S/ 18.00

Se debe cumplir con las Normas Sanitarias para el funcionamiento de restaurantes y afines aprobado mediante Resolución Ministerial N°363-2005/MINSA

Información obtenida de [http://www.munives.gob.pe/WebSite/infor-meta20/NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES RESOLUCION MINISTERIAL 363-2005 MINSAfunc\\_restaurantes.pdf](http://www.munives.gob.pe/WebSite/infor-meta20/NORMA_SANITARIA_PARA_EL_FUNCIONAMIENTO_DE_RESTAURANTES_Y_SERVICIOS_AFINES_RESOLUCION_MINISTERIAL_363-2005_MINSAfunc_restaurantes.pdf)

### 5.1.4. Legislación Laboral

De acuerdo a la legislación laboral vigente vamos a acogernos a la Ley de la Micro y Pequeña empresa:

### **RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

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

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

*Figura 57. Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*

Fuente: SUNAT, 2017

A continuación, evaluaremos los criterios para calificar como Micro Empresa o Pequeña Empresa:

1. Micro Empresa: Ventas anuales hasta 150 UIT (S/ 4,050) = S/ 607,500
2. Pequeña Empresa: Ventas anuales más 150 UIT hasta 1,700 UIT = S/ 6'885,000

De acuerdo a nuestra proyección de ventas, calificamos como una Pequeña Empresa.

#### **Principales Beneficios de la Pequeña Empresa MYPE:**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Las pequeñas empresas que capaciten a su personal podrán deducir el gasto como pago de Impuesto a la renta, máximo 3% del costo de su planilla anual.
- Para los trabajadores de la Pequeña Empresa es obligatorio afiliarse al SNP o AFP.
- Para compras estatales, el Estado programa no menos del 40% de sus contrataciones con las MYPE.
- Depreciación acelerada del monto total de las adquisiciones de bienes muebles, maquinarias y equipos destinadas a realización de renta gravada, en el plazo de 3 años.

**Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo:**

Están calificadas como actividades de alto riesgo las actividades siguientes:

- Extracción de madera
- Pesca
- Petróleo crudo y gas natural
- Extracción de mineral
- Industria del tabaco
- Fabricación de textiles
- Cuero y sucedáneos
- Madera y corcho
- Sustancias químicas indust.
- Fabric. de otros prod. quím.
- refinerías de petróleo
- Transporte aéreo
- Serv. médico, odontológico
- Derivados del petróleo y carbón

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Fabric. productos plásticos
- Fabric. productos de vidrio
- Fabric. otros prod. minerales
- Industria básica del hierro y acero
- Industria básica de metales no ferrosos
- Construcción de maquinarias
- Electricidad, gas y vapor
- Construcción
- Servicios de saneamiento

Fuente: MINTRA, 2017

En el presente trabajo nuestra actividad no está considerada como actividad de alto riesgo.

**Tipos de contrato para el personal:**

Contrato a Plazo Fijo, bajo la modalidad Por inicio de actividad, duración máxima 3 años. Tiene que estar registrado en el MINTRA.

**5.1.5. Legislación Tributaria**

- a. Actividades
- b. Valorización

**5.1.6. Otros Aspectos Legales**

De acuerdo a nuestros ingresos proyectados por la venta de nuestras sopas, calificamos en el Régimen General.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Ingresos combo 1	2018	2019	2020	2021	2022
Aguadito de pollo	S/. 163,284.58	S/. 212,094.88	S/. 247,302.47	S/. 283,622.65	S/. 321,071.14
Caldo de gallina	S/. 313,546.47	S/. 407,274.23	S/. 474,881.43	S/. 544,625.09	S/. 616,535.38
Sopa a la minuta	S/. 203,354.42	S/. 264,142.71	S/. 307,990.19	S/. 353,223.30	S/. 399,861.60
<b>Valor venta total Combo 1</b>	<b>S/. 680,185.47</b>	<b>S/. 883,511.82</b>	<b>S/. 1,030,174.10</b>	<b>S/. 1,181,471.05</b>	<b>S/. 1,337,468.12</b>
Igv	S/. 122,433.38	S/. 159,032.13	S/. 185,431.34	S/. 212,664.79	S/. 240,744.26
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 802,618.86</b>	<b>S/. 1,042,543.95</b>	<b>S/. 1,215,605.44</b>	<b>S/. 1,394,135.84</b>	<b>S/. 1,578,212.38</b>

Ingresos combo 2	2018	2019	2020	2021	2022
Aguadito de pollo	S/. 140,291.88	S/. 182,229.02	S/. 212,478.90	S/. 243,684.71	S/. 275,859.93
Caldo de gallina	S/. 269,394.84	S/. 349,924.45	S/. 408,011.63	S/. 467,934.43	S/. 529,718.77
Sopa a la minuta	S/. 174,719.34	S/. 226,947.80	S/. 264,620.96	S/. 303,484.63	S/. 343,555.62
<b>Valor venta total Combo 2</b>	<b>S/. 584,406.06</b>	<b>S/. 759,101.27</b>	<b>S/. 885,111.50</b>	<b>S/. 1,015,103.77</b>	<b>S/. 1,149,134.32</b>
Igv	S/. 105,193.09	S/. 136,638.23	S/. 159,320.07	S/. 182,718.68	S/. 206,844.18
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 689,599.15</b>	<b>S/. 895,739.50</b>	<b>S/. 1,044,431.57</b>	<b>S/. 1,197,822.45</b>	<b>S/. 1,355,978.50</b>

Resumen de ingresos	2018	2019	2020	2021	2022
Valor venta total Combo 1	S/. 680,185.47	S/. 883,511.82	S/. 1,030,174.10	S/. 1,181,471.05	S/. 1,337,468.12
Valor venta total Combo 2	S/. 584,406.06	S/. 759,101.27	S/. 885,111.50	S/. 1,015,103.77	S/. 1,149,134.32
<b>Total valor venta</b>	<b>S/. 1,264,591.53</b>	<b>S/. 1,642,613.09</b>	<b>S/. 1,915,285.60</b>	<b>S/. 2,196,574.82</b>	<b>S/. 2,486,602.43</b>
Igv	S/. 227,626.47	S/. 295,670.36	S/. 344,751.41	S/. 395,383.47	S/. 447,588.44
<b>Ingresos</b>	<b>S/. 1,492,218.00</b>	<b>S/. 1,938,283.45</b>	<b>S/. 2,260,037.01</b>	<b>S/. 2,591,958.29</b>	<b>S/. 2,934,190.87</b>

Figura 58. Cuadro de ingresos proyectados

Fuente: Elaboración propia

Impuestos afectos: A partir del 01 de enero del 2017 entro en vigencia el decreto legislativo N° 1269 que crea el Régimen MYPE Tributario del Impuesto a la Renta, siendo como sigue:

- Impuesto a la Renta: 29.50%
- Impuesto General a las Ventas: IGV 18%

Para el año 2018 se estima facturar aproximadamente 370 UIT, los libros contables obligatorios se llevarán serán en forma impresa, siendo como sigue:

Cuando la facturación es de 300 UIT hasta 500 UIT:

- Libro Diario
- Libro Mayor
- Registro de Compras

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Registro de Ventas

### 5.1.7. Resumen del capítulo

Cuadro valorizado de todos los puntos anteriores

Tabla 17. Cuadro Valorizado de gastos para la constitución de Mamá Sopa

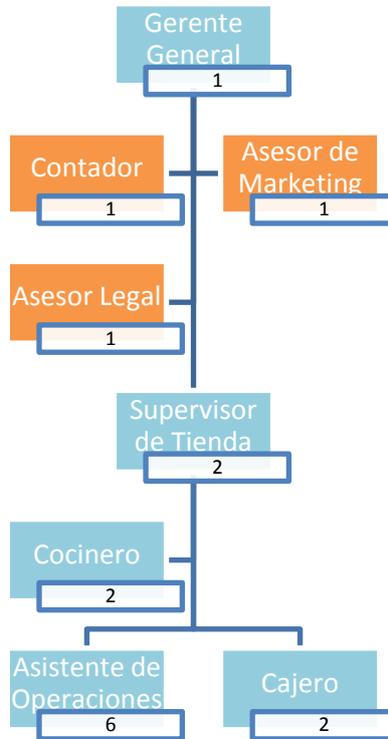
Descripción	Costo S/.	I.G.V. S/.	Total Anual S/.	Administración	Producción	Ventas
Constitución de la Empresa						
Mínuta	0.00		0.00			
Reserva de preferencia registral de nombre SUNARP	S/. 20.00		S/. 20.00	S/. 4.00		
Gastos notariales y firma de la escritura pública del capital social de \$ 20,000 = S/ 66,000, con 5 socios y 1 gerente	S/.720.00		S/. 720.00	S/.144.00		
Marca						
Registro de marca	S/.477.08	S/.85.87	S/.562.95	S/. 76.34		S/.19.08
Licencias y autorizaciones						
Licencia de Funcionamiento y Defensa Civil	S/. 37.30		S/. 37.30	S/. 7.50		
Aviso Publicitario	S/. 39.70		S/. 39.70	S/. 6.35		S/.1.59
Fumigación S/.2 por m <sup>2</sup> cada 6 meses	S/. 30.00		S/. 30.00	S/. 48.00	S/.12.00	
Total	S/.1324.08	S/. 85.87	S/.1,409.95	S/. 286.19	S/.12.00	S/.20.67

Fuente: Elaboración propia

## 5.2. Estudio Organizacional

### 5.2.1. Organigrama Funcional

Contempla a todos los integrantes de la empresa que participan de la operación.



*Figura 59. Organigrama funcional*  
Fuente: Elaboración propia

### 5.2.2. Servicios Tercerizados

Tabla 18. *Servicios Tercerizados*

Cargo	Área	Cantidad
Contador	Administrativa	1
Asesor de Marketing	Administrativa	1
Asesor Legal	Administrativa	1

Fuente: Elaboración propia

### 5.2.3. Descripción de Puestos de Trabajo

**Gerente General:**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

“Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa” (Ruiz, Ocampo, Oliveros, & Rey, 2010), además de contratar al personal administrativo adecuado y los servicios tercerizados, efectuando esto durante la jornada de trabajo. Además, es quien establecerá la remuneración de los trabajadores, en función a las normativas vigentes y conveniencia del negocio. Entre sus funciones también se encuentra la de mantener relaciones con los proveedores, es decir se pondrá en contacto con ellos y negociará los precios.

**Supervisor de Tienda:**

Será el supervisor de todos los asistentes de operación, cajeros y cocinero. Se encargará del correcto funcionamiento del fast food, incluyendo la parte de cocina. Se encarga del reclutamiento, contratación y capacitación del personal de operaciones y ventas.

**Cocinero:**

Es quien asignará las atribuciones de cocina y tendrá la responsabilidad final del producto. Responsable en la elaboración de las sopas, se ocupará de la elaboración de todos los pedidos. Además, se encargará de la limpieza general de las instalaciones de la cocina.

**Cajero:**

Es la persona encargada de cobrar el pedido del cliente y hacer el cuadro de cajas, comprometido con la calidad de servicio y atención al cliente.

**Asistente de Operaciones:**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Persona encargada principalmente del despacho de los combos a los clientes, comprometido con la calidad de servicio y atención al cliente. Está capacitado para realizar funciones de caja y ayuda en cocina de ser necesario.

**PERFILES:**

**Perfil del puesto Gerente General**

Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del Puesto		Gerente General	
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Superior	Administrador, Ing. Industrial o carreras afines	Administrador de Empresas
Experiencia	5 años en cargo		
Otros	Especialización		
Habilidades	Numérica y de lenguaje		
	Liderazgo		
	Empatía		
	Negociación		
Acciones y resultados esperados	Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo		
	Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.		
	Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.		
	Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo		
	Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable, etc.		
	Compra y Negociación con proveedores		
Establecer políticas de remuneraciones, precios, clima laboral, etc			
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/ 10,000.00		
Ubicación Física	Oficina		
Beneficios Sociales	Sí		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes a Viernes de 9 am a 6 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

*Figura 60. Descripción y Perfil del Gerente General*  
 Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Perfil del puesto Supervisor de Tienda

Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del Puesto		Supervisor de Tienda	
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Superior	Administrador, Ing. Industrial o carreras afines	Administrador de Empresas
Experiencia	1 año en cargo		
Otros			
Habilidades	Trabajo en Equipo		
	Liderazgo		
	Empatía		
	Organización		
Acciones y resultados esperados	Control del funcionamiento del local		
	Verificación de apertura y cierre		
	Realización de inventarios		
	Dimensionamiento de personal y realización de horarios		
	Atención a clientes		
	Supervisar requerimiento de insumos		
Supervisar limpieza y seguridad del local			
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Fijo por Inicio de Actividades		
Remuneración	S/ 2,000.00		
Ubicación Física	Local		
Beneficios Sociales	Sí		
Jornada	Diurna y Nocturna		
Horario	Lunes a Domingo de 9 am a 12 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

*Figura 61. Descripción y Perfil del Supervisor de Tienda*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Perfil del puesto Cocinero

Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del Puesto		Cocinero	
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Técnico	Gastronomía	Gastronomía y Cocina
Experiencia	1 año en cargo		
Otros			
Habilidades	Culinarias		
	Trabajo en equipo		
	Organización		
Acciones y resultados esperados	Elaboración de Sopas y Caldos		
	Elaboración de requerimiento de insumos		
	Recepción de pedido de insumos		
	Organización y almacenamiento de insumos		
	Limpieza de cocina		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Fijo por Inicio de Actividades		
Remuneración	S/ 1,500.00		
Ubicación Física	Local		
Beneficios Sociales	Sí		
Jornada	Diurna y Nocturna		
Horario	Lunes a Domingo de 9 am a 12 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

*Figura 62. Descripción y Perfil del Cocinero*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Perfil del puesto Cajero

Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del Puesto		Cajero	
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Técnico	Administrado o carreras afines	Administrador de Empresas
Experiencia	1 año en cargo		
Otros			
Habilidades	Numérica		
	Organización		
	Empatia		
	Comunicación		
Acciones y resultados esperados	Toma de pedidos de clientes		
	Funciones de caja		
	Apertura de Caja		
	Cierre de Caja		
	Atención a clientes		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Fijo por Inicio de Actividades		
Remuneración	S/ 950.00		
Ubicación Física	Local		
Beneficios Sociales	Sí		
Jornada	Diurna y Nocturna		
Horario	Lunes a Domingo de 9 am a 12 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

*Figura 63. Descripción y Perfil del Cajero*  
Fuente: Elaboración propia

Perfil del puesto Asistente de Operaciones

Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del Puesto		Asistente de Operaciones	
Competencias			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación	Técnico	Administrado o carreras afines	NA
Experiencia	NA		
Otros			
Habilidades	Trabajo en Equipo		
	Comunicación		
	Empatía		
	Organización		
Acciones y resultados esperados	Despacho y atención de pedidos de clientes		
	Apertura del local		
	Cierre del Local		
	Atención de clientes		
	Apoyo en cocina		
	Limpieza del local		
	Reemplazar función de caja ante requerimientos del supervisor		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Fijo por Inicio de Actividades		
Remuneración	S/ 950.00		
Ubicación Física	Local		
Beneficios Sociales	Sí		
Jornada	Diurna y Nocturna		
Horario	Lunes a Domingo de 9 am a 12 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Figura 64. Descripción y Perfil del Asistente de Operaciones  
Fuente: Elaboración propia

**5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados**

Contador

“Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa” (Ruiz, Ocampo, Oliveros, & Rey, 2010). Sus servicios se requieren constantemente a solicitud del Gerente General.

- Liquidación de impuestos antes de fecha de vencimiento
- Registro de los asientos en los libros contables
- Elabora la conciliación bancaria de la empresa
- Prepara estado financiero de cierre mensual

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Elabora informe situacional de la empresa
- Apoyo en toma de decisiones

Asesor de Marketing

Experto en analizar el mercado y servirse de la información existente, entender y desarrollar la estrategia más adecuada por la cual la empresa alcanzará su objetivo. Mantener campañas digitales, *brandeo* y publicidad de Mamá Sopa. Sus servicios se requieren constantemente a solicitud del Gerente General.

- *Community Manager*
- Decoración
- Diseño y elaboración de material publicitario y *merchandising*
- Diseña *banners* y volantes.
- Elabora campañas temáticas según cronograma de promoción de la empresa.
- Asesora promociones destinadas al usuario final

Asesor Legal

Estudiar y analizar problemas jurídicos a petición del Gerente General o el Directorio.  
Trabajar eventualmente ante algún problema legal que se le presente a la empresa.

- Revisión de condiciones laborales, formas laborales, régimen laboral de la empresa.
- Revisa y verifica contratos con proveedores
- Revisa contratos de locación y alquiler.
- Revisa y analiza el cumplimiento de las normas de salubridad de la empresa
- Revisa y resuelve problemas jurídicos que se presenten.

### 5.2.5. Aspectos Laborales

#### a. Forma de Contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados

<b>Cargo</b>	<b>Tipo de Contratación</b>
<b>Gerente General</b>	Contrato de naturaleza indeterminada
<b>Supervisor de Tienda</b>	Contrato de naturaleza indeterminada
<b>Cocinero</b>	Contrato de naturaleza indeterminada
<b>Cajero</b>	Contrato de naturaleza indeterminada
<b>Asistente de Operación</b>	Contrato de naturaleza indeterminada
<b>Contador</b>	Contrato de locación de servicios
<b>Asesor de Marketing</b>	Contrato de locación de servicios
<b>Asesor Legal</b>	Contrato de locación de servicios

Fuente: Elaboración propia

#### b. Régimen Laboral de puestos de trabajo

“El régimen de promoción y formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada que presten servicios en la pequeña empresa, así como a sus conductores y empleados”. (SUNAT, 2017)

##### Beneficios laborales Pequeña Empresa

- Remuneración Mínima Vital
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en feriados
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través de ESSALUD
- Cobertura previsional
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicio (con

un tope de 120 días)

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año
- Derecho a participar de las utilidades de la empresa
- 15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General
- Derecho al refrigerio
- Licencia Pre y Post Natal
- Licencia por paternidad
- Vacaciones trucas

c. Planilla para todos los años del proyecto

Área	Puestos	Cantidad de				
		trabajadores	trabajadores	trabajadores	trabajadores	trabajadores
		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Administrativa	Gerente General	1	1	1	1	1
Administrativa	Supervisor de Tienda	2	2	2	2	2
Ventas	Cajero	2	2	2	2	2
Operaciones	Cocinero	2	2	2	2	2
Operaciones	Asistente de Operación	6	6	8	8	8
Total		13	13	15	15	15

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Área Administrativa</b>	Remuneración Mensual S/. 2018	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022
Gerente General	S/. 10,000				
Supervisor de Tienda	S/. 2,000				
<b>Cuadro de provisiones</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Gerente General	S/. 120,000.00				
Supervisor de Tienda	S/. 48,000.00				
<b>Total Sueldo Bruto</b>	<b>S/. 168,000.00</b>				
Gratificación(1/12)	S/. 14,000.00				
<b>Total Sueldo</b>	<b>S/. 182,000.00</b>				
CTS(1/24)	S/. 7,583.33				
Essalud (9%)	S/. 15,120.00				
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 1,260.00				
SCTR 1% del sueldo	S/. 1,680.00				
<b>Gasto total Administrativo</b>	<b>S/. 207,643.33</b>				
<b>Cuadro de pagos</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Sueldo Bruto	S/. 168,000.00				
Gratificación	S/. 14,000.00				
Pago de CTS	S/. 7,583.33				
Essalud	S/. 15,120.00				
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 1,260.00				
SCTR 1% del sueldo	S/. 1,680.00				
<b>Pago Total planilla administrativa</b>	<b>S/. 207,643.33</b>				

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Área de Ventas</b>	Remuneración Mensual S/. 2018	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022
Cajero	S/. 950.00				
<b>Cuadro de provisiones</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Cajero	S/. 22,800.00				
<b>Total Sueldo Bruto</b>	<b>S/. 22,800.00</b>				
Gratificación(1/12)	S/. 1,900.00				
<b>Total Sueldo</b>	<b>S/. 24,700.00</b>				
CTS(1/24)	S/. 1,029.17				
Essalud (9%)	S/. 2,052.00				
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 171.00				
SCTR 1% del sueldo	S/. 228.00				
<b>Gasto planilla fija de ventas</b>	<b>S/. 28,180.17</b>				
<b>Cuadro de pagos</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Sueldo Bruto	S/. 22,800.00				
Gratificación	S/. 1,900.00				
Pago de CTS	S/. 1,029.17				
Essalud	S/. 2,052.00				
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 171.00				
SCTR 1% del sueldo	S/. 228.00				
<b>Pago total de ventas</b>	<b>S/. 28,180.17</b>				

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Área de Operaciones	Remuneración Mensual S/. 2018	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022
Cocinero	S/. 1,500.00				
Asistente de Operación	S/. 950.00				
<b>Cuadro de provisiones</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Cocinero	S/. 36,000.00				
Asistente de Operación	S/. 68,400.00	S/. 68,400.00	S/. 91,200.00	S/. 91,200.00	S/. 91,200.00
<b>Total Sueldo Bruto</b>	<b>S/. 104,400.00</b>	<b>S/. 104,400.00</b>	<b>S/. 127,200.00</b>	<b>S/. 127,200.00</b>	<b>S/. 127,200.00</b>
Gratificación(1/12)	S/. 8,700.00	S/. 8,700.00	S/. 10,600.00	S/. 10,600.00	S/. 10,600.00
<b>Total Sueldo</b>	<b>S/. 113,100.00</b>	<b>S/. 113,100.00</b>	<b>S/. 137,800.00</b>	<b>S/. 137,800.00</b>	<b>S/. 137,800.00</b>
CTS(1/24)	S/. 4,712.50	S/. 4,712.50	S/. 5,741.67	S/. 5,741.67	S/. 5,741.67
Essalud (9%)	S/. 9,396.00	S/. 9,396.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 783.00	S/. 783.00	S/. 954.00	S/. 954.00	S/. 954.00
Sctr(1%)	S/. 1,044.00	S/. 1,044.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00
<b>Costo MOD</b>	<b>S/. 129,035.50</b>	<b>S/. 129,035.50</b>	<b>S/. 157,215.67</b>	<b>S/. 157,215.67</b>	<b>S/. 157,215.67</b>
<b>Cuadro de pagos</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Sueldo Bruto	S/. 104,400.00	S/. 104,400.00	S/. 127,200.00	S/. 127,200.00	S/. 127,200.00
Gratificación	S/. 8,700.00	S/. 8,700.00	S/. 10,600.00	S/. 10,600.00	S/. 10,600.00
Pago de CTS	S/. 4,712.50	S/. 4,712.50	S/. 5,741.67	S/. 5,741.67	S/. 5,741.67
Essalud	S/. 9,396.00	S/. 9,396.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 783.00	S/. 783.00	S/. 954.00	S/. 954.00	S/. 954.00
Sctr(1%)	S/. 1,044.00	S/. 1,044.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00
<b>Pago planilla MOD</b>	<b>S/. 129,035.50</b>	<b>S/. 129,035.50</b>	<b>S/. 157,215.67</b>	<b>S/. 157,215.67</b>	<b>S/. 157,215.67</b>
<b>Cuadro resumen</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Pago Total planilla administrativa	S/. 207,643.33				
Pago total de ventas	S/. 28,180.17				
Pago planilla MOD	S/. 129,035.50	S/. 129,035.50	S/. 157,215.67	S/. 157,215.67	S/. 157,215.67
<b>Total pago de planillas</b>	<b>S/. 364,859.00</b>	<b>S/. 364,859.00</b>	<b>S/. 393,039.17</b>	<b>S/. 393,039.17</b>	<b>S/. 393,039.17</b>
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Valor de ventas	S/. 1,264,591.53	S/. 1,642,613.09	S/. 1,915,285.60	S/. 2,196,574.82	S/. 2,486,602.43
<b>Total pago de planillas</b>	<b>S/. 364,859.00</b>	<b>S/. 364,859.00</b>	<b>S/. 393,039.17</b>	<b>S/. 393,039.17</b>	<b>S/. 393,039.17</b>
% de las ventas	28.85%	22.21%	20.52%	17.89%	15.81%

Fuente: Elaboración propia

d. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto

Servicios tercerizados	Monto en S/.	frecuencia	2018	2019	2020	2021	2022
Contador	S/. 350	Mensual	S/. 4,200.00				
Asesor de Marketing	S/. 2,000	Mensual	S/. 24,000.00				
Asesoría legal	S/. 500	trimestral	S/. 2,000.00				
<b>Total servicios tercerizados</b>			<b>S/. 30,200.00</b>				

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

e. Horario de Trabajo de puestos de trabajo

Puestos	Horas																								
	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24									
Gerente General					R																				
Supervisor de Tienda 1							R																		
Supervisor de Tienda 2											R														
Cocinero 1							R																		
Cocinero 2											R														
Cajero 1							R																		
Cajero 2											R														
Asistente de Operaciones 1							R																		
Asistente de Operaciones 2							R																		
Asistente de Operaciones 3							R																		
Asistente de Operaciones 4											R														
Asistente de Operaciones 5											R														
Asistente de Operaciones 6											R														

 Turno Mañana  
 Turno Tarde

## Capítulo VI

### Estudio Técnico

#### 6.1. Tamaño del Proyecto

##### 6.1.1. Capacidad instalada

a. Criterios:

En base a las ollas capacidad 18 litros con todos los ingredientes:

b. Cálculos

Capacidad de todas las ollas por hora efectiva (6 ollas)	<b>108</b>	Litros de sopa por hora
capacidad diaria( 4horas de trabajo efectivo diarias, 4 tandas diarias en promedio)	<b>432</b>	Litros de sopa por día
Capacidad mensual(30 días)	<b>12,960</b>	Litros de sopa/ mes
<b>Capacidad anual</b>	<b>155,520</b>	<b>Litros de sopa al año</b>

Fuente: Elaboración propia

##### 6.1.2. Capacidad utilizada

Es la relación entre el volumen de la producción que se está obteniendo actualmente y el volumen o cantidad de producción que potencialmente podría generarse en un periodo de tiempo determinado, de acuerdo con las condiciones de infraestructura, equipamiento, procedimientos técnicos y organizativos que se utilizan actualmente en la unidad económica; así como los costos variables (materias primas y personal ocupado) que se van adaptando con base en las necesidades de producción.

Para poder conseguir la capacidad usada de planta es importante tener en cuenta los distintos factores tanto internos como externos que hacen que la capacidad de los recursos se vea afectados entre ellos, como los tiempos de mantenimiento de equipos, horario para

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

almuerzo o descanso del personal, turnos que se labora y los horarios del centro comercial.

Consideramos la capacidad normal de la empresa, como aquella en la que se cuenten con un

turno de operarios de 08 horas al día y 7 días de la semana.

**Cálculos**

	2018	2019	2020	2021	2022
Total a producir combos 1 (500 ml)	60,196.41	78,190.80	91,170.41	104,560.19	118,365.93
Total a producir combos 2(900 ml)	36,203.96	47,026.32	54,832.66	62,885.68	71,188.87
<b>Total combos a producir</b>	<b>96,400.37</b>	<b>125,217.12</b>	<b>146,003.07</b>	<b>167,445.87</b>	<b>189,554.80</b>
Total litros de sopa combo 1	30,098.21	39,095.40	45,585.20	52,280.09	59,182.96
Total litros de sopa combo 2	32,583.56	42,323.69	49,349.39	56,597.11	64,069.98
<b>Total litros de sopa a producir (tamaño normal)</b>	<b>62,681.77</b>	<b>81,419.09</b>	<b>94,934.60</b>	<b>108,877.20</b>	<b>123,252.95</b>

Fuente: Elaboración propia

**Porcentaje de utilización de la capacidad instalada**

	2018	2019	2020	2021	2022
Total litros de sopa a producir(tamaño normal)	62,681.77	81,419.09	94,934.60	108,877.20	123,252.95
Capacidad instalada en litros de sopa	155,520.00	155,520.00	155,520.00	155,520.00	155,520.00
<b>% de utilización</b>	<b>40.30%</b>	<b>52.35%</b>	<b>61.04%</b>	<b>70.01%</b>	<b>79.25%</b>

Fuente: Elaboración propia

**6.1.3. Capacidad Máxima**

a. Criterios

Maquina más lenta cocina industrial (6 ollas)

b. Cálculos

Capacidad de todas las ollas por hora efectiva (6 ollas)	108	Litros de sopa por hora
Asumiendo se realizan 8 tandas al día (en el horario de 11:00 a 23:00 hrs.)	864	Litros de sopa por día
Capacidad mensual (30 días)	25,920	Litros de sopa/ mes
<b>Capacidad anual</b>	<b>311,040</b>	<b>Litros de sopa al año</b>

Fuente: Elaboración propia

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de Flujo de Proceso de Producción

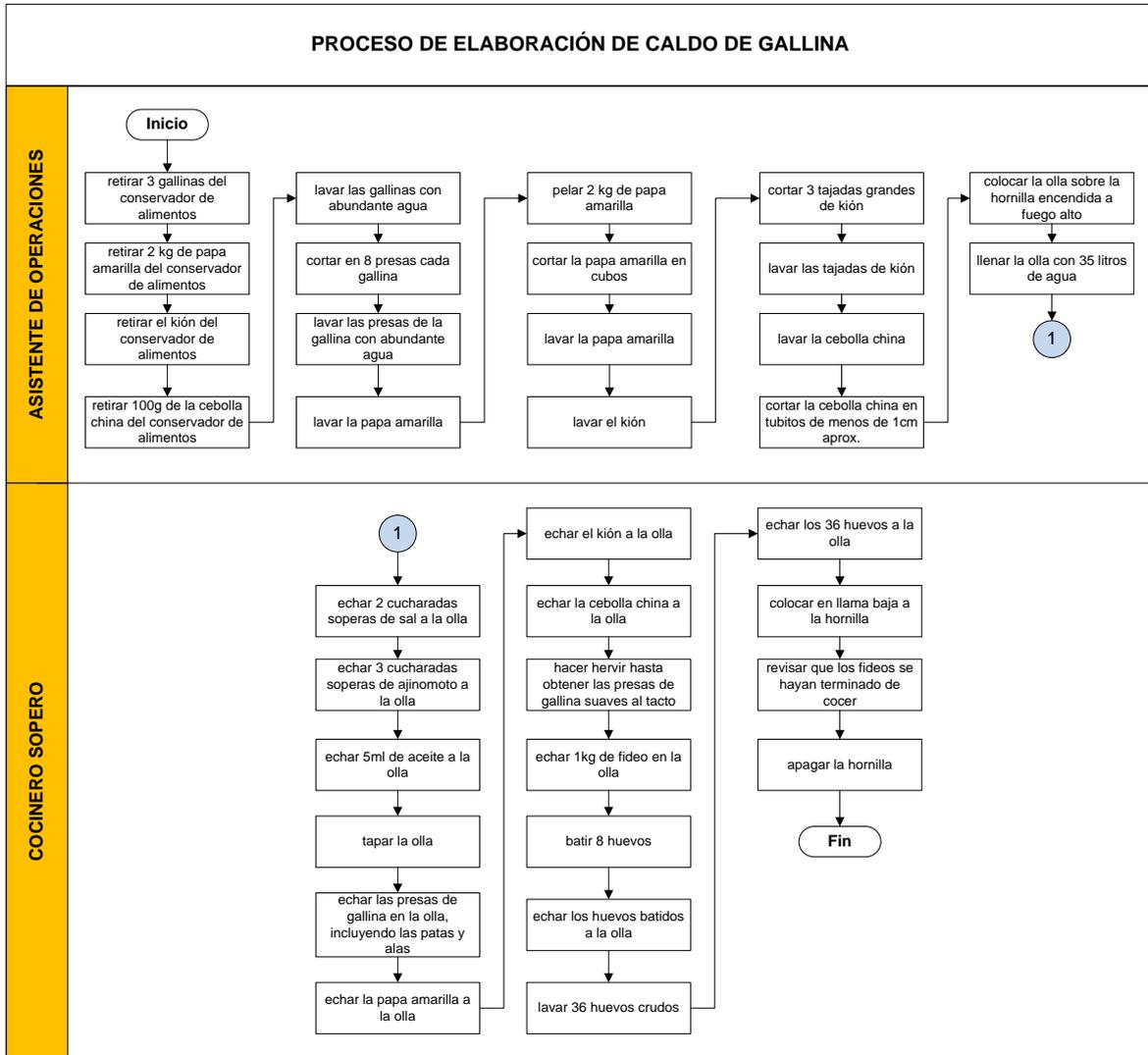
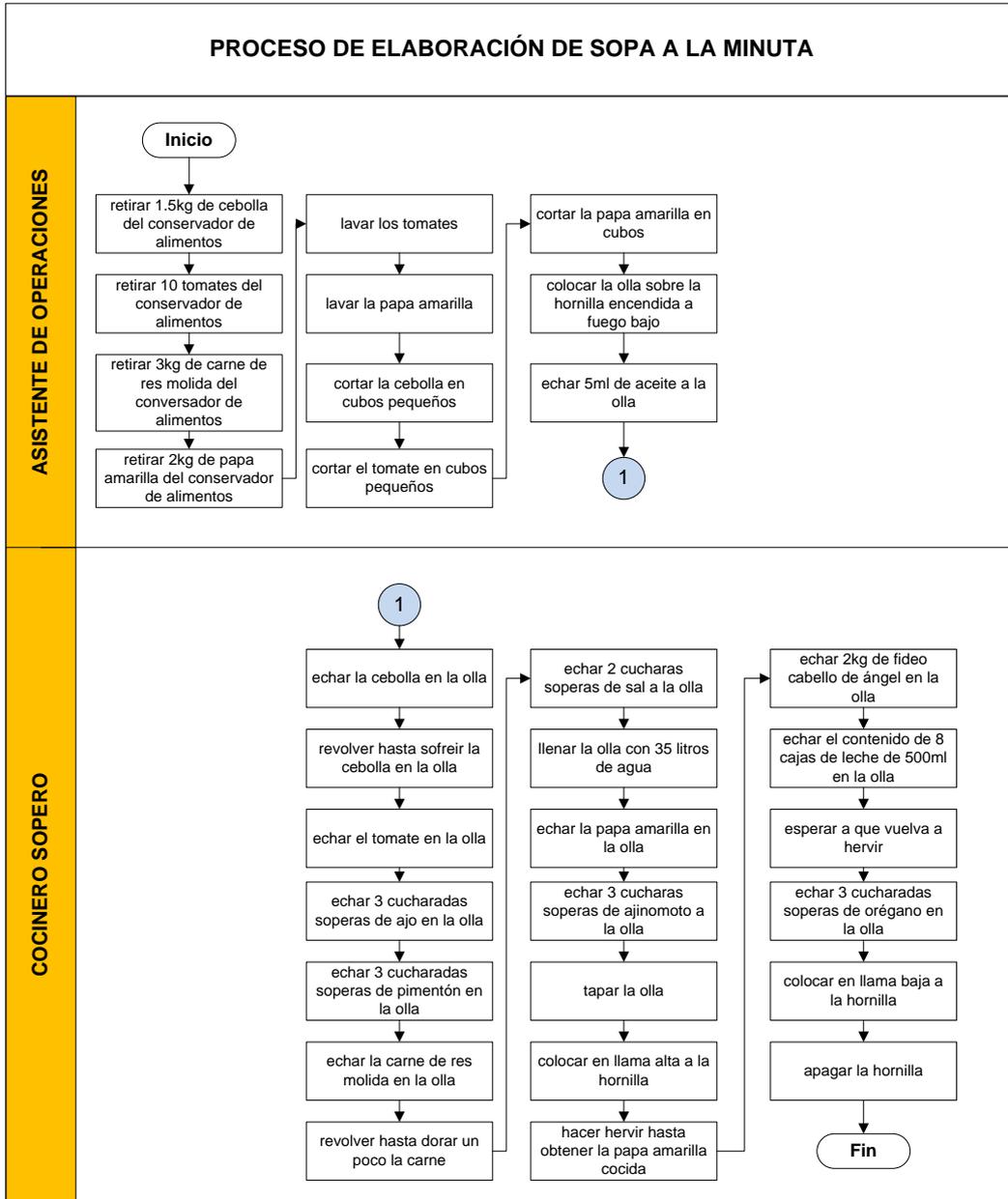
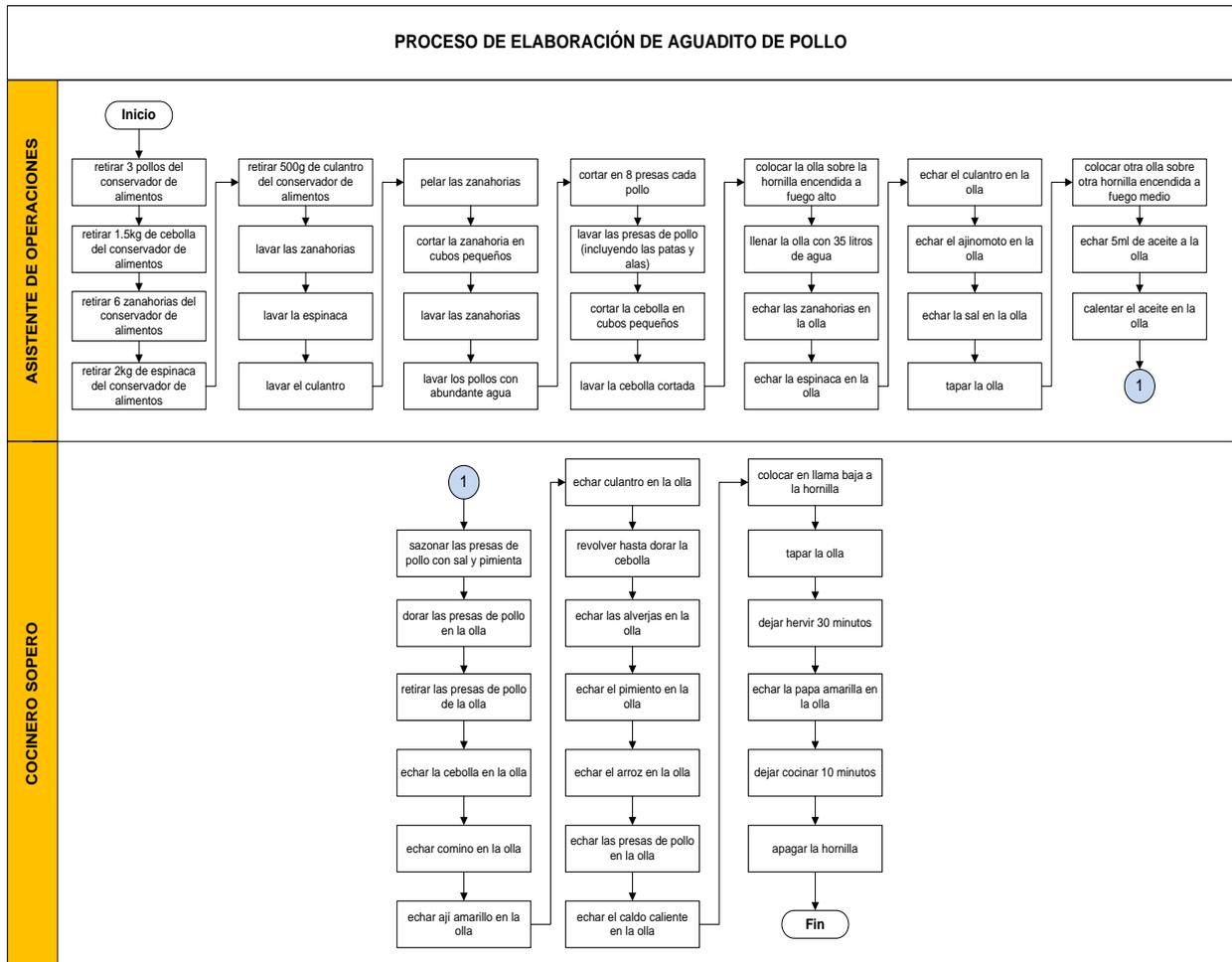


Figura 65. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Caldo de Gallina  
Fuente: Elaboración propia



*Figura 66. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Sopa a la Minuta*  
 Fuente: Elaboración propia



*Figura 67. Diagrama de Flujo del Proceso de elaboración de Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia

## 6.2.2. Programa de producción

### 6.2.2.1.COMBO 1 (500 ml)

#### Aguadito de Pollo

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo</b>		<b>15,000</b>	<b>17,877</b>	<b>20,844</b>	<b>23,905</b>	<b>27,062</b>
Sampling	1.00%	2%	2%	2%	2%	2%
Merma de producto terminado		3%	3%	3%	3%	3%

*Figura 68. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

			Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2017-2018	%			2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	91.75%
Unidades vendidas				375	525	675	1,063	1,213	913	1,600	1,900	1,750	1,100	1,250	1,400	13,763
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	150	8	11	14	21	24	18	32	38	35	22	25	28	275
MERMA	3.00%	UNIDADES	5	11	16	20	32	36	27	48	57	53	33	38	42	
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo a producir			155	394	551	709	1,116	1,273	958	1,680	1,995	1,838	1,155	1,313	1,470	14,451

*Figura 69. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2017-2018*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2019	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	715	894	1,073	1,490	1,668	1,311	1,907	2,264	2,086	1,311	1,490	1,668	17,877
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	14	18	21	30	33	26	38	45	42	26	30	33	358
MERMA	3.00%	UNIDADES	21	27	32	45	50	39	57	68	63	39	45	50	
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo a producir			751	939	1,126	1,564	1,752	1,376	2,002	2,378	2,190	1,376	1,564	1,752	18,770

*Figura 70. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2019*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2020	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	834	1,042	1,251	1,737	1,945	1,529	2,223	2,640	2,432	1,529	1,737	1,945	20,844
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	17	21	25	35	39	31	44	53	49	31	35	39	417
MERMA	3.00%	UNIDADES	25	31	38	52	58	46	67	79	73	46	52	58	
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo a producir			875	1,094	1,313	1,824	2,043	1,605	2,335	2,772	2,553	1,605	1,824	2,043	21,886

*Figura 71. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2020*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2021	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	956	1,195	1,434	1,992	2,231	1,753	2,550	3,028	2,789	1,753	1,992	2,231	23,905
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	19	24	29	40	45	35	51	61	56	35	40	45	478
MERMA	3.00%	UNIDADES	29	36	43	60	67	53	76	91	84	53	60	67	
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo a producir			1,004	1,255	1,506	2,092	2,343	1,841	2,677	3,179	2,928	1,841	2,092	2,343	25,101

*Figura. Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo 2021*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Combo 1 (500 ml) Aguadito de Pollo a producir	155	14,451	18,770	21,886	25,101	28,415

*Figura 72. Resumen de producción Combo 1 Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de Sampling	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	155	275	358	417	478	541

*Figura 73. Resumen de Sampling*  
Fuente: Elaboración propia

Insumos Aguadito de pollo 500 ml	Gramos	Prec. Kg	costo por kg	Costo unitario
aceite	20	4.56	S/. 3.86	S/. 0.08
pollo	300	6.5	S/. 5.51	S/. 1.65
cebolla roja	50	1.8	S/. 1.53	S/. 0.08
aji amarillo	20	18	S/. 15.25	S/. 0.31
culantro licuado	125	4	S/. 3.39	S/. 0.42
alverjas	25	4	S/. 3.39	S/. 0.08
pimiento en tiras	70	6	S/. 5.08	S/. 0.36
arroz	100	2.43	S/. 2.06	S/. 0.21
caldo de pollo (se obtiene del mismo pollo)	500	-	S/. 0.00	S/. 0.00
papa amarillas	100	1.4	S/. 1.19	S/. 0.12
Sal	5	1.7	S/. 1.44	S/. 0.01
Pimienta	1	55	S/. 46.61	S/. 0.05
comino	1	60	S/. 50.85	S/. 0.05
<b>Guarnición Aguadito de pollo 500 ml</b>	<b>Gramos</b>	<b>Precio por</b>	<b>costo por kg</b>	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de aji	20	13.5	S/. 11.44	S/. 0.23
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00
<b>Bebida Aguadito de pollo 500 ml</b>	<b>ml</b>	<b>Precio por</b>	<b>costo por litro</b>	
Chicha	280	1.4	S/. 1.19	S/. 0.17
Gaseosa	280	2	S/. 1.69	S/. 0.24
<b>Envase</b>	<b>unidad</b>	<b>Precio por</b>	<b>costo</b>	
tazon descartable 500 ml	1	0.1	S/. 0.08	S/. 0.08
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitario</b>	<b>S/. 4.34</b>

*Figura 74. Insumos Aguadito de Pollo 500 ml (S/)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos aguadito de pollo 500 ml	Unidad	Dic-17	Ene-18	2019	2020	2021	2022
.aceite	Kg	3	8	375	438	502	568
pollo	Kg	46	118	5631	6566	7530	8524
cebolla roja	Kg	8	20	939	1094	1255	1421
aji amarillo	Kg	3	8	375	438	502	568
culantro licuado	Kg	19	49	2346	2736	3138	3552
.alverjas	Kg	4	10	469	547	628	710
pimiento en tiras	Kg	11	28	1314	1532	1757	1989
arroz	Kg	15	39	1877	2189	2510	2841
.caldo de pollo (se obtiene del mismo pollo)	Kg	77	197	9385	10943	12550	14207
papa amarillas	Kg	15	39	1877	2189	2510	2841
Sal	Kg	1	2	94	109	126	142
Pimienta	Kg	0.155	0.394	19	22	25	28
comino	Kg	0.155	0.394	19	22	25	28
Guarnición Aguadito de pollo 500 ml	Unidad	Dic-17	Ene-18	2019	2020	2021	2022
canchita serrana	Kg	3	8	375	438	502	568
Crema de aji	Kg	3	8	375	438	502	568
limón	Kg	1	2	94	109	126	142
Bebida Aguadito de pollo 500 ml	Unidad	Dic-17	Ene-18	2019	2020	2021	2022
Chicha	litros	22	55	5256	6128	7028	7956
Gaseosa	litros	22	55	5256	6128	7028	7956
Envase	Unidad	Dic-17	Ene-18	2019	2020	2021	2022
tazon descartable 500 ml	unidades	155	394	18770	21886	25101	28415
cubiertos descartables	unidades	155	394	18770	21886	25101	28415

Figura 75. Insumos Aguadito de Pollo 500 ml (Unidades físicas)  
Fuente: Elaboración propia

**Caldo de Gallina**

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina</b>		<b>28,804</b>	<b>34,327</b>	<b>40,026</b>	<b>45,904</b>	<b>51,965</b>
<b>Sampling</b>	1.00%	2%	2%	2%	2%	2%
<b>Merma de producto terminado</b>		3%	3%	3%	3%	3%

Figura 76. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina  
Fuente: Elaboración propia

		Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
Combo 1 (500 ml caldo de gallina) 2017-2018	%		2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	91.75%
Unidades vendidas			720	1,008	1,296	2,040	2,328	1,752	3,072	3,648	3,360	2,112	2,400	2,688	26,427
SAMPLING	2.00% UNIDADES	288	14	20	26	41	47	35	61	73	67	42	48	54	529
MERMA	3.00% UNIDADES	9	22	30	39	61	70	53	92	109	101	63	72	81	
Combo 1 (500 ml caldo de gallina) a producir		297	756	1,059	1,361	2,142	2,445	1,840	3,226	3,831	3,528	2,218	2,520	2,823	27,749

Figura 77. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina 2017-2018  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

		Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Combo 1 (500 ml caldo degallina) 2019	%	4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas	UNIDADES	1,373	1,716	2,060	2,861	3,204	2,517	3,662	4,348	4,005	2,517	2,861	3,204	34,327
SAMPLING	2.00% UNIDADES	27	34	41	57	64	50	73	87	80	50	57	64	687
MERMA	3.00% UNIDADES	41	51	62	86	96	76	110	130	120	76	86	96	
Combo 1(500 ml caldo de gallina) a producir		1,442	1,802	2,163	3,004	3,364	2,643	3,845	4,566	4,205	2,643	3,004	3,364	36,044

*Figura 78. Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina 2019*  
Fuente: Elaboración propia

		Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
Combo 1(500 ml caldo degallina) 2020	%	4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas	UNIDADES	1,601	2,001	2,402	3,335	3,736	2,935	4,269	5,070	4,670	2,935	3,335	3,736	40,026
SAMPLING	2.00% UNIDADES	32	40	48	67	75	59	85	101	93	59	67	75	801
MERMA	3.00% UNIDADES	48	60	72	100	112	88	128	152	140	88	100	112	
Combo 1(500 ml caldo de gallina) a producir		1,681	2,101	2,522	3,502	3,923	3,082	4,483	5,323	4,903	3,082	3,502	3,923	42,027

*Figura 79: Combo 1(500 ml) Caldo de Gallina 2020*  
Fuente: Elaboración propia

		Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Combo 1(500 ml caldo degallina) 2021	%	4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas	UNIDADES	1,836	2,295	2,754	3,825	4,284	3,366	4,896	5,815	5,355	3,366	3,825	4,284	45,904
SAMPLING	2.00% UNIDADES	37	46	55	77	86	67	98	116	107	67	77	86	918
MERMA	3.00% UNIDADES	55	69	83	115	129	101	147	174	161	101	115	129	
Combo 1(500 ml caldo de gallina) a producir		1,928	2,410	2,892	4,017	4,499	3,535	5,141	6,105	5,623	3,535	4,017	4,499	48,199

*Figura 80. Combo 1(500 ml) Caldo de Gallina 2021*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina a producir	297	27,749	36,044	42,027	48,199	54,563

*Figura 81. Resumen de producción Combo 1 (500 ml) Caldo de Gallina*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	297	529	687	801	918	1,039

*Figura 82. Resumen de sampling y stock*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos caldo de gallina 500 ml	Gramos	Precio p	costo por kg	Costo unitario
gallina	300	9.5	S/. 8.05	S/. 2.42
papas amarillas	100	1.5	S/. 1.27	S/. 0.13
kión	50	2	S/. 1.69	S/. 0.08
sal	50	1.7	S/. 1.44	S/. 0.07
ajinomoto	1	15.2	S/. 12.88	S/. 0.01
huevo	32	4.6	S/. 3.90	S/. 0.12
fideo largo	200	1.4	S/. 1.19	S/. 0.24
Guarnición caldo de gallina 500 ml	Gramos	Precio p	costo por kg	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de ají	20	12.5	S/. 10.59	S/. 0.21
cebolla china	20	2	S/. 1.69	S/. 0.03
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00
Bebida caldo de gallina 500 ml	ml	Precio p	costo po lt	
Chicha	280	1.4	S/. 1.19	S/. 0.17
Gaseosa	280	2	S/. 1.69	S/. 0.24
Envase	unidad	Precio p	costo	
tazon descartable 500 ml	1	0.1	S/. 0.08	S/. 0.08
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitari</b>	<b>S/. 4.02</b>

Figura 83. Insumos Caldo de Gallina 500 ml (S/)

Fuente: Elaboración propia

Insumos caldo de gallina 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
gallina	Kg	89	8325	10813	12608	14460	16369
papas amarillas	Kg	30	2775	3604	4203	4820	5456
kión	Kg	15	1387	1802	2101	2410	2728
sal	Kg	15	1387	1802	2101	2410	2728
ajinomoto	Kg	0	28	36	42	48	55
huevo	Kg	9	888	1153	1345	1542	1746
fideo largo	Kg	59	5550	7209	8405	9640	10913
Guarnición caldo de gallina 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
canchita serrana	Kg	6	555	721	841	964	1091
Crema de ají	Kg	6	555	721	841	964	1091
cebolla china	Kg	6	555	721	841	964	1091
limón	Kg	1	139	180	210	241	273
Bebida caldo de gallina 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Chicha	litros	42	3885	5046	5884	6748	7639
Gaseosa	litros	42	3885	5046	5884	6748	7639
Envase	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
tazon descartable 500 ml	unidades	297	27749	36044	42027	48199	54563
cubiertos descartables	unidades	297	27749	36044	42027	48199	54563

Figura 84. Insumos Caldo de Gallina 500 ml (Unidades físicas)

Fuente: Elaboración propia

**Sopa a la Minuta**

Sopa a la minuta		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 1 (sopa a la minuta)</b>		<b>18,681</b>	<b>22,263</b>	<b>25,959</b>	<b>29,772</b>	<b>33,703</b>
<b>Sampling</b>	1.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
<b>Merma de producto terminado</b>	0.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

			Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	
Combo 1(sopa a la minuta) 2017-2018	%			2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	Total
Unidades vendidas				467	654	841	1,323	1,510	1,136	1,993	2,366	2,179	1,370	1,557	1,744	17,140
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	187	9	13	17	26	30	23	40	47	44	27	31	35	343
MERMA	3.00%	UNIDADES	6	14	20	25	40	45	34	60	71	65	41	47	52	
Combo 1(sopa a la minuta) a producir			192	490	687	883	1,389	1,586	1,193	2,092	2,485	2,288	1,438	1,635	1,831	17,997

Figura 85. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2017-2018

Fuente: Elaboración propia

			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	
Combo 1(sopa a la minuta) 2019	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	Total
Unidades vendidas		UNIDADES	891	1,113	1,336	1,855	2,078	1,633	2,375	2,820	2,597	1,633	1,855	2,078	22,263
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	18	22	27	37	42	33	47	56	52	33	37	42	445
MERMA	3.00%	UNIDADES	27	33	40	56	62	49	71	85	78	49	56	62	
Combo 1(sopa a la minuta) a producir			935	1,169	1,403	1,948	2,182	1,714	2,494	2,961	2,727	1,714	1,948	2,182	23,377

Figura 86. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2019

Fuente: Elaboración propia

			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	
Combo 1(sopa a la minuta) 2020	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	Total
Unidades vendidas		UNIDADES	1,038	1,298	1,558	2,163	2,423	1,904	2,769	3,288	3,029	1,904	2,163	2,423	25,959
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	21	26	31	43	48	38	55	66	61	38	43	48	519
MERMA	3.00%	UNIDADES	31	39	47	65	73	57	83	99	91	57	65	73	
Combo 1(sopa a la minuta) a producir			1,090	1,363	1,635	2,271	2,544	1,999	2,907	3,453	3,180	1,999	2,271	2,544	27,257

Figura 87. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2020

Fuente: Elaboración propia

			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	
Combo 1(sopa a la minuta) 2021	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	Total
Unidades vendidas		UNIDADES	1,191	1,489	1,786	2,481	2,779	2,183	3,176	3,771	3,473	2,183	2,481	2,779	29,772
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	24	30	36	50	56	44	64	75	69	44	50	56	595
MERMA	3.00%	UNIDADES	36	45	54	74	83	65	95	113	104	65	74	83	
Combo 1(sopa a la minuta) a producir			1,250	1,563	1,876	2,605	2,918	2,292	3,334	3,960	3,647	2,292	2,605	2,918	31,260

Figura 88. Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta 2021

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 1 (sopa a la minuta) a producir</b>	192	17,997	23,377	27,257	31,260	35,388

*Figura 89. Resumen de producción Combo 1 (500ml) Sopa a la Minuta*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	192	343	445	519	595	674

*Figura 90. Resumen de sampling y stock*  
Fuente: Elaboración propia

Insumos sopa a la minuta 500 ml	Gramos	Precio por Kg	costo por kg	Costo unitario
Cebolla roja	50	S/. 1.80	S/. 1.53	S/. 0.08
tomate	50	S/. 2.60	S/. 2.20	S/. 0.11
cucharadita de ajo molido	5	S/. 18.00	S/. 15.25	S/. 0.08
papas amarillas peladas en cuadrados	100	S/. 1.40	S/. 1.19	S/. 0.12
pimentón	5	S/. 65.00	S/. 55.08	S/. 0.28
carne molida de res	80	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 1.36
de fideo cabello de angel	125	S/. 4.20	S/. 3.56	S/. 0.44
leche	200	S/. 2.90	S/. 2.46	S/. 0.49
oregano molido	1	S/. 62.50	S/. 52.97	S/. 0.05
huevo	32	S/. 4.60	S/. 3.90	S/. 0.12
sal	5	S/. 1.70	S/. 1.44	S/. 0.01
Guarnición sopa a la minuta 500 ml	Gramos	Precio por Kg	costo por kg	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de aji	20	12.5	S/. 10.59	S/. 0.21
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00407
Bebida sopa a la minuta 500 ml		Precio por lt	costo po lt	
Chicha	250	1.4	S/. 1.19	S/. 0.15
Gaseosa	250	2	S/. 1.69	S/. 0.21
Envase	unidad	Precio por unidad/ciento	costo	
tazon descartable 500 ml	1	0.10	S/. 0.08	S/. 0.08
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitario de</b>	<b>S/. 4.01</b>

*Figura 91. Insumos Sopa a la Minuta 500 ml (S/)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos sopa a la minuta 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Cebolla roja	Kg	10	900	1169	1363	1563	1769
tomate	Kg	10	900	1169	1363	1563	1769
cucharadita de ajo molido	Kg	1	90	117	136	156	177
papas amarillas peladas en cuadrados	Kg	19	1800	2338	2726	3126	3539
pimentón	Kg	1	90	117	136	156	177
carne molida de res	Kg	15	1440	1870	2181	2501	2831
de fideo cabello de angel	Kg	24	2250	2922	3407	3908	4423
leche	Kg	38	3599	4675	5451	6252	7078
oregano molido	Kg	0	18	23	27	31	35
huevo	Kg	6	576	748	872	1000	1132
sal	Kg	1	90	117	136	156	177
Guarnición sopa a la minuta 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
canchita serrana	Kg	4	360	468	545	625	708
Crema de ají	Kg	4	360	468	545	625	708
limón	Kg	1	90	117	136	156	177
Bebida sopa a la minuta 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Chicha	litros	24	2250	2922	3407	3908	4423
Gaseosa	litros	24	2250	2922	3407	3908	4423
Envase	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
tazon descartable 500 ml	unidades	192	17997	23377	27257	31260	35388
cubiertos descartables	unidades	192	17997	23377	27257	31260	35388

Figura 92. Insumos Sopa a la Minuta 500 ml (Unidades Físicas)  
Fuente: Elaboración propia

**6.2.2.2.COMBO 2 (900 ml)**

**Aguadito de Pollo**

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 2(Aguadito de pollo)</b>		<b>9,021</b>	<b>10,752</b>	<b>12,536</b>	<b>14,377</b>	<b>16,276</b>
<b>Sampling</b>	1.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
<b>Merma de producto terminado</b>	0.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%

Figura 93. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo  
Fuente: Elaboración propia

		Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
Combo 2(Aguadito de pollo) 2017-2018	%		2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	91.75%
Unidades vendidas			226	316	406	639	729	549	962	1,143	1,053	662	752	842	8,277
SAMPLING	2.00% UNIDADES	90	5	6	8	13	15	11	19	23	21	13	15	17	166
MERMA	3.00% UNIDADES	3	7	9	12	19	22	16	29	34	32	20	23	25	
Combo 2(Aguadito de pollo) a producir		93	237	332	426	671	766	576	1,010	1,200	1,105	695	789	884	8,691

Figura 94. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2017-2018  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Combo 2(Aguadito de pollo) 2019	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	430	538	645	896	1,003	788	1,147	1,362	1,254	788	896	1,003	10,752
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	9	11	13	18	20	16	23	27	25	16	18	20	215
MERMA	3.00%	UNIDADES	13	16	19	27	30	24	34	41	38	24	27	30	
Combo 2(Aguadito de pollo) a producir			452	564	677	941	1,054	828	1,204	1,430	1,317	828	941	1,054	11,289

*Figura 95. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2019*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
Combo 2(Aguadito de pollo) 2020	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	501	627	752	1,045	1,170	919	1,337	1,588	1,463	919	1,045	1,170	12,536
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	10	13	15	21	23	18	27	32	29	18	21	23	251
MERMA	3.00%	UNIDADES	15	19	23	31	35	28	40	48	44	28	31	35	
Combo 2(Aguadito de pollo) a producir			527	658	790	1,097	1,229	965	1,404	1,667	1,536	965	1,097	1,229	13,163

*Figura 96. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2020*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Combo 2(Aguadito de pollo) 2021	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	575	719	863	1,198	1,342	1,054	1,534	1,821	1,677	1,054	1,198	1,342	14,377
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	12	14	17	24	27	21	31	36	34	21	24	27	288
MERMA	3.00%	UNIDADES	17	22	26	36	40	32	46	55	50	32	36	40	
Combo 2(Aguadito de pollo) a producir			604	755	906	1,258	1,409	1,107	1,610	1,912	1,761	1,107	1,258	1,409	15,096

*Figura 97. Combo 2 (900ml) Aguadito de pollo 2021*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Combo 2(Aguadito de pollo) a producir	93	8,691	11,289	13,163	15,096	17,090

*Figura 98. Resumen de producción Combo 2 (900ml) Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia

resumen de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	93	166	215	251	288	326

*Figura 99. Resumen de sampling y stock*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos Aguadito de pollo 900 ml	Gramos	Precio por Kg	costo por kg	Costo unitario
aceite	40	4.56	S/. 3.86	S/. 0.15
pollo	600	6.5	S/. 5.51	S/. 3.31
cebolla roja	100	1.8	S/. 1.53	S/. 0.15
aji amarillo	40	18	S/. 15.25	S/. 0.61
culantro licuado	250	4	S/. 3.39	S/. 0.85
alverjas	50	4	S/. 3.39	S/. 0.17
pimiento en tiras	140	6	S/. 5.08	S/. 0.71
arroz	200	2.43	S/. 2.06	S/. 0.41
caldo de pollo (se obtiene del mismo pollo)	1000	-	S/. 0.00	S/. 0.00
papa amarillas	200	1.4	S/. 1.19	S/. 0.24
Sal	10	1.7	S/. 1.44	S/. 0.01
Pimienta	2	55	S/. 46.61	S/. 0.09
comino	2	60	S/. 50.85	S/. 0.10
Guarnición Aguadito de pollo 900 ml	Gramos	Precio por Kg	costo por kg	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de aji	20	13.5	S/. 11.44	S/. 0.23
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00
Bebida Aguadito de pollo 900 ml	ml	Precio por lt	costo po lt	
Chicha	280	1.4	S/. 1.19	S/. 0.17
Gaseosa	280	2	S/. 1.69	S/. 0.24
Envase	unidad	unidad/cien	costo	
tazon descartable 900 ml	1	0.12	S/. 0.10	S/. 0.10
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitari</b>	<b>S/. 7.76</b>

Figura 100. Insumos Aguadito de Pollo 900 ml (S/)

Fuente: Elaboración propia

Insumos aguadito de pollo 900 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
aceite	Kg	4	348	452	527	604	684
pollo	Kg	56	5215	6773	7898	9058	10254
cebolla roja	Kg	9	869	1129	1316	1510	1709
aji amarillo	Kg	4	348	452	527	604	684
culantro licuado	Kg	23	2173	2822	3291	3774	4272
alverjas	Kg	5	435	564	658	755	854
pimiento en tiras	Kg	13	1217	1580	1843	2113	2393
arroz	Kg	19	1738	2258	2633	3019	3418
caldo de pollo (se obtiene del mismo pollo)	Kg	93	8691	11289	13163	15096	17090
papa amarillas	Kg	19	1738	2258	2633	3019	3418
Sal	Kg	1	87	113	132	151	171
Pimienta	Kg	0	17	23	26	30	34
comino	Kg	0	17	23	26	30	34
Guarnición Aguadito de pollo 900 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
canchita serrana	Kg	2	174	226	263	302	342
Crema de aji	Kg	2	174	226	263	302	342
limón	Kg	0	43	56	66	75	85
Bebida Aguadito de pollo 900 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Chicha	litros	13	1217	1580	1843	2113	2393
Gaseosa	litros	13	1217	1580	1843	2113	2393
Envase	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
tazon descartable 900 ml	unidades	93	8691	11289	13163	15096	17090
cubiertos descartables	unidades	93	8691	11289	13163	15096	17090

Figura 101. Insumos Aguadito de Pollo 900 ml (Unidades Físicas)

Fuente: Elaboración propia

**Caldo de Gallina**

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 2(caldo de gallina)</b>		<b>17,323</b>	<b>20,646</b>	<b>24,073</b>	<b>27,608</b>	<b>31,253</b>
<b>Sampling</b>	1.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
<b>Merma de producto terminado</b>	0.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%

*Figura 102. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina*  
Fuente: Elaboración propia

			Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
<b>Combo 2(caldo de gallina) 2017-2018</b>	%			2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	91.75%
Unidades vendidas				433	606	780	1,227	1,400	1,054	1,848	2,194	2,021	1,270	1,444	1,617	15,894
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	173	9	12	16	25	28	21	37	44	40	25	29	32	318
MERMA	3.00%	UNIDADES	5	13	18	23	37	42	32	55	66	61	38	43	49	
<b>Combo 2(caldo de gallina) a producir</b>			178	455	637	819	1,288	1,470	1,107	1,940	2,304	2,122	1,334	1,516	1,698	16,689

*Figura 103. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2017-2018*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
<b>Combo 2(caldo de gallina) 2019</b>	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	826	1,032	1,239	1,720	1,927	1,514	2,202	2,615	2,409	1,514	1,720	1,927	20,646
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	17	21	25	34	39	30	44	52	48	30	34	39	413
MERMA	3.00%	UNIDADES	25	31	37	52	58	45	66	78	72	45	52	58	
<b>Combo 2(caldo de gallina) a producir</b>			867	1,084	1,301	1,806	2,023	1,590	2,312	2,746	2,529	1,590	1,806	2,023	21,678

*Figura 104. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2019*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
<b>Combo 2(caldo de gallina) 2020</b>	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	963	1,204	1,444	2,006	2,247	1,765	2,568	3,049	2,808	1,765	2,006	2,247	24,073
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	19	24	29	40	45	35	51	61	56	35	40	45	481
MERMA	3.00%	UNIDADES	29	36	43	60	67	53	77	91	84	53	60	67	
<b>Combo 2(caldo de gallina) a producir</b>			1,011	1,264	1,517	2,106	2,359	1,854	2,696	3,202	2,949	1,854	2,106	2,359	25,276

*Figura 105. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2020*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Combo 2(caldo de gallina) 2021	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	1,104	1,380	1,656	2,301	2,577	2,025	2,945	3,497	3,221	2,025	2,301	2,577	27,608
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	22	28	33	46	52	40	59	70	64	40	46	52	552
MERMA	3.00%	UNIDADES	33	41	50	69	77	61	88	105	97	61	69	77	
Combo 2(caldo de gallina) a producir			1,160	1,449	1,739	2,416	2,706	2,126	3,092	3,672	3,382	2,126	2,416	2,706	28,989

*Figura 106. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2021*  
Fuente: Elaboración propia

			Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Total
Combo 2(caldo de gallina) 2022	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	1,250	1,563	1,875	2,604	2,917	2,292	3,334	3,959	3,646	2,292	2,604	2,917	31,253
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	25	31	38	52	58	46	67	79	73	46	52	58	625
MERMA	3.00%	UNIDADES	38	47	56	78	88	69	100	119	109	69	78	88	
Combo 2(caldo de gallina) a producir			1,313	1,641	1,969	2,735	3,063	2,407	3,500	4,157	3,829	2,407	2,735	3,063	32,816

*Figura 107. Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina 2022*  
Fuente: Elaboración propia

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Combo 2(caldo de gallina) a producir	178	16,689	21,678	25,276	28,989	32,816

*Figura 108. Resumen de producción Combo 2 (900ml) Caldo de Gallina*  
Fuente: Elaboración propia

resumen de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	178	318	413	481	552	625

*Figura 109. resumen de sampling y stock*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos caldo de gallina 900 ml	Gramos	Precio por	costo por kg	Costo unitario
gallina	600	9.5	S/. 8.05	S/. 4.83
papas amarillas	200	1.5	S/. 1.27	S/. 0.25
kión	100	2	S/. 1.69	S/. 0.17
sal	100	1.7	S/. 1.44	S/. 0.14
ajinomoto	2	15.2	S/. 12.88	S/. 0.03
huevo	32	4.6	S/. 3.90	S/. 0.12
fideo largo	400	1.4	S/. 1.19	S/. 0.47
Guarnición caldo de gallina 900 ml	Gramos	Precio por	costo por kg	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de ají	20	12.5	S/. 10.59	S/. 0.21
cebolla china	20	2	S/. 1.69	S/. 0.03
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00
Bebida caldo de gallina 900 ml	ml	Precio por	costo po lt	
Chicha	280	1.4	S/. 1.19	S/. 0.17
Gaseosa	280	2	S/. 1.69	S/. 0.24
Envase	unidad	Precio por	costo	
tazon descartable 900 ml	1	0.12	S/. 0.10	S/. 0.10
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitario</b>	<b>S/. 6.99</b>

Figura 110. Insumos Caldo de Gallina 900 ml (S/)

Fuente: Elaboración propia

Insumos caldo de gallina 500 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
gallina	Kg	107	10013	13007	15166	17393	19690
papas amarillas	Kg	36	3338	4336	5055	5798	6563
kión	Kg	18	1669	2168	2528	2899	3282
sal	Kg	18	1669	2168	2528	2899	3282
ajinomoto	Kg	0	33	43	51	58	66
huevo	Kg	6	534	694	809	928	1050
fideo largo	Kg	71	6676	8671	10111	11595	13126
Guarnición caldo de gallina 900 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
canchita serrana	Kg	4	334	434	506	580	656
Crema de ají	Kg	4	334	434	506	580	656
cebolla china	Kg	4	334	434	506	580	656
limón	Kg	1	83	108	126	145	164
Bebida caldo de gallina 900 ml	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Chicha	litros	25	2336	3035	3539	4058	4594
Gaseosa	litros	25	2336	3035	3539	4058	4594
Envase	Unidad	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
tazon descartable 900 ml	unidades	178	16689	21678	25276	28989	32816
cubiertos descartables	unidades	178	16689	21678	25276	28989	32816

Figura 111. Insumos Caldo de Gallina 900 ml (Unidades Físicas)

Fuente: Elaboración propia

**Sopa a la Minuta**

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 2(sopa a la minuta)</b>		<b>11,235</b>	<b>13,390</b>	<b>15,613</b>	<b>17,906</b>	<b>20,270</b>
<b>Sampling</b>	1.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
<b>Merma de producto terminado</b>	0.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%

Figura 112. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

			Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
Combo 2(sopa la minuta) 2017-2018	%			2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	91.75%
Unidades vendidas				281	393	506	796	908	683	1,198	1,423	1,311	824	936	1,049	10,308
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	112	6	8	10	16	18	14	24	28	26	16	19	21	206
MERMA	3.00%	UNIDADES	3	8	12	15	24	27	21	36	43	39	25	28	31	
Combo 2(sopa a la minuta) a producir			116	295	413	531	836	954	718	1,258	1,494	1,376	865	983	1,101	10,824

Figura 113. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2017-2018

Fuente: Elaboración propia

			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Combo 2(sopa la minuta) 2019	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	536	669	803	1,116	1,250	982	1,428	1,696	1,562	982	1,116	1,250	13,390
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	11	13	16	22	25	20	29	34	31	20	22	25	268
MERMA	3.00%	UNIDADES	16	20	24	33	37	29	43	51	47	29	33	37	
Combo 2(sopa a la minuta) a producir			562	703	844	1,172	1,312	1,031	1,500	1,781	1,640	1,031	1,172	1,312	14,059

Figura 114. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2019

Fuente: Elaboración propia

			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
Combo 2(sopa la minuta) 2020	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	625	781	937	1,301	1,457	1,145	1,665	1,978	1,821	1,145	1,301	1,457	15,613
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	12	16	19	26	29	23	33	40	36	23	26	29	312
MERMA	3.00%	UNIDADES	19	23	28	39	44	34	50	59	55	34	39	44	
Combo 2(sopa a la minuta) a producir			656	820	984	1,366	1,530	1,202	1,749	2,076	1,913	1,202	1,366	1,530	16,393

Figura 115. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2020

Fuente: Elaboración propia

			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Combo 2(sopa la minuta) 2021	%		4.00%	5.00%	6.00%	8.33%	9.33%	7.33%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%	100.00%
Unidades vendidas		UNIDADES	716	895	1,074	1,492	1,671	1,313	1,910	2,268	2,089	1,313	1,492	1,671	17,906
SAMPLING	2.00%	UNIDADES	14	18	21	30	33	26	38	45	42	26	30	33	358
MERMA	3.00%	UNIDADES	21	27	32	45	50	39	57	68	63	39	45	50	
Combo 2(sopa a la minuta) a producir			752	940	1,128	1,567	1,755	1,379	2,005	2,381	2,193	1,379	1,567	1,755	18,801

Figura 116. Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta 2021

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Combo 2(sopa a la minuta) a producir</b>	116	10,824	14,059	16,393	18,801	21,283

*Figura 117: Resumen de producción Combo 2 (900ml) Sopa a la Minuta*

Fuente: Elaboración propia

resumen de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	116	206	268	312	358	405

*Figura 118. resumen de sampling y stock*

Fuente: Elaboración propia

<b>Receta combo 2(900 ml)</b>				
<b>Insumos sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>Gramos</b>	<b>Precio por Kg</b>	<b>costo por kg</b>	<b>Costo unitario</b>
· Una cebolla mediana cortada en cuadros chicos	100	1.8	S/. 1.53	S/. 0.15
· tomate	100	2.6	S/. 2.20	S/. 0.22
· cucharadita de ajo molido	10	18	S/. 15.25	S/. 0.15
· papas amarillas peladas en cuadrados	200	1.4	S/. 1.19	S/. 0.24
· pimentón	10	65	S/. 55.08	S/. 0.55
· carne molida de res	160	20	S/. 16.95	S/. 2.71
· de fideo cabello de angel	250	4.2	S/. 3.56	S/. 0.89
· leche	400	2.9	S/. 2.46	S/. 0.98
· oregano molido	2	62.5	S/. 52.97	S/. 0.11
· huevo	32	4.6	S/. 3.90	S/. 0.12
· sal	10	1.7	S/. 1.44	S/. 0.01
<b>Guarnición sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>Gramos</b>	<b>Precio por Kg</b>	<b>costo por kg</b>	
canchita serrana	20	10	S/. 8.47	S/. 0.17
Crema de ají	20	12.5	S/. 10.59	S/. 0.21
limón	5	0.96	S/. 0.81	S/. 0.00
<b>Bebida sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>ml</b>	<b>Precio por lt</b>	<b>costo po lt</b>	
Chicha	250	1.4	S/. 1.19	S/. 0.15
Gaseosa	250	2	S/. 1.69	S/. 0.21
<b>Envase</b>	<b>unidad</b>	<b>por unidad/ciento</b>	<b>costo</b>	
tazon descartable 900 ml	1	0.12	S/. 0.10	S/. 0.10
cubiertos descartables	1	0.05	S/. 0.04	S/. 0.04
			<b>Costo unitario</b>	<b>S/. 7.03</b>

*Figura 119. Insumos Sopa a la Minuta 900 ml (S/)*

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Materia prima sopa a la minuta 900 ml</b>							
<b>Insumos sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
· Una cebolla mediana cortada en cuadros chi	Kg	12	1082	1406	1639	1880	2128
· tomate	Kg	12	1082	1406	1639	1880	2128
· cucharadita de ajo molido	Kg	1	108	141	164	188	213
· papas amarillas peladas en cuadrados	Kg	23	2165	2812	3279	3760	4257
· pimentón	Kg	1	108	141	164	188	213
· carne molida de res	Kg	19	1732	2250	2623	3008	3405
· de fideo cabello de angel	Kg	29	2706	3515	4098	4700	5321
· leche	Kg	46	4330	5624	6557	7520	8513
· oregano molido	Kg	0	22	28	33	38	43
· huevo	Kg	4	346	450	525	602	681
· sal	Kg	1	108	141	164	188	213
<b>Guarnición sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
canchita serrana	Kg	2	216	281	328	376	426
Crema de aji	Kg	2	216	281	328	376	426
limón	Kg	1	54	70	82	94	106
<b>Bebida sopa a la minuta 900 ml</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Chicha	litros	14	1353	1757	2049	2350	2660
Gaseosa	litros	14	1353	1757	2049	2350	2660
<b>Envase</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
tazon descartable 900 ml	unidades	116	10824	14059	16393	18801	21283
cubiertos descartables	unidades	116	10824	14059	16393	18801	21283

Figura 120. Insumos Sopa a la Minuta 900 ml (Unidades Físicas)

Fuente: Elaboración propia

**RESUMEN PRODUCCIÓN TOTAL**

<b>Resumen de producción total</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Combo 1 (500 ml Aguadito de Pollo) a producir	155	14,451	18,770	21,886	25,101	28,415
Combo 1 (500 ml caldo de gallina) a producir	297	27,749	36,044	42,027	48,199	54,563
Combo 1 (sopa a la minuta) a producir	192	17,997	23,377	27,257	31,260	35,388
<b>Total a producir combos 1 (500 ml)</b>	<b>644</b>	<b>60,196</b>	<b>78,191</b>	<b>91,170</b>	<b>104,560</b>	<b>118,366</b>

Figura 121. Resumen de producción total de Combo 1 (500 ml)

Fuente: Elaboración propia

<b>Resumen de producción total</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Combo 2 (900 ml aguadito de pollo) a producir	93	8,691	11,289	13,163	15,096	17,090
Combo 2 (900 ml caldo de gallina) a producir	178	16,689	21,678	25,276	28,989	32,816
Combo 2 (900 ml sopa a la minuta) a producir	116	10,824	14,059	16,393	18,801	21,283
<b>Total a producir combos 2 (900 ml)</b>	<b>387</b>	<b>36,204</b>	<b>47,026</b>	<b>54,833</b>	<b>62,886</b>	<b>71,189</b>

Figura 122. Resumen de producción total de Combo 2 (900 ml)

Fuente: Elaboración propia

**6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos**

<b>Resumen de materias primas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Cebolla roja	Kg	38	3,574	4,642	5,413	6,208	7,027
tomate	Kg	21	1,982	2,575	3,002	3,443	3,898
cucharadita de ajo molido	Kg	2	198	257	300	344	390
papas amarillas peladas en cuadrados	Kg	142	13,260	17,224	20,084	23,033	26,074
pimentón	Kg	2	198	257	300	344	390
carne molida de res	Kg	34	3,172	4,120	4,803	5,509	6,236
de fideo cabello de angel	Kg	53	4,956	6,437	7,505	8,608	9,744
leche	Kg	85	7,929	10,299	12,009	13,772	15,591
oregano molido	Kg	0	40	51	60	69	78
huevo	Kg	25	2,344	3,045	3,551	4,072	4,610
sal	Kg	36	3,414	4,434	5,170	5,930	6,713
gallina	Kg	196	18,338	23,820	27,774	31,853	36,059
kión	Kg	33	3,056	3,970	4,629	5,309	6,010
ajinomoto	Kg	1	61	79	93	106	120
fideo largo	Kg	131	12,225	15,880	18,516	21,235	24,039
.aceite	Kg	7	637	827	964	1,106	1,252
pollo	Kg	102	9,550	12,405	14,464	16,588	18,778
aji amarillo	Kg	7	637	827	964	1106	1252
culantro licuado	Kg	43	3979	5169	6027	6912	7824
.alverjas	Kg	9	796	1034	1205	1382	1565
pimiento en tiras	Kg	24	2228	2894	3375	3871	4382
arroz	Kg	34	3,183	4,135	4,821	5,529	6,259
Pimienta	Kg	0.34	31.83	41.35	48.21	55.29	62.59
comino	Kg	0.34	31.83	41.35	48.21	55.29	62.59
<b>Guarnición</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
canchita serrana	Kg	21	1928	2504	2920	3349	3791
Crema de ají	Kg	21	1928	2504	2920	3349	3791
cebolla china	Kg	10	889	1154	1346	1544	1748
limón	Kg	5	482	626	730	837	948
<b>Bebidas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Chicha	Lt	105	9824	12761	14879	17064	19317
Gaseosa	Lt	105	9824	12761	14879	17064	19317
<b>Envases</b>	<b>Unidad</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
tazon descartable 500 ml	unidades	644	60196	78191	91170	104560	118366
tazon descartable 900 ml	unidades	387	36204	47026	54833	62886	71189
cubiertos descartables	uniades	1031	96400	125217	146003	167446	189555

*Figura 123. Resumen Anual de requerimiento de materias primas (Unidades Físicas)*

Fuente: Elaboración propia

**6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos**

<b>Programa de compras de materia prima</b>							
<b>Insumos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Unidad</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Cebolla roja	Semanal	Kg	3,574	4,643	5,413	6,208	7,028
tomate	Semanal	Kg	1,983	2,575	3,003	3,444	3,898
cucharadita de ajo molido	Semanal	Kg	199	258	301	345	390
papas amarillas peladas en cuadrados	Semanal	Kg	13,261	17,225	20,084	23,034	26,075
pimentón	Semanal	Kg	199	258	301	345	390
carne molida de res	Semanal	Kg	3,172	4,120	4,804	5,509	6,237
de fideo cabello de angel	Semanal	Kg	4,956	6,437	7,506	8,608	9,745
leche	Semanal	Kg	7,929	10,300	12,009	13,773	15,591
oregano molido	Semanal	Kg	40	52	61	69	78
huevo	Semanal	Kg	2,345	3,046	3,551	4,072	4,610
sal	Semanal	Kg	3,414	4,435	5,171	5,930	6,713
gallina	Semanal	Kg	18,339	23,820	27,774	31,853	36,059
kión	Semanal	Kg	3,057	3,970	4,629	5,309	6,010
ajinomoto	Semanal	Kg	62	80	93	107	121
fideo largo	Semanal	Kg	12,226	15,880	18,516	21,236	24,040
.aceite	Semanal	Kg	637	827	965	1,106	1,252
pollo	Semanal	Kg	9,550	12,405	14,464	16,588	18,779
aji amarillo	Semanal	Kg	637	827	965	1,106	1,252
culantro licuado	Semanal	Kg	3,980	5,169	6,027	6,912	7,825
.alverjas	Semanal	Kg	796	1,034	1,206	1,383	1,565
pimiento en tiras	Semanal	Kg	2,229	2,895	3,375	3,871	4,382
arroz	Semanal	Kg	3,184	4,135	4,822	5,530	6,260
Pimienta	Semanal	Kg	32	42	49	56	63
comino	Semanal	Kg	32	42	49	56	63
<b>Guarnición</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Unidad</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
canchita serrana	Semanal	Kg	1929	2505	2921	3349	3792
Crema de ají	Semanal	Kg	1929	2505	2921	3349	3792
cebolla china	Semanal	Kg	889	1155	1347	1544	1748
limón	Semanal	Kg	483	627	731	838	948
<b>Bebidas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Unidad</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Chicha	Diario/sem	Litros	9824	12761	14879	17064	19318
Gaseosa	Diario/sem	Litros	9824	12761	14879	17064	19318
<b>Envases</b>	<b>frecuencia</b>	<b>unidad</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
tazon descartable 500 ml	mensual	Millares	61	79	92	105	119
tazon descartable 900 ml	mensual	Millares	37	48	55	63	72
cubiertos descartables	mensual	Millares	97	126	147	168	190

*Figura 124. Programa de Compras de Materia Prima*  
Fuente: Elaboración propia

### 6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa

Posición	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5
Cocinero	2	2	2	2	2
Asistente de Operación	1	1	2	2	2
<b>Total MOD</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Figura 125. Requerimiento de mano de obra directa  
Fuente: Elaboración propia

### 6.3. Tecnología para el proceso

Tabla 19. Máquinas y Equipos

Equipo	Descripción del Equipo
Cocina industrial de 6 hornillas	 <p>Proveedor: ACINOX</p>
Mesa de trabajo de acero inoxidable	 <p>Proveedor: ACINOX</p>

Equipo	Descripción del Equipo
<p>Conservadora de alimentos en acero 350 litros</p>	 <p>Proveedor: Frigosur</p>
<p>Lavadero industrial</p>	 <p>Proveedor: ACINOX</p>
<p>Refresquera 15 litros</p>	 <p>Proveedor: ACINOX</p>
<p>Maquina dispensadora de gaseosa</p>	

Equipo	Descripción del Equipo
--------	------------------------



Proveedor: SIncorp SRL

Olla #40 de acero 47 litros



Proveedor: Fatima Ciesa

Fuente: Elaboración propia

### 6.3.1. Maquinarias

Maquinarias para Producción despreciable	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 2,500	S/. 2,119	S/. 2,118.64	S/. 381	S/. 2,500	cada 5 años	100	semestral
Cocina industrial de 6 hornillas	1	S/. 4,800	S/. 4,068	S/. 4,067.80	S/. 732	S/. 4,800	cada 5 años	100	semestral
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	S/. 1,200	S/. 1,017	S/. 1,016.95	S/. 183	S/. 1,200	cada 5 años	100	semestral
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 1,500	S/. 1,271	S/. 1,271.19	S/. 229	S/. 1,500	cada 5 años	100	semestral
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 8,474.58</b>	<b>S/. 1,525</b>	<b>S/. 10,000</b>			

Figura 126. Maquinaria para producción  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.2. Equipos**

Equipos para Producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Olla #40 de acero	6	S/. 375	S/. 317.80	S/. 1,906.78	S/. 343.22	S/. 2,250.00	cada 2 años
Caja registradora	1	S/. 2,450	S/. 2,076.27	S/. 2,076.27	S/. 373.73	S/. 2,450.00	cada 5 años
Refresquera 15 litros	1	S/. 2,000	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 305.08	S/. 2,000.00	cada 5 años
Maquina dispensadora de gaseosa	1	S/. 6,500	S/. 5,508.47	S/. 5,508.47	S/. 991.53	S/. 6,500.00	cada 5 años
Licuadaora	1	S/. 350	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00	cada 5 años
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 11,483.05</b>	<b>S/. 2,066.95</b>	<b>S/. 13,550.00</b>	

*Figura 127. Equipos para producción*  
Fuente: Elaboración propia

Equipos de oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total (sin IGV)	IGV	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
computadora	2	S/. 2,000	S/. 1,694.92	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00	cada 5 años	S/. 50.00	anual
aire acondicionado	1	S/. 1,700	S/. 1,440.68	S/. 1,440.68	S/. 259.32	S/. 1,700.00	cada 5 años	S/. 100.00	anual
Impresora y escaner	1	S/. 1,200	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	S/. 183.05	S/. 1,200.00	cada 5 años	S/. 50.00	anual
Equipos de seguridad	1	S/. 450	S/. 381.36	S/. 381.36	S/. 68.64	S/. 450.00	cada 5 años	S/. 80.00	anual
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 6,228.81</b>	<b>S/. 1,121.19</b>	<b>S/. 7,350.00</b>			

*Figura 128. Equipos de oficina*  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.3. Herramientas**

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	FRECUENCIA DE COMPRA
Peladores manuales	5	S/. 120	S/. 102	S/. 508	S/. 92	S/. 600	semestral
Balanza electrónica	1	S/. 100	S/. 85	S/. 85	S/. 15	S/. 100	anual
termometro digital	1	S/. 80	S/. 68	S/. 68	S/. 12	S/. 80	semestral
Tacho	2	S/. 40	S/. 34	S/. 68	S/. 12	S/. 80	semestral
uniformes	8	S/. 50	S/. 42	S/. 339	S/. 61	S/. 400	semestral
Baldes	4	S/. 20	S/. 17	S/. 68	S/. 12	S/. 80	trimestral
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 1,135.59</b>	<b>S/. 204.41</b>	<b>S/. 1,340.00</b>	

*Figura 129. Herramientas*  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.4. Utensilios**

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Cuchillo	12	S/. 12	S/. 10	S/. 122.03	S/. 22	S/. 144	anual
cucharones	6	S/. 20	S/. 17	S/. 101.69	S/. 18	S/. 120	anual
tabla de picar	4	S/. 60	S/. 51	S/. 203.39	S/. 37	S/. 240	semestral
pinzas	3	S/. 80	S/. 68	S/. 203.39	S/. 37	S/. 240	anual
juego de cucharas	2	S/. 50	S/. 42	S/. 84.75	S/. 15	S/. 100	anual
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 715.25</b>	<b>S/. 128.75</b>	<b>S/. 844.00</b>	

*Figura 130. Utensilios*  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.5. Mobiliario**

Mobiliario de Oficina (local oficinas)	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
sillas giratorias	3	S/. 200.00	S/. 169.49	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00	3 años
Escritorio	1	S/. 250.00	S/. 211.86	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00	3 años
Estante	1	S/. 76.00	S/. 64.41	S/. 64.41	S/. 11.59	S/. 76.00	3 años
				<b>S/. 784.75</b>	<b>S/. 141.25</b>	<b>S/. 926.00</b>	

*Figura 131. Mobiliario de oficina*  
Fuente: Elaboración propia

Mobiliario de producción (Centro operaciones mall)	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Repisas	2	S/. 700.00	S/. 593	S/. 1,186.44	S/. 214	S/. 1,400	3 años
Estantes	2	S/. 76.00	S/. 64	S/. 128.81	S/. 23	S/. 152	3 años
Mostrador de vidrio	1	S/. 800.00	S/. 678	S/. 677.97	S/. 122	S/. 800	3 años
Mostrador de madera	1	S/. 7,000.00	S/. 5,932	S/. 5,932.20	S/. 1,068	S/. 7,000	5 años
				<b>S/. 7,925.42</b>	<b>S/. 1,426.58</b>	<b>S/. 9,352.00</b>	

*Figura 132. Mobiliario de producción*  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.6. Útiles de oficina**

Detalle	Proveedor	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario (sin IGV)	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Lapiceres	Tay Loy	5	S/. 2.00	S/. 1.69	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	trimestral
Porta lapiceros de escritorio	Tay Loy	1	S/. 4.00	S/. 3.39	S/. 3.39	S/. 0.61	S/. 4.00	trimestral
Cuaderno de contabilidad	Tay Loy	1	S/. 6.00	S/. 5.08	S/. 5.08	S/. 0.92	S/. 6.00	trimestral
Cuaderno de ingresos	Tay Loy	1	S/. 6.00	S/. 5.08	S/. 5.08	S/. 0.92	S/. 6.00	trimestral
Folders	Tay Loy	4	S/. 3.50	S/. 2.97	S/. 11.86	S/. 2.14	S/. 14.00	trimestral
Porta documentos	Tay Loy	3	S/. 24.00	S/. 20.34	S/. 61.02	S/. 10.98	S/. 72.00	trimestral
Calculadora	Tay Loy	1	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00	trimestral
					<b>S/. 120.34</b>	<b>S/. 21.66</b>	<b>S/. 142.00</b>	

*Figura 133. Útiles de oficina*  
Fuente: Elaboración propia

**6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos**

Mantenimiento Maquinarias	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 100	semestral						S/. 100						S/. 100
Cocina industrial de 6 hornillas	1	S/. 100	semestral						S/. 100						S/. 100
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	S/. 100	semestral						S/. 100						S/. 100
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 100	semestral						S/. 100						S/. 100
<b>Costo mantenimiento Maquinarias</b>				<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 400.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 400.00</b>								
IGV				S/. 0.00	S/. 72.00	S/. 0.00	S/. 72.00								
<b>Monto</b>				<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 472.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 472.00</b>								

*Figura 134. Programa de mantenimiento de maquinarias (mensual 2018)*  
Fuente: Elaboración propia

Mantenimiento Maquinarias	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	2018	2019	2020	2021	2022
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 100	semestral	S/. 200				
Cocina industrial de 6 hornillas	1	S/. 100	semestral	S/. 200				
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	S/. 100	semestral	S/. 200				
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 100	semestral	S/. 200				
<b>Costo mantenimiento Maquinarias</b>				<b>S/. 800.00</b>				
IGV				S/. 144.00				
<b>Monto</b>				<b>S/. 944.00</b>				

*Figura 135. Programa de mantenimiento de maquinarias (2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Mantenimiento Equipos de oficina	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18
computadora	2	S/. 50	anual												S/. 100
aire acondicionado	1	S/. 100	anual												S/. 100
Impresora y escaner	1	S/. 50	anual												S/. 50
Equipos de seguridad	1	S/. 80	anual												S/. 80
<b>Costo mantenimiento equipos de producción</b>				S/. 0.00	S/. 250.00										
<b>IGV</b>				S/. 0.00	S/. 45.00										
<b>Monto</b>				S/. 0.00	S/. 295.00										

*Figura 136. Programa de mantenimiento de equipos de oficina (mensual 2018)*  
Fuente: Elaboración propia

Mantenimiento Equipos de oficina	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	2018	2019	2020	2021	2022
computadora	2	S/. 50	anual	S/. 100				
aire acondicionado	1	S/. 100	anual	S/. 100				
Impresora y escaner	1	S/. 50	anual	S/. 50				
Equipos de seguridad	1	S/. 80	anual	S/. 80				
<b>Costo mantenimiento equipos de producción</b>				<b>S/. 250.00</b>				
<b>IGV</b>				S/. 45.00				
<b>Monto</b>				<b>S/. 295.00</b>				

*Figura 137. Programa de mantenimiento de equipos de oficina (2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

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

Reposición de herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	
Peladores manuales	5	S/. 120.00	S/. 101.69	S/. 508.47	semestral	S/. 508.47						S/. 508.47						S/. 508.47	
Balanza electrónica	1	S/. 100.00	S/. 84.75	S/. 84.75	anual	S/. 84.75													S/. 84.75
termometro digital	1	S/. 80.00	S/. 67.80	S/. 67.80	semestral	S/. 67.80						S/. 67.80							S/. 67.80
Tacho	2	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 67.80	semestral	S/. 67.80						S/. 67.80							S/. 67.80
uniformes	8	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 338.98	semestral	S/. 338.98						S/. 338.98							S/. 338.98
Baldes	4	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 67.80	trimestral	S/. 67.80			S/. 67.80			S/. 67.80		S/. 67.80					S/. 67.80
<b>Total valor de venta</b>						<b>S/. 1,135.59</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 67.80</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,050.85</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 67.80</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,135.59</b>	
<b>IGV</b>						S/. 204.41	S/. -	S/. -	S/. 12.20	S/. -	S/. -	S/. 189.15	S/. -	S/. -	S/. 12.20	S/. -	S/. -	S/. 204.41	
<b>Monto</b>						<b>S/. 1,340.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 80.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,240.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 80.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,340.00</b>	

*Figura 138. Programa de reposición de herramientas (mensual Dic.17 - Dic.18)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Reposición de herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	2018	2019	2020	2021	2022
Peladores manuales	5	S/. 120.00	S/./101.69	S/./508.47	semestral	S/. 1,016.95				
Balanza electrónica	1	S/. 100.00	S/. 84.75	S/. 84.75	anual	S/. 84.75				
termometro digital	1	S/. 80.00	S/. 67.80	S/. 67.80	semestral	S/. 135.59				
Tacho	2	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 67.80	semestral	S/. 135.59				
uniformes	8	S/. 50.00	S/. 42.37	S/./338.98	semestral	S/. 677.97				
Baldes	4	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 67.80	trimestral	S/. 271.19				
<b>Total valor de venta</b>						<b>S/. 2,322.03</b>				
IGV						S/. 417.97				
<b>Monto</b>						<b>S/. 2,740.00</b>				

Figura 139. Programa de reposición de herramientas (2018 - 2022)

Fuente: Elaboración propia

Reposición de utensilios	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	
Cuchillo	12	S/. 12.00	S/. 10.17	S/./122.03	anual	S/. 122.03													S/. 122
cucharones	6	S/. 20.00	S/. 16.95	S/./101.69	anual	S/. 101.69													S/. 101.69
tabla de picar	4	S/. 60.00	S/. 50.85	S/./203.39	semestral	S/. 203.39						S/. 203.39							S/. 203.39
pinzas	3	S/. 80.00	S/. 67.80	S/./203.39	anual	S/. 203.39						S/. -			S/. -				S/. 203.39
juego de cucharas	2	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 84.75	anual	S/. 84.75						S/. -			S/. -				S/. 84.75
<b>Total valor de venta</b>						<b>S/. 715</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 203</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 715</b>									
IGV						S/. 128.75	S/. -	S/. 36.61	S/. -	S/. 128.75									
<b>Monto</b>						<b>S/. 844.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 240.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 844</b>									

Figura 140. Programa de reposición de utensilios (mensual Dic.17 - Dic.18)

Fuente: Elaboración propia

Reposición de utensilios	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	2018	2019	2020	2021	2022
Cuchillo	12	S/. 12.00	S/. 10.17	S/./122.03	anual	S/. 122				
cucharones	6	S/. 20.00	S/. 16.95	S/./101.69	anual	S/. 101.69				
tabla de picar	4	S/. 60.00	S/. 50.85	S/./203.39	semestral	S/. 406.78				
pinzas	3	S/. 80.00	S/. 67.80	S/./203.39	anual	S/. 203.39				
juego de cucharas	2	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 84.75	anual	S/. 84.75				
<b>Total valor de venta</b>						<b>S/. 919</b>				
IGV						S/. 165.36				
<b>Monto</b>						<b>S/. 1,084</b>				

Figura 141. Programa de reposición de utensilios (2018 - 2022)

Fuente: Elaboración propia

**6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas**

Reposición de equipos de producción	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18
Olla #40 de acero	S/. 1,906.78												
Caja registradora	S/. 2,076.27												
Refresquera 15lt	S/. 1,694.92												
Maquina dispensadora de gaseosa	S/. 5,508.47												
Licuadora	S/. 296.61												
<b>Total valor de venta reposición equipos de producción</b>	<b>S/. 11,483.05</b>	<b>S/. 0.00</b>											
IGV	S/. 2,066.95	S/. 0.00											
<b>Monto total</b>	<b>S/. 13,550.00</b>	<b>S/. 0.00</b>											

*Figura 142. Reposición de equipos de producción (mensual Dic.17 - Dic.18)*  
Fuente: Elaboración propia

Reposición de equipos de producción	2018	2019	2020	2021	2022
Olla #40 de acero		S/. 1,906.78		S/. 1,906.78	
Caja registradora					
Refresquera 15lt					
Maquina dispensadora de gaseosa					
Licuadora					
<b>Total valor de venta reposición equipos de producción</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 1,906.78</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 1,906.78</b>	<b>S/. 0.00</b>
IGV	S/. 0.00	S/. 343.22	S/. 0.00	S/. 343.22	S/. 0.00
<b>Monto total</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 2,250.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 2,250.00</b>	<b>S/. 0.00</b>

*Figura 143. Reposición de equipos de producción (2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

Reposición de útiles de oficina	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18
Lapiceres	S/. 8			S/. 8	S/. -	S/. -	S/. 8	S/. -	S/. -	S/. 8	S/. -	S/. -	S/. 8
Porta lapiceros de escritorio	S/. 3			S/. 3									
Cuaderno de contabilidad	S/. 5			S/. 5	S/. -	S/. -	S/. 5	S/. -	S/. -	S/. 5	S/. -	S/. -	S/. 5
Cuaderno de ingresos	S/. 5			S/. 5									
Folders	S/. 12			S/. 12	S/. -	S/. -	S/. 12	S/. -	S/. -	S/. 12	S/. -	S/. -	S/. 12
Porta documentos	S/. 61			S/. 61	S/. -	S/. -	S/. 61	S/. -	S/. -	S/. 61	S/. -	S/. -	S/. 61
Calculadora	S/. 25			S/. 25	S/. -	S/. -	S/. 25	S/. -	S/. -	S/. 25	S/. -	S/. -	S/. 25
<b>Total valor venta reposición útiles de oficina</b>	<b>S/. 120</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 120</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 120</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 120</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 120</b>
IGV	S/. 21.66	S/. -	S/. -	S/. 21.66	S/. -	S/. -	S/. 21.66	S/. -	S/. -	S/. 21.66	S/. -	S/. -	S/. 21.66
<b>Monto</b>	<b>S/. 142.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 142.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 142.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 142.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 142.00</b>

*Figura 144: Reposición de útiles de oficina (mensual Dic.17 - Dic.18)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Reposición de útiles de oficina	2018	2019	2020	2021	2022
Lapiceres	S/. 33.90				
Porta lapiceros de escritorio	S/. 13.56				
Cuaderno de contabilidad	S/. 20.34				
Cuaderno de ingresos	S/. 20.34				
Folders	S/. 47.46				
Porta documentos	S/. 244.07				
Calculadora	S/. 101.69				
<b>Total valor venta reposición útiles de oficina</b>	<b>S/. 481.36</b>				
IGV	S/. 86.64				
<b>Monto</b>	<b>S/. 568.00</b>				

*Figura 145. Reposición de útiles de oficina (2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

Reposición Mobiliario de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Repisas	S/. 1,186			S/. 1,186		
Estantes	S/. 129			S/. 129		
Mostrador de vidrio	S/. 678			S/. 678		
Mostrador de madera	S/. 5,932					
<b>Total valor de venta reposición mobiliario de producción</b>	<b>S/. 7,925</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 1,993</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>
IGV	S/. 1,427	S/. -	S/. -	S/. 359	S/. -	S/. -
<b>Monto total</b>	<b>S/. 9,352</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 2,352</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>

*Figura 146. Reposición de mobiliario de producción (Dic.17 - 2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

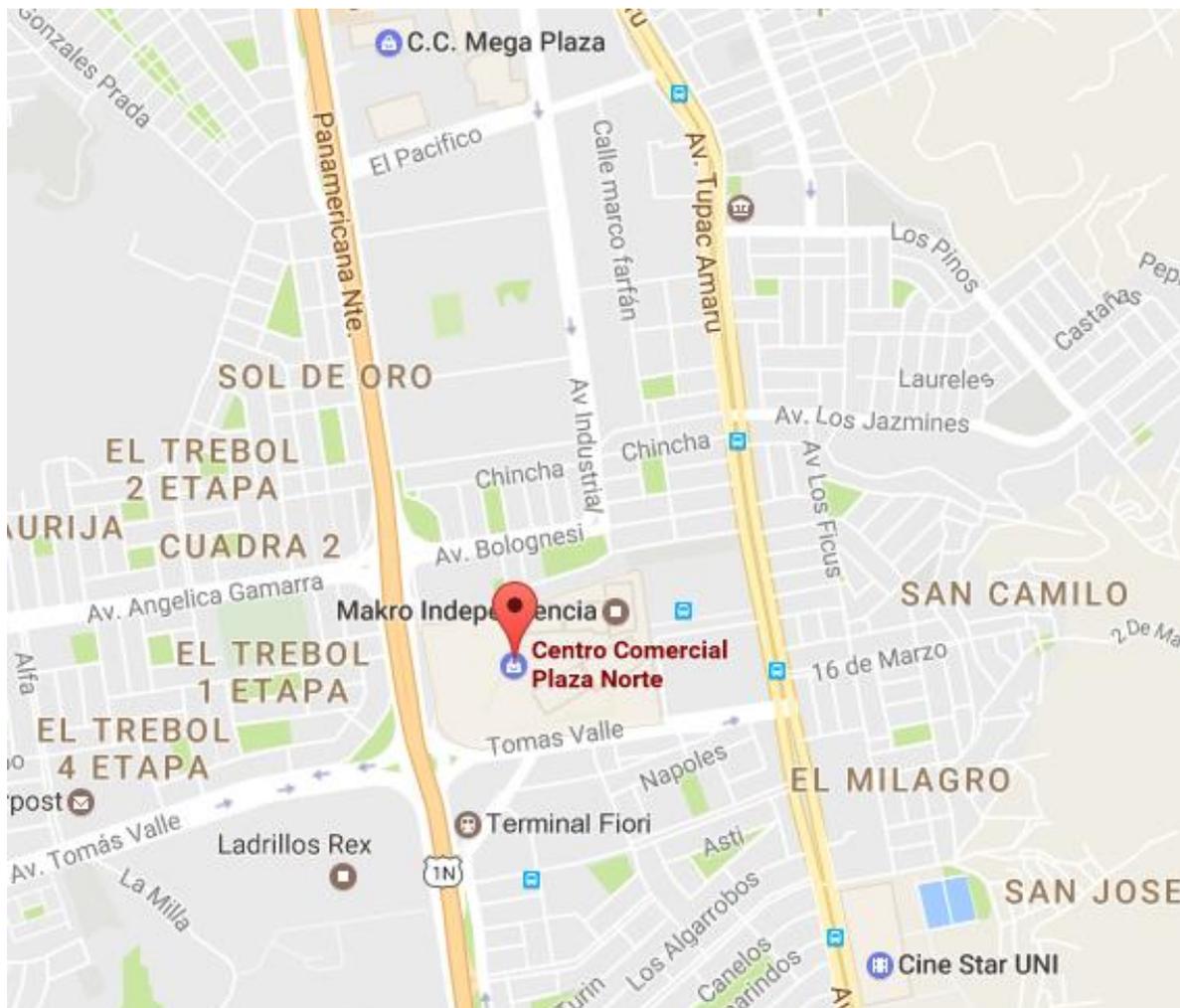
Reposición Mobiliario de oficina	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
sillas giratorias	S/. 508			S/. 508		
Escritorio	S/. 212			S/. 212		
Estante	S/. 64			S/. 64		
<b>Total valor de venta reposición mobiliario de oficina</b>	<b>S/. 785</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 785</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>
IGV	S/. 141	S/. -	S/. -	S/. 141	S/. -	S/. -
<b>Monto total</b>	<b>S/. 926</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 926</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>

*Figura 147. Reposición de mobiliario de oficina (Dic.17 - 2018 - 2022)*  
Fuente: Elaboración propia

## 6.4. Localización

### 6.4.1. Macro localización

Nuestro local será ubicado en la zona norte de Lima, ya que, según nuestro estudio, se ubican los distritos con mayor demanda en nuestro producto. Por lo que optamos por elegir en centro comercial Plaza Lima Norte ubicado en el distrito de Independencia, Cruce Panamericana Norte - Tomás Valle, Túpac Amaru.



*Figura 148. Ubicación Plaza Lima Norte*  
Fuente: Google Maps, 2017



Figura 149. Frontis CC Plaza Lima Norte  
Fuente: Google Maps, 2017

#### 6.4.2. Micro localización

Nosotros al ser un formato *fast food* tuvimos la idea de ubicar nuestro primer local en el patio de comidas (*food court*), donde favorablemente encontramos un lugar disponible. El *food court* se encuentra en el segundo nivel, teniendo como grandes aliados al Teatro Plaza Norte, Cinépolis y a Happyland, como lo veremos en la siguiente figura:

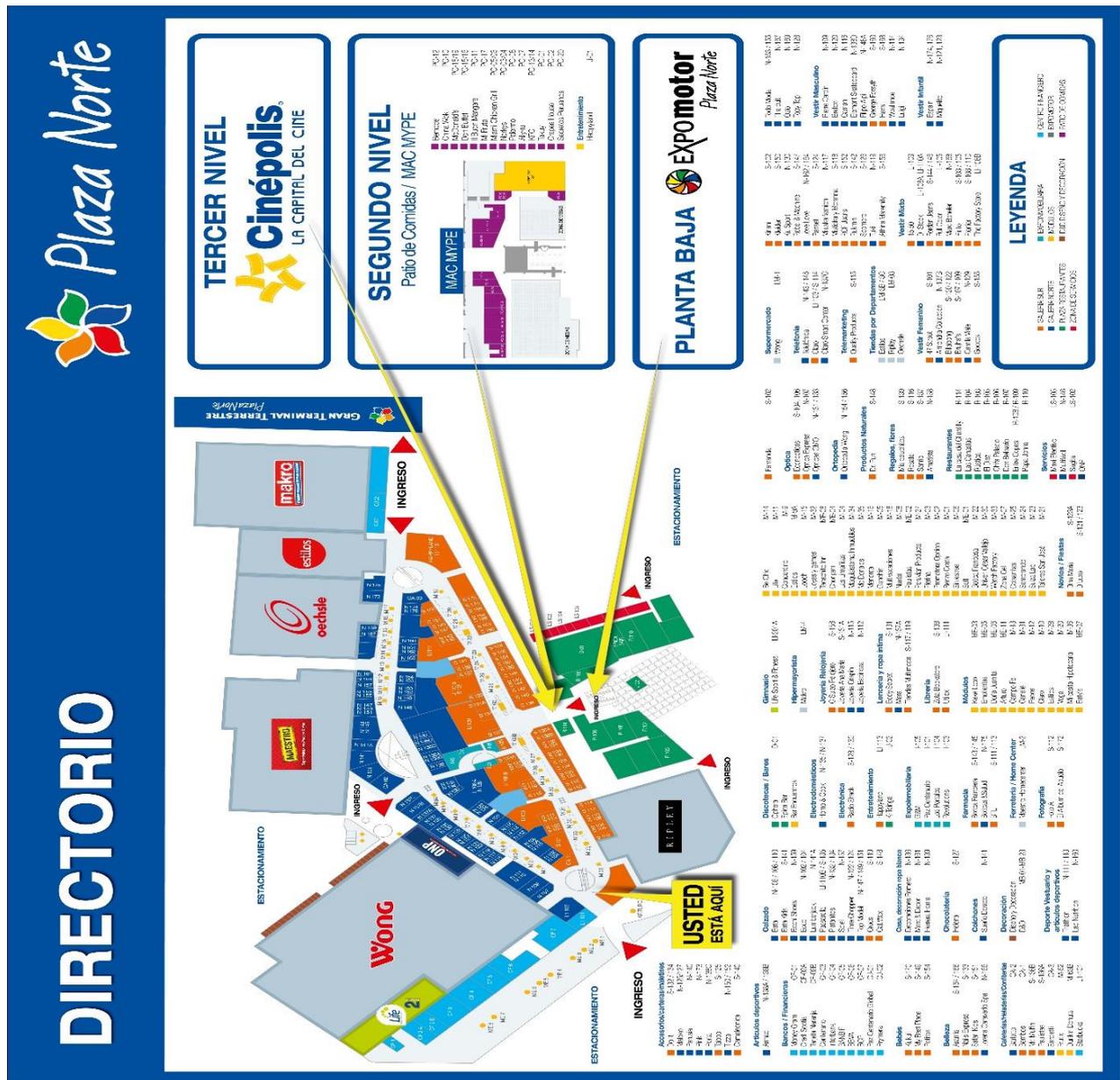


Figura 150. Directorio de establecimientos comerciales de CC Plaza Lima Norte

Fuente: Página Web Plaza Lima Norte, 2017

Dentro del patio de comidas nos ubicaremos al lado izquierdo, siendo el cuarto puesto en secuencia desde la puerta. Teniendo como vecinos a ALLYKU (PC07) Y CHINA WOK (PC10).

En la siguiente figura podemos ver más detallado el plano establecido del patio de comidas donde cada puesto tiene un metraje aproximado de 15 m<sup>2</sup>, por lo que algunos

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

competidores optan por adquirir 2 y hacer más grande su puesto, como son McDonald's, Don Buffet, Miami Chicken Grill, Norkys y KFC:

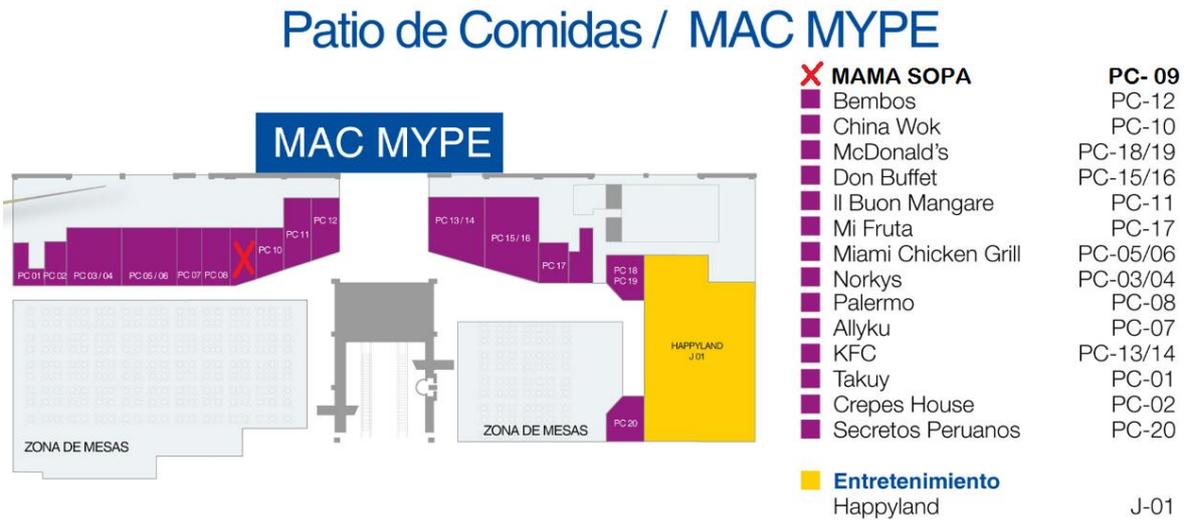


Figura 151. Distribución de restaurantes en el patio de comidas de CC Plaza Lima Norte  
Fuente: Página Web Plaza Lima Norte, 2017



Figura 152. Fotografía de establecimiento disponible para Mamá Sopa y sus restaurantes vecinos  
Fuente: Imagen propia

### **6.4.3. Gastos de adecuación**

En nuestro local ya tenemos las instalaciones de gas, luz, agua y desagüe. Por lo que es más fácil el instalarlos con rapidez y poder ubicarnos en la mejor ubicación, ya que es un espacio pequeño.

En cuestiones de local lo que necesitamos es pintar los espacios de paredes faltantes como instalar la iluminaria y griferías adecuadas para el giro de negocio, además de poder instalar las congeladoras y cocinas industriales.

Tabla 20. *Gastos de adecuación*

Gastos de adecuación	
<b>local</b>	S/. 12,000.00
<b>pintura</b>	S/. 200.00
<b>instalaciones</b>	S/. 2,400.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 14,600.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### **6.4.4. Gastos de servicios**

En cuanto a los servicios tenemos como más resaltante la luz que al estar en un espacio rectangular necesitaremos que los focos estén prendidos todo el proceso, por lo que con la cocina y frigorífico sería alto.

### **6.4.5. Plano del centro de operaciones**

Para generar el plano de operaciones debemos tener en cuenta los 15 m<sup>2</sup> que mide el local que nos corresponde dentro del *food court*, contando con nuestra cocina, centro de frigorífico, atención al público, cajas registradoras y equipo en general.

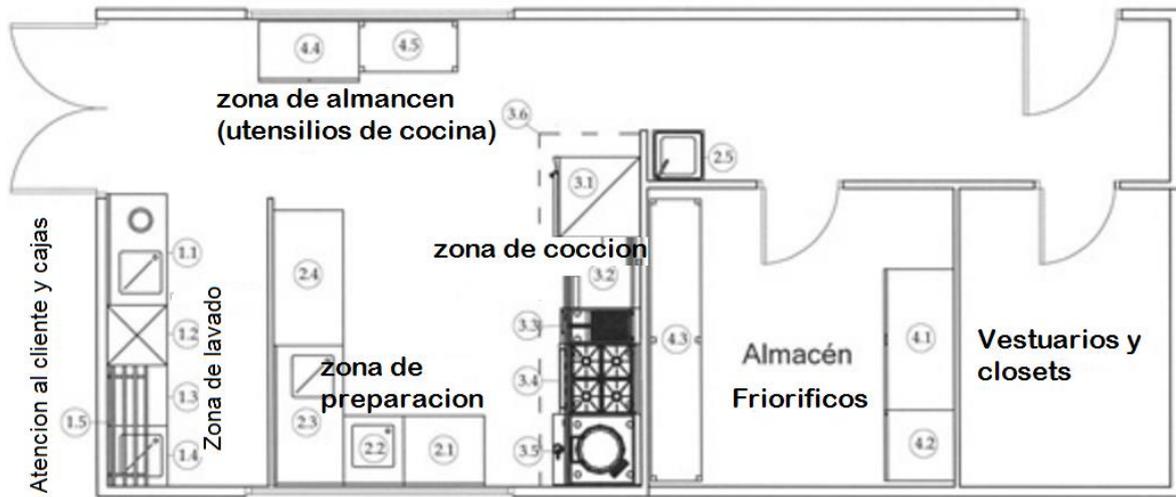


Figura 153. Plano del centro de operaciones de Mamá Sopa  
Fuente: Elaboración propia

#### 6.4.6. Descripción del centro de operaciones

En el centro de operaciones que apertura a las 9 horas como el resto de los locales, tendremos 2 horas para abrir el local, dar una última pasada de limpieza, verificar las luces y cañerías, y descargar los insumos de los proveedores, ya que a las 11 am comienza el ingreso al público al *food court*. Previamente todos nuestros colaboradores deben estar con el uniforme e implementos que requerimos, en el área de vestuarios podrán ubicar sus prendas y objetos de valor.

Luego pasan a verificar el área de frigoríficos para que algunos ingredientes vayan descongelándose para la cocina del día.

El cocinero debe sacar los utensilios de cocina y posteriormente se ubicará en la zona de cocción con un ayudante que se encontrará en la zona de preparación. Un personal es el encargado de llevarlo a la zona de atención al cliente que se encuentra en la fachada del local. Al finalizar la venta del día se pasan los utensilios a la zona de lavado.

## **6.5. Responsabilidad social frente al entorno**

### **6.5.1. Impacto ambiental**

En este aspecto nuestro proyecto cumplirá con los estándares requeridos por el centro comercial al igual que todos nuestros competidores vecinos, por lo que debemos cumplir con lo estipulado en la limpieza de nuestro local, nuestras maquinarias e instrumentos de cocina. Con esto apoyaremos en cambiar el concepto de los locales de sopa como insalubres y en lugares ambulatorios no autorizados donde muchas veces no se tiene cuidados mínimos de higiene.

Además, daremos bolsas biodegradables para los pedidos que sean para llevar, estas bolsas apoyan al mediante además de ayudarnos como promoción de nuestra marca.

### **6.5.2. Con los trabajadores**

Lo que teníamos planeado era darle el almuerzo y cena al personal como corresponde con un negocio de alimentos y bebidas. También que puedan consumir lo que quede de la comida del día, ya que se perderá para el día siguiente, ella podrán intercambiar comidas con los competidores vecinos que suelen llevar a sus hogares.

### **6.5.3. Con la comunidad**

Tenemos planeado hacer una marcha blanca para poder alcanzar mayor promoción de nuestra marca, así como dar a conocer nuestros deliciosos platos.

También pensamos contribuir con la comunidad donando por lo menos una vez por trimestre almuerzos para casa hogares, personas extrema pobreza entre otros necesitados.



## Capítulo VII

### Estudio Económico y Financiero

#### 7.1. Inversiones

##### 7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable

Se han considerado todos los equipos, mobiliarios y herramientas básicas las que nos servirán tanto para la producción como para la atención de clientes en las operaciones diarias de nuestro proyecto.

A continuación, se muestra un cuadro resumen de la inversión en activos fijos:

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
<b>Operaciones</b>			<b>S/. 28,264.41</b>	<b>S/. 5,087.59</b>	<b>S/. 33,352.00</b>
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 2,118.64	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00
Cocina industrial de 6 hornillas	1	S/. 4,067.80	S/. 4,067.80	S/. 732.20	S/. 4,800.00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	S/. 183.05	S/. 1,200.00
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 228.81	S/. 1,500.00
Caja registradora	1	S/. 2,076.27	S/. 2,076.27	S/. 373.73	S/. 2,450.00
Refresquera 15lt	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 305.08	S/. 2,000.00
Maquina dispensadora de gaseosa	1	S/. 5,508.47	S/. 5,508.47	S/. 991.53	S/. 6,500.00
Mostrador de madera	1	S/. 5,932.20	S/. 5,932.20	S/. 1,067.80	S/. 7,000.00
Olla #40 de acero	6	S/. 317.80	S/. 1,906.78	S/. 343.22	S/. 2,250.00
Licudadora	1	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00
Equipos de seguridad	1	S/. 381.36	S/. 381.36	S/. 68.64	S/. 450.00
Repisas	2	S/. 593.22	S/. 1,186.44	S/. 213.56	S/. 1,400.00
Estantes	2	S/. 64.41	S/. 128.81	S/. 23.19	S/. 152.00
Mostrador de vidrio	1	S/. 677.97	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
<b>Administración</b>			<b>S/. 4,937.29</b>	<b>S/. 888.71</b>	<b>S/. 5,826.00</b>
computadora	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 305.08	S/. 2,000.00
aire acondicionado	1	S/. 1,440.68	S/. 1,440.68	S/. 259.32	S/. 1,700.00
Impresora y escaner	1	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	S/. 183.05	S/. 1,200.00
sillas giratorias	3	S/. 169.49	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00
Escritorio	1	S/. 211.86	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00
Estante	1	S/. 64.41	S/. 64.41	S/. 11.59	S/. 76.00
<b>Ventas</b>			<b>S/. 1,694.92</b>	<b>S/. 305.08</b>	<b>S/. 2,000.00</b>
computadora	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 305.08	S/. 2,000.00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>			<b>S/. 34,896.61</b>	<b>S/. 6,281.39</b>	<b>S/. 41,178.00</b>

*Figura 154. Activos Fijos Depreciables*  
Fuente: Elaboración propia

**7.1.2. Inversión Activo Intangible**

Aquellas acciones vinculadas a la constitución de la empresa, licencia y marca.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Descripción	Cant.	Costo unitario S/ sin igr	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
<b>Constitucion de la empresa</b>			<b>S/. 740.00</b>	<b>S/. 129.60</b>	<b>S/. 869.60</b>
Reserva de preferencia registral de nombre de persona jurídica de MAMA SOPA S.A.C	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 0.00	S/. 20.00
Gastos notariales y firma de la escritura pública del capital social	1	S/. 720.00	S/. 720.00	S/. 129.60	S/. 849.60
<b>Marcas y patentes</b>			<b>S/. 477.08</b>	<b>S/. 85.87</b>	<b>S/. 562.95</b>
Registro de logo	1	S/. 477.08	S/. 477.08	S/. 85.87	S/. 562.95
<b>Licencias y autorizaciones</b>			<b>S/. 137.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 137.00</b>
Licencia de Funcionamiento y Defensa Civil	1	S/. 37.30	S/. 37.30	S/. 0.00	S/. 37.30
Aviso publicitario	1	S/. 39.70	S/. 39.70	S/. 0.00	S/. 39.70
Fumigación S/.2 por m2(15m2), 2 veces al año	2	S/. 30.00	S/. 60.00	S/. 0.00	S/. 60.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 1,354.08</b>	<b>S/. 215.47</b>	<b>S/. 1,569.55</b>

*Figura 155. Inversión Activo Intangible*  
Fuente: Elaboración propia

**7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos**

Son los gastos que se producen antes de comenzar operaciones como: Utensilios, Enseres y equipos, acondicionamiento del local, marketing de lanzamiento, remuneración, servicios básicos y adelanto de alquiler.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
<b>Utensilios, Enseres y Equipos</b>			<b>S/. 1,971.19</b>	<b>S/. 354.81</b>	<b>S/. 2,326.00</b>
<b>Útiles de producción</b>			<b>S/. 1,850.85</b>	<b>S/. 333.15</b>	<b>S/. 2,184.00</b>
Peladores manuales	5	S/. 101.69	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00
Balanza electrónica	1	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 15.25	S/. 100.00
termometro digital	1	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
Tacho	2	S/. 33.90	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
uniformes	8	S/. 42.37	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00
Baldes	4	S/. 16.95	S/. 67.80	S/. 12.20	S/. 80.00
Cuchillo	12	S/. 10.17	S/. 122.03	S/. 21.97	S/. 144.00
cucharones	6	S/. 16.95	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
tabla de picar	4	S/. 50.85	S/. 203.39	S/. 36.61	S/. 240.00
pinzas	3	S/. 67.80	S/. 203.39	S/. 36.61	S/. 240.00
juego de cucharas	2	S/. 42.37	S/. 84.75	S/. 15.25	S/. 100.00
<b>Útiles de Administración</b>			<b>S/. 120.34</b>	<b>S/. 21.66</b>	<b>S/. 142.00</b>
Lapiceres	5	S/. 1.69	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00
Porta lapiceros de escritorio	1	S/. 3.39	S/. 3.39	S/. 0.61	S/. 4.00
Cuaderno de contabilidad	1	S/. 5.08	S/. 5.08	S/. 0.92	S/. 6.00
Cuaderno de ingresos	1	S/. 5.08	S/. 5.08	S/. 0.92	S/. 6.00
Folders	4	S/. 2.97	S/. 11.86	S/. 2.14	S/. 14.00
Porta documentos	3	S/. 20.34	S/. 61.02	S/. 10.98	S/. 72.00
Calculadora	1	S/. 25.42	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00
<b>Acondicionamiento de Local</b>			<b>S/. 2,695.76</b>	<b>S/. 485.24</b>	<b>S/. 3,181.00</b>
pintura y mano de obra x m2	15	S/. 4.24	S/. 63.56	S/. 11.44	S/. 75.00
Dryball (instalaciones electricas, sanitarias, mano de obra)	50	S/. 42.37	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00
Camaras de seguridad internas	2	S/. 148.31	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00
Señalizaciones de Seguridad	12	S/. 2.54	S/. 30.51	S/. 5.49	S/. 36.00
Extintor PQS	2	S/. 25.42	S/. 50.85	S/. 9.15	S/. 60.00
Lampara de emergencia 40w	2	S/. 67.80	S/. 135.59	S/. 24.41	S/. 160.00
<b>Marketing de Lanzamiento( etapa preoperativa)</b>			<b>S/. 25,885.56</b>	<b>S/. 4,659.40</b>	<b>S/. 30,544.96</b>
Página Web	1	S/. 3,050.85	S/. 3,050.85	S/. 549.15	S/. 3,600.00
Hosting Pagina Web	1	S/. 915.25	S/. 915.25	S/. 164.75	S/. 1,080.00
Campaña Redes Sociales	4	S/. 208.47	S/. 833.90	S/. 150.10	S/. 984.00
Diseñador Gráfico	1	S/. 169.49	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
Volanteo	4	S/. 355.93	S/. 1,423.73	S/. 256.27	S/. 1,680.00
Celebrities	2	S/. 5,084.75	S/. 10,169.49	S/. 1,830.51	S/. 12,000.00
Inauguración	1	S/. 2,542.37	S/. 2,542.37	S/. 457.63	S/. 3,000.00
Marcha Blanca	1	S/. 6,780.47	S/. 6,780.47	S/. 1,220.49	S/. 8,000.96
<b>Remuneraciones diciembre</b>			<b>S/. 32,890.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 32,890.00</b>
Pago Total planilla administrativa	1	S/. 20,258.33	S/. 20,258.33	S/. -	S/. 20,258.33
Pago total de ventas	1	S/. 2,264.17	S/. 2,264.17	S/. -	S/. 2,264.17
Pago planilla MOD	1	S/. 10,367.50	S/. 10,367.50	S/. -	S/. 10,367.50
<b>Servicios básicos y diversos diciembre</b>			<b>S/. 2,951.69</b>	<b>S/. 18.31</b>	<b>S/. 2,970.00</b>
telefono+ Internet	1	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
Contador	1	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. -	S/. 350.00
Asesor de Marketing	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. -	S/. 2,000.00
Asesoría legal	1	S/. 500.00	S/. 500.00	S/. -	S/. 500.00
<b>Alquiler Adelantado (diciembre)</b>	<b>1</b>	<b>S/. 3,389.83</b>	<b>S/. 3,389.83</b>	<b>S/. 610.17</b>	<b>S/. 4,000.00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS</b>			<b>S/. 69,784.03</b>	<b>S/. 6,127.93</b>	<b>S/. 75,911.96</b>
Garantía de Alquiler	2	S/. 3,389.83	S/. 6,779.66	S/. 1,220.34	S/. 8,000.00
<b>TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS</b>			<b>S/. 76,563.69</b>	<b>S/. 7,348.27</b>	<b>S/. 83,911.96</b>

Figura 156. Inversión en Gastos Pre-Operativos  
Fuente: Elaboración propia

**7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales**

El inventario Inicial reflejado en el cuadro representa el costo de la materia prima de las compras del *sampling*.

Inventario inicial	Valor	Igv	Monto
Combo 1(sopa a la minuta) a producir	S/. 783.44	S/. 141.02	S/. 924.46
Combo 1(500 ml caldo de gallina) a producir	S/. 1,193.81	S/. 214.89	S/. 1,408.69
Combo 1(500 ml aguadito de pollo) a producir	S/. 670.18	S/. 120.63	S/. 790.81
Combo 2(sopa a la minuta) a producir	S/. 816.90	S/. 147.04	S/. 963.94
Combo 2(caldo de gallina) a producir	S/. 1,247.27	S/. 224.51	S/. 1,471.78
Combo 2(aguadito de pollo) a producir	S/. 721.02	S/. 129.78	S/. 850.81
<b>Total inventarios</b>	<b>S/. 5,432.61</b>	<b>S/. 977.87</b>	<b>S/. 6,410.48</b>

*Figura 157. Inversión en Inventarios Iniciales*

Fuente: Elaboración propia



**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

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

Se utilizó el método de déficit acumulado, ya que este nos ayuda a proyectar en detalle mensual los ingresos y egresos del proyecto del primer año.

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14
<b>Saldo Inicial de Caja</b>	0	(17,736)	(17,267)	(4,819)	19,404	144	(4,461)	(13,841)	53,779	34,089	2,820	(5,840)	(17,126)	39,922
<b>Ventas mensuales</b>	33,134	46,387	59,641	93,879	107,132	80,625	141,370	167,877	154,624	97,192	110,446	123,699	56,709	70,887
Ventas 100% al contado	33,134	46,387	59,641	93,879	107,132	80,625	141,370	167,877	154,624	97,192	110,446	123,699	56,709	70,887
Descuento Visa 5% asumiendo que el 80% de los clientes paga	(1,325)	(1,855)	(2,386)	(3,755)	(4,285)	(3,225)	(5,655)	(6,715)	(6,185)	(3,888)	(4,418)	(4,948)	(2,268)	(2,835)
<b>Ventas netas</b>	31,808	44,532	57,255	90,124	102,847	77,400	135,716	161,162	148,439	93,305	106,028	118,751	54,441	68,051
IGV Ventas	5,726	8,016	10,306	16,222	18,512	13,932	24,429	29,009	26,719	16,795	19,085	21,375	10,206	12,760
<b>Total Ingresos en Efectivo</b>	37,534	52,547	67,561	106,346	121,359	91,332	160,144	190,172	175,158	110,099	125,113	140,126	119,090	148,862
<b>Cobranza contado</b>	37,534	52,547	67,561	106,346	121,359	91,332	160,144	190,172	175,158	110,099	125,113	140,126	125,113	140,126
<b>Total Egresos en Efectivo</b>	55,269	69,815	72,380	86,942	121,216	95,793	173,985	136,392	141,069	107,279	130,953	157,253	85,191	91,472
<b>Materiales</b>														
Insumos, guardaciones ,etc (Incl. IGV)	16,301	22,869	29,067	45,778	52,252	39,414	68,811	81,586	75,285	47,283	53,837	60,316	35,008	40,207
<b>Sueldo bruto personal administrativo</b>	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000	17,000
Sueldo bruto personal ventas	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900
Sueldo bruto personal MOD	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700	8,700
Gratificación	0	0	0	0	0	0	27,600	0	0	0	0	27,600	0	0
Pago de CTS	0	0	0	0	16,100	0	0	0	0	0	16,100	0	0	0
Essalud	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484	2,484
Bono ley(9% de las gratificaciones)	0	0	0	0	0	0	2,484	0	0	0	2,484	0	0	0
Sctr(1%)	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276
<b>Servicios</b>														
Teléfono e Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Mantenimiento de equipos de producción y oficina	0	0	0	0	0	0	472	0	0	0	0	767	0	0
Recarga de extintores							60					60		
Seguro antirrobo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Renta fija local	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Renta variable local 3% de las ventas			954	1,336	1,718	2,704	3,085	2,322	4,071	4,835	4,453	2,799	0	0
Suministros Diversos(reposicion de herramientas,utensilios y uti	0	0	222	0	0	1,622	0	0	222	0	0	2,326	0	0
Servicios tercerizados														
Contador	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Asesor de Marketing	0	0	2,000	0	0	2,000	0	0	2,000	0	0	2,000	0	0
Asesoría legal	0	0	500	0	0	500	0	0	500	0	0	500	0	0
<b>Promoción y Publicidad</b>														
Gastos de Prom. y Publicidad	1,500	9,000	1,500	1,500	9,000	1,500	26,671	3,775	3,775	1,500	9,000	9,000	1,500	9,000
Activ. de Responsabilidad Social														
Actividades sociales y eventos de beneficencia												1,500	0	0
<b>Impuestos</b>														
Pago a Cuenta Imp. Renta (1.5% de las ventas del mes pasado)	0	477	668	859	1,352	1,543	1,161	2,036	2,417	2,227	1,400	1,590	1,781	817
Pagos de IGV al Estado					3,325	8,510	6,703	9,205	15,329	13,966	8,694	8,841	9,433	3,980
<b>Préstamo e Imprevistos</b>														
Cuotas del Préstamo activo fijo	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233	1,233
Cuotas del préstamo capital de trabajo	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206
<b>Ingresos menos Egresos del mes</b>	(17,736)	(17,267)	(4,819)	19,404	144	(4,461)	(13,841)	53,779	34,089	2,820	(5,840)	(17,126)	39,922	48,654
<b>Saldo Acumulado</b>	(17,736)	(35,003)	(39,822)	(20,418)	(20,274)	(24,735)	(38,575)	15,204	49,293	52,114	46,274	29,148	69,070	117,724
Máximo Déficit Mensual Acumul.		(39,822)												
Caja Mínima Requerida 0.5 % del egreso mas alto		(870)												
<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>		(40,692)												

Figura 158. Inversión en Capital de Trabajo

Fuente: Elaboración propia

**7.1.6. Liquidación del IGV**

Refleja el pago mensual de impuestos que se realizará durante el primer año ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT

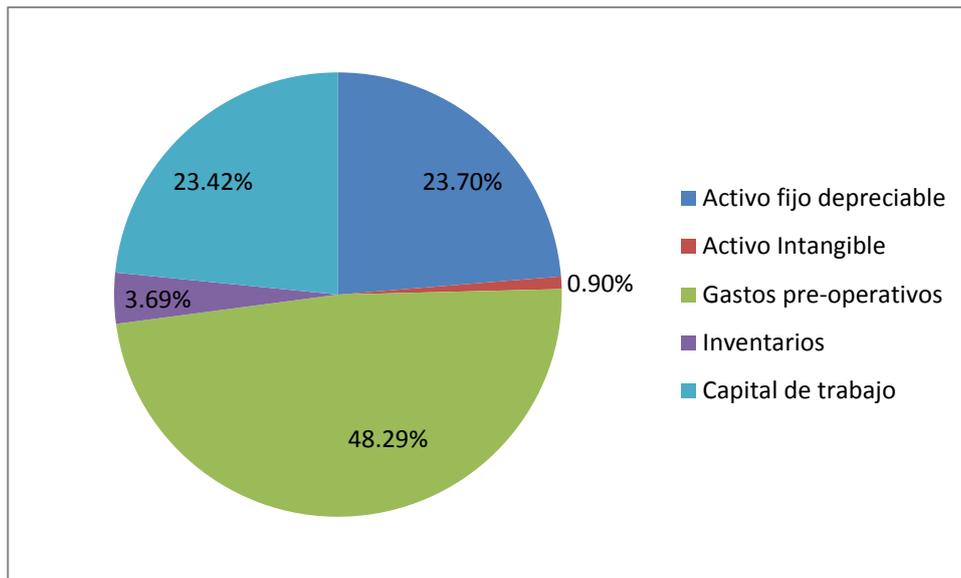
	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19
lgv ventas		5,726	8,016	10,306	16,222	18,512	13,932	24,429	29,009	26,719	16,795	19,085	21,375	10,208	12,760	25,190
lgv egresos	14,823	3,374	5,520	5,356	7,671	10,003	7,229	15,224	13,680	12,753	8,100	10,244	11,942	6,228	8,165	6,926
lgv compras m prima		2,487	3,488	4,434	6,983	7,971	6,012	10,497	12,445	11,484	7,213	8,212	9,201	5,340	6,133	6,926
lgv servicios		658.98	658.98	692.85	658.98	658.98	987.56	658.98	658.98	692.85	658.98	658.98	1139.95	658.98	658.98	0.00
lgv publicidad		228.81	1,372.88	228.81	228.81	1,372.88	228.81	4,068.46	575.85	575.85	228.81	1,372.88	1,372.88	228.81	1,372.88	-
lgv responsabilidad social		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	228.81	-	-	-
lgv inversiones	14,823.00															
lgv neto	(14,823)	2,351	2,495	4,950	8,351	8,510	6,703	9,205	15,329	13,966	8,694	8,841	9,433	3,980	4,595	18,264
credito fiscal	(14,823)	(14,823)	(12,472)	(9,976)	(5,026)											
neto a pagar		(12,472)	(9,976)	(5,026)	3,325	8,510	6,703	9,205	15,329	13,966	8,694	8,841	9,433	3,980	4,595	18,264

*Figura 159. Liquidación del IGV*

Fuente: Elaboración propia

**7.1.7. Resumen de estructura de inversiones**

En el siguiente cuadro podemos apreciar el monto que se requiere para cada una de las inversiones (Activo Fijo, Activo Intangible, Gastos Pre-operativos, Inventarios iniciales y Capital de Trabajo) indicando el porcentaje en función al monto total de inversión.



*Figura 160. Resumen de estructura de inversiones*  
Fuente: Elaboración propia

## 7.2. Financiamiento

### 7.2.1. Estructura de Financiamiento

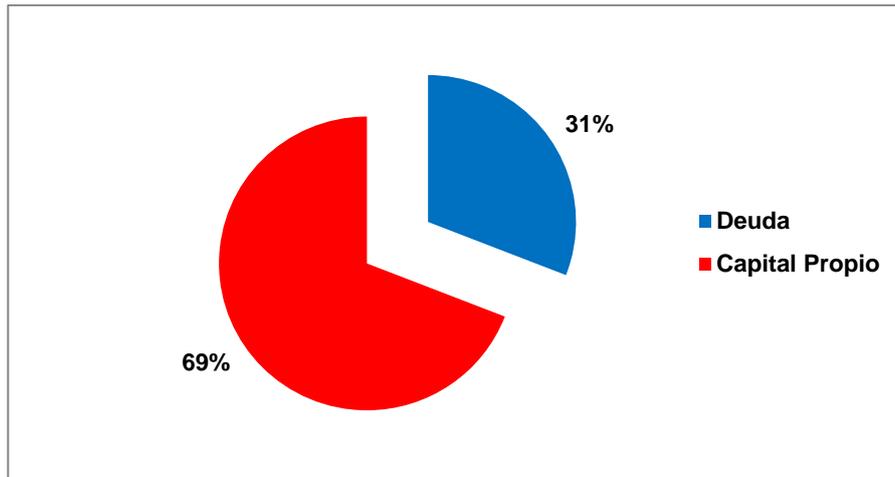
Tabla 21. *Estructura de Financiamiento*

	Monto de inversión	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	S/. 41,028.00	S/. 32,822.40	S/. 8,205.60
Activo Intangible	S/. 1,569.55		S/. 1,569.55
Gastos pre-operativos	S/. 83,911.96		S/. 83,911.96
Inventarios	S/. 6,410.48		S/. 6,410.48
Capital de trabajo	S/. 40,678.02	S/. 20,819.11	S/. 19,902.41
	<b>S/. 173,598</b>	<b>S/. 53,642</b>	<b>120000</b>
		<b>30.900%</b>	<b>69.125%</b>

Fuente: Elaboración propia

Se financia el 80% del activo fijo depreciable

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**



*Figura 161. Estructura D/E*  
Fuente: Elaboración propia

**Cronograma del Financiamiento**

*Tabla 22. Detalles préstamo Activos MiBanco*

Préstamo activo fijo	32,822	
TCEA (MI BANCO)	37.67%	
TEM	2.69988%	
Plazo	4	años
Plazo	48	meses
Cuota Mensual	1,228	

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

*Tabla 23. Cronograma de Pagos de Activos*

Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	32,822	886	342	1,228	261	32,481
2	32,481	877	351	1,228	259	32,129
3	32,129	867	361	1,228	256	31,769
4	31,769	858	370	1,228	253	31,399
5	31,399	848	380	1,228	250	31,018
6	31,018	837	391	1,228	247	30,628
7	30,628	827	401	1,228	244	30,227
8	30,227	816	412	1,228	241	29,815
9	29,815	805	423	1,228	237	29,392
10	29,392	794	434	1,228	234	28,957
11	28,957	782	446	1,228	231	28,511
12	28,511	770	458	1,228	227	28,053
13	28,053	757	471	1,228	223	27,582
14	27,582	745	483	1,228	220	27,099
15	27,099	732	496	1,228	216	26,602
16	26,602	718	510	1,228	212	26,092
17	26,092	704	524	1,228	208	25,569
18	25,569	690	538	1,228	204	25,031
19	25,031	676	552	1,228	199	24,479
20	24,479	661	567	1,228	195	23,912
21	23,912	646	582	1,228	190	23,329
22	23,329	630	598	1,228	186	22,731
23	22,731	614	614	1,228	181	22,117
24	22,117	597	631	1,228	176	21,486
25	21,486	580	648	1,228	171	20,838
26	20,838	563	665	1,228	166	20,173
27	20,173	545	683	1,228	161	19,489
28	19,489	526	702	1,228	155	18,787
29	18,787	507	721	1,228	150	18,067
30	18,067	488	740	1,228	144	17,326
31	17,326	468	760	1,228	138	16,566
32	16,566	447	781	1,228	132	15,785
33	15,785	426	802	1,228	126	14,983
34	14,983	405	824	1,228	119	14,160
35	14,160	382	846	1,228	113	13,314
36	13,314	359	869	1,228	106	12,446
37	12,446	336	892	1,228	99	11,554
38	11,554	312	916	1,228	92	10,638
39	10,638	287	941	1,228	85	9,697
40	9,697	262	966	1,228	77	8,730
41	8,730	236	992	1,228	70	7,738
42	7,738	209	1,019	1,228	62	6,719
43	6,719	181	1,047	1,228	54	5,672
44	5,672	153	1,075	1,228	45	4,598
45	4,598	124	1,104	1,228	37	3,494
46	3,494	94	1,134	1,228	28	2,360
47	2,360	64	1,164	1,228	19	1,196
48	1,196	32	1,196	1,228	10	(0)
<b>Totales</b>		<b>26,123</b>	<b>20,377</b>	<b>44,209</b>	<b>7,031</b>	

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tabla 24. *Flujo Neto de la deuda de Activos*

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Préstamo</b>	32,822					
<b>Amortización</b>		(4,770)	(6,567)	(9,040)	(12,446)	
<b>Interés</b>		(9,967)	(8,170)	(5,696)	(2,291)	
<b>escudo fiscal 29.5%</b>		2,940.13	2,410.07	1,680.33	675.72	-
<b>Flujo de la deuda neto</b>	32,822	(11,796)	(12,326)	(13,056)	(14,061)	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. *Detalles préstamo Capital de Trabajo MiBanco*

<b>Préstamo capital de trabajo</b>	<b>20,819</b>
<b>TCEA (MI BANCO)</b>	39.70%
<b>TEM</b>	2.82523%
<b>Plazo</b>	2 años
<b>Plazo</b>	24 meses
<b>Cuota Mensual</b>	1,206

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: *Cronograma de Pagos de Capital de Trabajo*

Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	20,819	588	618	1,206	174	20,201
2	20,201	571	636	1,206	168	19,565
3	19,565	553	654	1,206	163	18,912
4	18,912	534	672	1,206	158	18,240
5	18,240	515	691	1,206	152	17,549
6	17,549	496	710	1,206	146	16,838
7	16,838	476	731	1,206	140	16,108
8	16,108	455	751	1,206	134	15,357
9	15,357	434	772	1,206	128	14,584
10	14,584	412	794	1,206	122	13,790
11	13,790	390	817	1,206	115	12,973
12	12,973	367	840	1,206	108	12,134
13	12,134	343	863	1,206	101	11,270
14	11,270	318	888	1,206	94	10,382
15	10,382	293	913	1,206	87	9,469
16	9,469	268	939	1,206	79	8,531
17	8,531	241	965	1,206	71	7,565
18	7,565	214	993	1,206	63	6,573
19	6,573	186	1,021	1,206	55	5,552
20	5,552	157	1,049	1,206	46	4,503
21	4,503	127	1,079	1,206	38	3,424
22	3,424	97	1,110	1,206	29	2,314
23	2,314	65	1,141	1,206	19	1,173
24	1,173	33	1,173	1,206	10	(0)

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

*Tabla 27. Flujo Neto de la deuda de Capital de Trabajo*

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Préstamo</b>	20,819					
<b>Amortización</b>		(8,686)	(12,134)			
<b>Interés</b>		(5,790)	(2,342)			
<b>escudo fiscal 29.5%</b>		1,708.04	690.83			-
<b>Flujo de la deuda neto</b>	20,819	(12,767)	(13,785)	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**
**7.3. Ingresos anuales**
**7.3.1. Ingresos por ventas**

Canal Directo	2018												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Combo 1		2.50%	3.50%	4.50%	7.08%	8.08%	6.08%	10.67%	12.67%	11.67%	7.33%	8.33%	9.33%
Aguadito de pollo	11.02	S/. 4,131	S/. 5,784	S/. 7,438	S/. 11,706	S/. 13,358	S/. 10,053	S/. 17,627	S/. 20,932	S/. 19,280	S/. 12,119	S/. 13,771	S/. 15,424
Caldo de gallina	11.02	S/. 7,933	S/. 11,107	S/. 14,280	S/. 22,478	S/. 25,651	S/. 19,304	S/. 33,849	S/. 40,195	S/. 37,022	S/. 23,271	S/. 26,444	S/. 29,617
Sopa a la minuta	11.02	S/. 5,145	S/. 7,203	S/. 9,261	S/. 14,578	S/. 16,636	S/. 12,520	S/. 21,953	S/. 26,089	S/. 24,011	S/. 15,093	S/. 17,151	S/. 19,209
Valor venta total Combo 1		S/. 17,210	S/. 24,094	S/. 30,978	S/. 48,761	S/. 55,645	S/. 41,877	S/. 73,429	S/. 87,196	S/. 80,313	S/. 50,482	S/. 57,366	S/. 64,250
Aguadito de pollo	16.95	S/. 3,823	S/. 5,352	S/. 6,881	S/. 10,831	S/. 12,380	S/. 9,302	S/. 16,310	S/. 19,368	S/. 17,839	S/. 11,213	S/. 12,742	S/. 14,271
Caldo de gallina	16.95	S/. 7,340	S/. 10,277	S/. 13,213	S/. 20,798	S/. 23,734	S/. 17,862	S/. 31,319	S/. 37,192	S/. 34,255	S/. 21,532	S/. 24,468	S/. 27,404
Sopa a la minuta	16.95	S/. 4,761	S/. 6,665	S/. 8,569	S/. 13,489	S/. 15,393	S/. 11,584	S/. 20,313	S/. 24,121	S/. 22,217	S/. 13,965	S/. 15,869	S/. 17,773
Valor venta Combo 2		S/. 15,924	S/. 22,293	S/. 28,663	S/. 45,118	S/. 51,487	S/. 38,748	S/. 67,942	S/. 80,681	S/. 74,311	S/. 46,710	S/. 53,080	S/. 59,449
TOTAL VENTA		S/. 33,134	S/. 46,387	S/. 59,641	S/. 93,879	S/. 107,132	S/. 80,625	S/. 141,370	S/. 167,877	S/. 154,624	S/. 97,192	S/. 110,446	S/. 123,699
I.G.V. de Ventas		S/. 5,964	S/. 8,350	S/. 10,735	S/. 16,898	S/. 19,284	S/. 14,513	S/. 25,447	S/. 30,218	S/. 27,832	S/. 17,495	S/. 19,880	S/. 22,266
VENTA CON I.G.V.		S/. 39,098	S/. 54,737	S/. 70,376	S/. 110,777	S/. 126,416	S/. 95,138	S/. 166,817	S/. 198,095	S/. 182,456	S/. 114,687	S/. 130,326	S/. 145,965

Figura 162. Ingresos por ventas Año 1  
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 28. Ingresos por ventas**

<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
S/. <b>151,621</b>	S/. 176,775	S/. 188,604	S/. 200,763
S/. <b>291,150</b>	S/. 339,450	S/. 362,165	S/. 385,514
S/. <b>188,829</b>	S/. 220,155	S/. 234,887	S/. 250,030
S/. <b>631,601</b>	S/. 736,380	S/. 785,656	S/. 836,306
S/. <b>140,292</b>	S/. 163,565	S/. 174,511	S/. 185,761
S/. <b>269,395</b>	S/. 314,086	S/. 335,103	S/. 356,707
S/. <b>174,719</b>	S/. 203,704	S/. 217,335	S/. 231,347
S/. <b>584,406</b>	S/. 681,356	S/. 726,950	S/. 773,816
S/. <b>1,216,007</b>	S/. 1,417,735	S/. 1,512,606	S/. 1,610,122
S/. <b>218,881</b>	S/. 255,192	S/. 272,269	S/. 289,822
S/. <b>1,434,888</b>	S/. 1,672,928	S/. 1,784,875	S/. 1,899,944

Fuente: Elaboración propia

### 7.3.2. Recuperación de Capital de trabajo

**Tabla 29. Recuperación de Capital de Trabajo**

	<b>Año 0</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Ventas</b>		1,434,888	1,672,928	1,784,875	1,899,944
<b>Capital de trabajo necesario</b>		40,678	47,426	50,600	53,862
<b>Inversión capital de trabajo</b>	(40,678)	(6,748)	(3,174)	(3,262)	
<b>Recuperación de capital de trabajo</b>					53,862

Fuente: Elaboración propia

Ratio: 2.83%

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

**7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo**

Año 0														
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util (años)	Deprec. (4 años)	V.Libros (4 años)	V.Libros (4 años)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Utilidad/Pérdida	Ir 29.5%	Valor de Desecho
<b>Operaciones</b>			<b>28,264.41</b>	<b>5,087.59</b>	<b>33,352.00</b>		<b>12,551.53</b>	<b>15,712.88</b>			<b>16,958.64</b>	<b>1,245.76</b>	<b>367.50</b>	<b>16,591.14</b>
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 2,118.64	S/. 2,118.64	S/. 381.36	S/. 2,500.00	10	847.46	1,271	60%		1,271.19	0.00	0.00	1,271.19
Cocina industrial de 6 hornillas	1	S/. 4,067.80	S/. 4,067.80	S/. 732.20	S/. 4,800.00	10	1,627.12	2,441	60%		2,440.68	0.00	0.00	2,440.68
Mesa de trabajo de acero	1	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	S/. 183.05	S/. 1,200.00	10	406.78	610	60%		610.17	0.00	0.00	610.17
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 228.81	S/. 1,500.00	10	508.47	763	60%		762.71	0.00	0.00	762.71
Caja registradora	1	S/. 2,076.27	S/. 2,076.27	S/. 373.73	S/. 2,450.00	4	2,076.27	0	60%		1,245.76	1,245.76	367.50	878.26
Refresquera 15lt	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 305.08	S/. 2,000.00	10	677.97	1,017	60%		1,016.95	0.00	0.00	1,016.95
Maquina dispensadora de	1	S/. 5,508.47	S/. 5,508.47	S/. 991.53	S/. 6,500.00	10	2,203.39	3,305	60%		3,305.08	0.00	0.00	3,305.08
Mostrador de madera	1	S/. 5,932.20	S/. 5,932.20	S/. 1,067.80	S/. 7,000.00	10	2,372.88	3,559	60%		3,559.32	0.00	0.00	3,559.32
Olla #40 de acero	6	S/. 317.80	S/. 1,906.78	S/. 343.22	S/. 2,250.00	10	762.71	1,144	60%		1,144.07	0.00	0.00	1,144.07
Licudadora	1	S/. 296.61	S/. 296.61	S/. 53.39	S/. 350.00	10	118.64	178	60%		177.97	0.00	0.00	177.97
Equipos de seguridad	1	S/. 381.36	S/. 381.36	S/. 68.64	S/. 450.00	10	152.54	229	60%		228.81	0.00	0.00	228.81
Repisas	2	S/. 593.22	S/. 1,186.44	S/. 213.56	S/. 1,400.00	10	474.58	712	60%		711.86	0.00	0.00	711.86
Estantes	2	S/. 64.41	S/. 128.81	S/. 23.19	S/. 152.00	10	51.53	77	60%		77.29	0.00	0.00	77.29
Mostrador de vidrio	1	S/. 677.97	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00	10	271.19	407	60%		406.78	0.00	0.00	406.78
<b>Administración</b>			<b>4,937.29</b>	<b>888.71</b>	<b>5,826.00</b>		<b>3,602.03</b>	<b>1,335.25</b>			<b>1,926.27</b>	<b>591.02</b>	<b>174.35</b>	<b>1,751.92</b>
computadora	1	S/. 1,694.92	1,694.92	305.08	2,000.00	4	1,694.92	0.00	30%		508.47	508.47	150.00	358.47
aire acondicionado	1	S/. 1,440.68	1,440.68	259.32	1,700.00	10	576.27	864.41	50%		720.34	-144.07	-42.50	762.84
Impresora y escaner	1	S/. 1,016.95	1,016.95	183.05	1,200.00	4	1,016.95	0.00	30%		305.08	305.08	90.00	215.08
sillas giratorias	3	S/. 169.49	508.47	91.53	600.00	10	203.39	305.08	50%		254.24	-50.85	-15.00	269.24
Escritorio	1	S/. 211.86	211.86	38.14	250.00	10	84.75	127.12	50%		105.93	-21.19	-6.25	112.18
Estante	1	S/. 64.41	64.41	11.59	76.00	10	25.76	38.64	50%		32.20	-6.44	-1.90	34.10
<b>Ventas</b>			<b>1,694.92</b>	<b>305.08</b>	<b>2,000.00</b>		<b>1,694.92</b>	<b>0.00</b>			<b>508.47</b>	<b>508.47</b>	<b>150.00</b>	<b>358.47</b>
computadora	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	305.08	2,000.00	4	1,694.92	0.00	30%		508.47	508.47	150.00	358.47
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>			<b>34,896.61</b>	<b>6,281.39</b>	<b>41,178.00</b>		<b>17,848.47</b>	<b>17,048.14</b>			<b>19,393.39</b>	<b>2,345.25</b>	<b>691.85</b>	<b>18,701.54</b>
													<b>IGV(Valor mercado)</b>	<b>3,490.81</b>
													<b>Valor de Desecho</b>	<b>22,192.35</b>

Figura 163. Valor de Desecho Neto de Activos Fijos  
Fuente: Elaboración propia

$$\text{Valor de Desecho } VD = VL + [(VM - VL) \times (1 - IR)]$$

Donde:

VM = Valor de Mercado (estimado)

VL = Valor en Libros

IR = Tasa de Impuesto a la Renta (29.5%)

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Año 2													
Descripción	Cantida	Costo	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util	Deprec.	V.Libros (4°	V.Merc.	V. Mercado	Utilidad/Pé	Ir 29.5%	Valor de
Operaciones			1,906.78	343.22	2,250.00		381.36	1,525.42		1,525.42	0.00	0.00	1,525.42
Olla #40 de acero	6	317.79661	S/. 1,906.78	S/. 343.22	S/. 2,250.00	10	381.36	1,525	80%	1,525.42	0.00	0.00	1,525.42
TOTAL ACTIVO FIJO			1,906.78	343.22	2,250.00		381.36	1,525.42		1,525.42	0.00	0.00	1,525.42
												IGV(Valor mercado)	274.58
												Valor de Desecho con IGV	1,800.00

Año 3													
Descripción	Cantida	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Util (años)	Deprec. (4 años)	V.Libros (4° año)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Utilidad/Pérdida	Ir 29.5%	Valor de
Operaciones			1,993.22	358.78	2,352.00		199.32	1,793.90		1,793.90	0.00	0.00	1,793.90
Repisas	2	593	S/. 1,186.44	S/. 213.56	S/. 1,400.00	10	118.64	1,068	90%	1,067.80	0.00	0.00	1,067.80
Estantes	2	64	S/. 128.81	S/. 23.19	S/. 152.00	10	12.88	116	90%	115.93	0.00	0.00	115.93
Mostrador de vidrio	1	678	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00	10	67.80	610	90%	610.17	0.00	0.00	610.17
Administración			784.75	141.25	926.00		78.47	706.27		706.27	0.00	0.00	706.27
sillas giratorias	3	169	508.47	91.53	600.00	10	50.85	457.63	90%	457.63	0.00	0.00	457.63
Escritorio	1	212	211.86	38.14	250.00	10	21.19	190.68	90%	190.68	0.00	0.00	190.68
Estante	1	64	64.41	11.59	76.00	10	6.44	57.97	90%	57.97	0.00	0.00	57.97
TOTAL ACTIVO FIJO			2,777.97	500.03	3,278.00		277.80	2,500.17		2,500.17	0.00	0.00	2,500.17
												IGV(Valor mercado)	450.03
												Valor de Desecho con IGV	2,950.20

Figura 164. Depreciación de Activos Fijos  
Fuente: Elaboración propia

Valor mercado	23,418.98
Valor en libros	21,073.73
U/P	2,345.25
IR	691.85
VRN	22,727.13

Figura 165. Valor de Recuperación de Activos Fijos  
Fuente: Elaboración propia

**7.4. Costos y Gastos anuales**

**7.4.1. Egresos Desembolsables**

**7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos**

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Insumos	Costo por Kg o unidad en S/	Dic-17	2018	2019	2020	2021
Cebolla roja	S/. 1.53	S/. 59	S/. 5,452	S/. 6,356	S/. 6,782	S/. 7,220
tomate	S/. 2.20	S/. 48	S/. 4,369	S/. 5,094	S/. 5,434	S/. 5,784
cucharadita de ajo molido	S/. 15.25	S/. 46	S/. 3,036	S/. 3,539	S/. 3,768	S/. 4,012
papas amarillas peladas en cuadrados	S/. 1.19	S/. 168	S/. 15,733	S/. 18,344	S/. 19,570	S/. 20,833
pimentón	S/. 55.08	S/. 165	S/. 10,962	S/. 12,780	S/. 13,606	S/. 14,487
carne molida de res	S/. 16.95	S/. 576	S/. 53,763	S/. 62,678	S/. 66,881	S/. 71,186
de fideo cabello de angel	S/. 3.56	S/. 189	S/. 17,640	S/. 20,566	S/. 21,943	S/. 23,356
leche	S/. 2.46	S/. 209	S/. 19,487	S/. 22,721	S/. 24,240	S/. 25,803
oregano molido	S/. 52.97	S/. 53	S/. 2,119	S/. 2,489	S/. 2,648	S/. 2,807
huevo	S/. 3.90	S/. 101	S/. 9,142	S/. 10,658	S/. 11,371	S/. 12,104
sal	S/. 1.44	S/. 53	S/. 4,918	S/. 5,735	S/. 6,119	S/. 6,513
gallina	S/. 8.05	S/. 1,586	S/. 147,644	S/. 172,135	S/. 183,648	S/. 195,491
kión	S/. 1.69	S/. 56	S/. 5,181	S/. 6,041	S/. 6,444	S/. 6,859
ajinomoto	S/. 12.88	S/. 13	S/. 799	S/. 927	S/. 992	S/. 1,043
fideo largo	S/. 1.19	S/. 155	S/. 14,505	S/. 16,912	S/. 18,043	S/. 19,206
aceite	S/. 3.86	S/. 27	S/. 2,462	S/. 2,871	S/. 3,061	S/. 3,262
pollo	S/. 5.51	S/. 567	S/. 52,606	S/. 61,337	S/. 65,441	S/. 69,660
aji amarillo	S/. 15.25	S/. 107	S/. 9,717	S/. 11,334	S/. 12,081	S/. 12,875
culantro licuado	S/. 3.39	S/. 146	S/. 13,492	S/. 15,729	S/. 16,780	S/. 17,861
alverjas	S/. 3.39	S/. 31	S/. 2,698	S/. 3,146	S/. 3,356	S/. 3,573
pimiento en tiras	S/. 5.08	S/. 122	S/. 11,334	S/. 13,210	S/. 14,095	S/. 15,005
arroz	S/. 2.06	S/. 72	S/. 6,557	S/. 7,644	S/. 8,155	S/. 8,682
Pimienta	S/. 46.61	S/. 47	S/. 1,492	S/. 1,771	S/. 1,864	S/. 2,004
comino	S/. 50.85	S/. 51	S/. 1,627	S/. 1,932	S/. 2,034	S/. 2,186
<b>Total sin IGV</b>		S/. 4,648	S/. 416,734	S/. 485,949	S/. 518,356	S/. 551,813
<b>IGV</b>		S/. 837	S/. 75,012	S/. 87,471	S/. 93,304	S/. 99,326
<b>Total con IGV</b>		S/. 5,485	S/. 491,746	S/. 573,420	S/. 611,660	S/. 651,140

Guarniciones	Costo porciento	Dic-17	2018	2019	2020	2021
canchita serrana	S/. 8.47	S/. 178	S/. 16,347	S/. 19,051	S/. 20,331	S/. 21,636
Crema de ají	S/. 10.59	S/. 222	S/. 20,434	S/. 23,814	S/. 25,413	S/. 27,044
cebolla china	S/. 1.69	S/. 17	S/. 1,507	S/. 1,758	S/. 1,875	S/. 1,995
limón	S/. 0.81	S/. 5	S/. 393	S/. 457	S/. 488	S/. 520
<b>Total sin IGV</b>		S/. 422	S/. 38,682	S/. 45,079	S/. 48,106	S/. 51,195
<b>IGV</b>		S/. 76	S/. 6,963	S/. 8,114	S/. 8,659	S/. 9,215
<b>Total con IGV</b>		S/. 498	S/. 45,644	S/. 53,194	S/. 56,766	S/. 60,410

Bebidas	Costo porciento	Dic-17	2018	2019	2020	2021
Chicha	S/. 1.19	S/. 126	S/. 11,656	S/. 13,589	S/. 14,499	S/. 15,433
Gaseosa	S/. 1.69	S/. 180	S/. 16,651	S/. 19,414	S/. 20,714	S/. 22,047
<b>Total sin IGV</b>		S/. 305	S/. 28,306	S/. 33,003	S/. 35,213	S/. 37,481
<b>IGV</b>		S/. 55	S/. 5,095	S/. 5,941	S/. 6,338	S/. 6,747
<b>Total con IGV</b>		S/. 360	S/. 33,402	S/. 38,944	S/. 41,551	S/. 44,227

Envases y cubiertos	Costo porciento	Dic-17	2018	2019	2020	2021
tazon descartable 500 ml	S/. 0.10	S/. 100	S/. 6,100	S/. 7,100	S/. 7,500	S/. 8,000
tazon descartable 900 ml	S/. 0.12	S/. 120	S/. 4,440	S/. 5,160	S/. 5,520	S/. 5,760
cubiertos descartables	S/. 0.05	S/. 100	S/. 4,850	S/. 5,650	S/. 6,000	S/. 6,400
<b>Total sin IGV</b>		S/. 320	S/. 15,390	S/. 17,910	S/. 19,020	S/. 20,160
<b>IGV</b>		S/. 58	S/. 2,770	S/. 3,224	S/. 3,424	S/. 3,629
<b>Total con IGV</b>		S/. 378	S/. 18,160	S/. 21,134	S/. 22,444	S/. 23,789

Total resumen materia prima	Ene-18	Feb-18	2020	2021
Insumos	S/. 11,508	S/. 16,076	S/. 518,356	S/. 551,813
Guarniciones	S/. 1,064	S/. 1,484	S/. 48,106	S/. 51,195
Bebidas	S/. 772	S/. 1,081	S/. 35,213	S/. 37,481
envases y cubiertos	S/. 470	S/. 740	S/. 19,020	S/. 20,160
<b>Total valor de venta</b>	<b>S/. 13,814</b>	<b>S/. 19,380</b>	<b>S/. 620,695</b>	<b>S/. 660,649</b>
Igv	S/. 2,486.54	S/. 3,488.46	S/. 111,725.10	S/. 118,916.78
<b>Precio</b>	<b>S/. 16,300.63</b>	<b>S/. 22,868.80</b>	<b>S/. 732,420.12</b>	<b>S/. 779,565.56</b>

Figura 166. Presupuesto para Materias Primas e Insumos  
Fuente: Elaboración propia

**7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa**

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4
Operaciones	Cocinero	2	2	2	2
Operaciones	Asistente de Operación	6	6	8	8

*Figura 167. Puestos de Operaciones*

Fuente: Elaboración propia

Remuneración Mensual S/. 2018	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021
S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
S/. 950.00	S/. 950.00	S/. 950.00	S/. 950.00

*Figura 168. Remuneración de MOD*

Fuente: Elaboración propia

Cuadro de provisiones	Dic-17	2018	2019	2020	2021
Cocinero	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00
Asistente de Operación	S/. 5,700.00	S/. 68,400.00	S/. 68,400.00	S/. 91,200.00	S/. 91,200.00
<b>Total Sueldo Bruto</b>	<b>S/. 8,700.00</b>	<b>S/. 104,400.00</b>	<b>S/. 104,400.00</b>	<b>S/. 127,200.00</b>	<b>S/. 127,200.00</b>
Gratificación(1/6)	S/. 1,450.00	S/. 17,400.00	S/. 17,400.00	S/. 21,200.00	S/. 21,200.00
<b>Total Sueldo</b>	<b>S/. 10,150.00</b>	<b>S/. 121,800.00</b>	<b>S/. 121,800.00</b>	<b>S/. 148,400.00</b>	<b>S/. 148,400.00</b>
CTS(1/12)	S/. 845.83	S/. 10,150.00	S/. 10,150.00	S/. 12,366.67	S/. 12,366.67
Essalud (9%)	S/. 783.00	S/. 9,396.00	S/. 9,396.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00
ono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 130.50	S/. 1,566.00	S/. 1,566.00	S/. 1,908.00	S/. 1,908.00
Sctr(1%)	S/. 87.00	S/. 1,044.00	S/. 1,044.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00
<b>Costo MOD</b>	<b>S/. 11,996.33</b>	<b>S/. 143,956.00</b>	<b>S/. 143,956.00</b>	<b>S/. 175,394.67</b>	<b>S/. 175,394.67</b>
<b>Cuadro de pagos</b>	<b>Dic-17</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Sueldo Bruto	S/. 8,700.00	S/. 104,400.00	S/. 104,400.00	S/. 127,200.00	S/. 127,200.00
Gratificación	S/. 1,450.00	S/. 17,400.00	S/. 17,400.00	S/. 21,200.00	S/. 21,200.00
Pago de CTS	S/. 0.00	S/. 10,150.00	S/. 10,150.00	S/. 12,366.67	S/. 12,366.67
Essalud	S/. 0.00	S/. 9,396.00	S/. 9,396.00	S/. 11,448.00	S/. 11,448.00
ono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 130.50	S/. 1,566.00	S/. 1,566.00	S/. 1,908.00	S/. 1,908.00
Sctr(1%)	S/. 87.00	S/. 1,044.00	S/. 1,044.00	S/. 1,272.00	S/. 1,272.00
<b>Pago planilla MOD</b>	<b>S/. 10,367.50</b>	<b>S/. 143,956.00</b>	<b>S/. 143,956.00</b>	<b>S/. 175,394.67</b>	<b>S/. 175,394.67</b>

*Figura 169. Provisión de Sueldos MOD*

Fuente: Elaboración propia

**7.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos**

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Utensilios y herramientas</b>	<b>3,240.68</b>	<b>3,240.68</b>	<b>3,240.68</b>	<b>3,240.68</b>
Peladores manuales	1,017	1,017	1,017	1,017
Balanza electrónica	85	85	85	85
termometro digital	136	136	136	136
Tacho	136	136	136	136
uniformes	678	678	678	678
Baldes	271	271	271	271
<b>Total herramientas</b>	<b>2,322.03</b>	<b>2,322.03</b>	<b>2,322.03</b>	<b>2,322.03</b>
Cuchillo	122	122	122	122
cucharones	102	102	102	102
tabla de picar	407	407	407	407
pinzas	203	203	203	203
juego de cucharas	85	85	85	85
<b>Total Utensilios</b>	<b>919</b>	<b>919</b>	<b>919</b>	<b>919</b>
IGV Utensilios y herramientas	583.32	583.32	583.32	583.32
<b>Servicios</b>	<b>3,911.86</b>	<b>3,911.86</b>	<b>3,911.86</b>	<b>3,911.86</b>
<b>Recarga extintores</b>	<b>101.69</b>	<b>101.69</b>	<b>101.69</b>	<b>101.69</b>
Teléfono e Internet 80%	976.27	976.27	976.27	976.27
Mantenimiento maquinaria y equipos de producción	800.00	800.00	800.00	800.00
Seguro antirrobo	2,033.90	2,033.90	2,033.90	2,033.90
I.G.V. Serv.	704.14	704.14	704.14	704.14
<b>Renta fija alquiler local</b>	<b>40,677.97</b>	<b>40,677.97</b>	<b>40,677.97</b>	<b>40,677.97</b>
<b>Renta variable alquiler local 3% de las ventas</b>	<b>36,480.21</b>	<b>42,532.06</b>	<b>45,378.17</b>	<b>48,303.66</b>
<b>Igv alquiler</b>	<b>13,888.47</b>	<b>14,977.81</b>	<b>15,490.10</b>	<b>16,016.69</b>
<b>Total Gasto sin IGV</b>	<b>84,310.71</b>	<b>90,362.57</b>	<b>93,208.68</b>	<b>96,134.17</b>
<b>Total Gasto con IGV</b>	<b>99,486.64</b>	<b>106,627.83</b>	<b>109,986.24</b>	<b>113,438.32</b>
<b>Igv de CIF</b>	<b>15,175.93</b>	<b>16,265.26</b>	<b>16,777.56</b>	<b>17,304.15</b>

*Figura 170. Presupuesto de Costos Indirectos*

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

**7.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración**

Concepto		2018	2019	2020	2021
Gerente General					
Supervisor de Tienda					
Básicos		204,000.00	204,000.00	204,000.00	204,000.00
Gratificación		34,000.00	34,000.00	34,000.00	34,000.00
<b>Sub Total</b>		<b>238,000.00</b>	<b>238,000.00</b>	<b>238,000.00</b>	<b>238,000.00</b>
Pago de CTS		19,833.33	19,833.33	19,833.33	19,833.33
Essalud		18,360.00	18,360.00	18,360.00	18,360.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		3,060.00	3,060.00	3,060.00	3,060.00
SCTR 1% del sueldo		2,040.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
<b>Total Gasto</b>		<b>281,293.33</b>	<b>281,293.33</b>	<b>281,293.33</b>	<b>281,293.33</b>
<b>Servicios</b>		<b>4,917.80</b>	<b>4,917.80</b>	<b>4,917.80</b>	<b>4,917.80</b>
Teléfono e Internet	10%	467.80	467.80	467.80	467.80
Mantenimiento Equipos de oficina		250.00	250.00	250.00	250.00
Contador		4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
IGV Servicios		129.20	129.20	129.20	129.20
<b>Útiles de Oficina</b>		<b>481.36</b>	<b>481.36</b>	<b>481.36</b>	<b>481.36</b>
Lapiceros		33.90	33.90	33.90	33.90
Porta lapiceros de escritorio		13.56	13.56	13.56	13.56
Cuaderno de contabilidad		20.34	20.34	20.34	20.34
Cuaderno de ingresos		20.34	20.34	20.34	20.34
Folders		47.46	47.46	47.46	47.46
Porta documentos		244.07	244.07	244.07	244.07
Calculadora		101.69	101.69	101.69	101.69
IGV Útiles de Oficina		86.64	86.64	86.64	86.64
<b>Actividades Respons. Social</b>		<b>1,271.19</b>	<b>1,271.19</b>	<b>1,271.19</b>	<b>1,271.19</b>
Actividades sociales y eventos de beneficencia		1,271.19	1,271.19	1,271.19	1,271.19
<b>I.G.V. Activ. Respons. Social</b>		<b>228.81</b>	<b>228.81</b>	<b>228.81</b>	<b>228.81</b>
<b>Total Gasto sin IGV</b>		<b>287,963.67</b>	<b>287,963.67</b>	<b>287,963.67</b>	<b>287,963.67</b>
<b>Total Gasto con IGV</b>		<b>288,408.33</b>	<b>288,408.33</b>	<b>288,408.33</b>	<b>288,408.33</b>
<b>IGV Gastos administrativos</b>		<b>444.66</b>	<b>444.66</b>	<b>444.66</b>	<b>444.66</b>

*Figura 171. Gastos de Administración*

Fuente: Elaboración propia

**7.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas**

Concepto		2018	2019	2020	2021
<b>Cajero</b>					
Básicos		22,800.00	22,800.00	22,800.00	22,800.00
Gratificación		3,800.00	3,800.00	3,800.00	3,800.00
<b>Sub Total</b>		<b>26,600.00</b>	<b>26,600.00</b>	<b>26,600.00</b>	<b>26,600.00</b>
Pago de CTS		2,216.67	2,216.67	2,216.67	2,216.67
Essalud		2,052.00	2,052.00	2,052.00	2,052.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		342.00	342.00	342.00	342.00
SCTR 1% del sueldo		228.00	228.00	228.00	228.00
<b>Total Gasto</b>		<b>31,438.67</b>	<b>31,438.67</b>	<b>31,438.67</b>	<b>31,438.67</b>
<b>Serv.</b>		<b>467.80</b>	<b>467.80</b>	<b>467.80</b>	<b>467.80</b>
Teléfono e Internet	10%	467.80	467.80	467.80	467.80
IGV Serv.		84.20	84.20	84.20	84.20
<b>Publicidad y Marketing</b>		<b>75,847.49</b>	<b>77,504.09</b>	<b>59,211.36</b>	<b>60,010.43</b>
Revista Magaly 1/2 Pág Miercoles		31,779.66	31,779.66	12,711.86	12,711.86
Volantes		4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Banners		372.88	372.88	372.88	372.88
Community Manager		15,254.24	15,254.24	15,254.24	15,254.24
Activación Lider de Opinión		8,474.58	8,474.58	8,474.58	8,474.58
Cucharas Colección		5,783.90	5,783.90	5,783.90	5,783.90
<b>Sampling</b>		<b>9,982.23</b>	<b>11,638.83</b>	<b>12,413.90</b>	<b>13,212.98</b>
IGV Publicidad y Marketing		11,855.75	11,855.75	8,423.54	8,423.54
<b>Total Gasto sin IGV</b>		<b>107,753.95</b>	<b>109,410.55</b>	<b>91,117.82</b>	<b>91,916.90</b>
<b>Igv gastos de ventas</b>		<b>11,939.95</b>	<b>11,939.95</b>	<b>8,507.75</b>	<b>8,507.75</b>
<b>Pago area de ventas sin sampling</b>		<b>109,711.67</b>	<b>109,711.67</b>	<b>87,211.67</b>	<b>87,211.67</b>

*Figura 172. Gastos de Ventas*  
Fuente: Elaboración propia

**7.4.2. Egresos no Desembolsables**

**7.4.2.1. Depreciación**

*Tabla 30. Depreciación de bienes afectados a la producción*

Bienes	Porcentaje máx. anual
Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca	25%
Vehículos de transporte terrestre (excepto ferrocarriles); hornos en general.	20%
Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera, petrolera y de construcción; excepto muebles, enseres y equipos de oficina.	20%
Equipos de procesamiento de datos	25%
Maquinaria y equipo adquirido a partir del 01.01.91	10%
Otros bienes del activo fijo	10%

Fuente: (SUNAT, 1994) Art. 22º Inc. b

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación acelerada MYPE	2018	2019	2020	2021
<b>Operaciones</b>			S/. 28,264.41		S/. 3,137.88	S/. 3,137.88	S/. 3,137.88	S/. 3,137.88
Conservadora de alimentos 250 lt	1	S/. 2,118.64	S/. 2,118.64	10%	S/. 211.86	S/. 211.86	S/. 211.86	S/. 211.86
Cocina industrial de 6 homillas	1	S/. 4,067.80	S/. 4,067.80	10%	S/. 406.78	S/. 406.78	S/. 406.78	S/. 406.78
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	10%	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69
Lavatorio industrial 1 posa	1	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	10%	S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 127.12
Caja registradora	1	S/. 2,076.27	S/. 2,076.27	25%	S/. 519.07	S/. 519.07	S/. 519.07	S/. 519.07
Refresquera 15lt	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	10%	S/. 169.49	S/. 169.49	S/. 169.49	S/. 169.49
Maquina dispensadora de gaseosa	1	S/. 5,508.47	S/. 5,508.47	10%	S/. 550.85	S/. 550.85	S/. 550.85	S/. 550.85
Mostrador de madera	1	S/. 5,932.20	S/. 5,932.20	10%	S/. 593.22	S/. 593.22	S/. 593.22	S/. 593.22
Olla #40 de acero	6	S/. 317.80	S/. 1,906.78	10%	S/. 190.68	S/. 190.68	S/. 190.68	S/. 190.68
Licuadaora	1	S/. 296.61	S/. 296.61	10%	S/. 29.66	S/. 29.66	S/. 29.66	S/. 29.66
Equipos de seguridad	1	S/. 381.36	S/. 381.36	10%	S/. 38.14	S/. 38.14	S/. 38.14	S/. 38.14
Repisas	2	S/. 593.22	S/. 1,186.44	10%	S/. 118.64	S/. 118.64	S/. 118.64	S/. 118.64
Estantes	2	S/. 64.41	S/. 128.81	10%	S/. 12.88	S/. 12.88	S/. 12.88	S/. 12.88
Mostrador de vidrio	1	S/. 677.97	S/. 677.97	10%	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 67.80
<b>Administración</b>			S/. 4,937.29		S/. 900.51	S/. 900.51	S/. 900.51	S/. 900.51
computadora	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	25%	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73
aire acondicionado	1	S/. 1,440.68	S/. 1,440.68	10%	S/. 144.07	S/. 144.07	S/. 144.07	S/. 144.07
Impresora y escaner	1	S/. 1,016.95	S/. 1,016.95	25%	S/. 254.24	S/. 254.24	S/. 254.24	S/. 254.24
sillas giratorias	3	S/. 169.49	S/. 508.47	10%	S/. 50.85	S/. 50.85	S/. 50.85	S/. 50.85
Escritorio	1	S/. 211.86	S/. 211.86	10%	S/. 21.19	S/. 21.19	S/. 21.19	S/. 21.19
Estante	1	S/. 64.41	S/. 64.41	10%	S/. 6.44	S/. 6.44	S/. 6.44	S/. 6.44
<b>Ventas</b>			S/. 1,694.92		S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73
computadora	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	25%	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73
					<b>S/. 4,462.12</b>	<b>S/. 4,462.12</b>	<b>S/. 4,462.12</b>	<b>S/. 4,462.12</b>

*Figura 173. Depreciación de Activos Fijos Depreciables Año 0*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Depreciación de Activos fijos depreciables año 2								
Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según sunat	2018	2019	2020	2021
<b>Operaciones</b>			S/. 1,906.78		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 190.68	S/. 190.68
Olla #40 de acero	6	S/. 317.80	S/. 1,906.78	10%			S/. 190.68	S/. 190.68
<b>Total Depreciación</b>					<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>190.68</b>	<b>190.68</b>
Depreciación de Activos fijos depreciables año 2								
Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según sunat	2018	2019	2020	2021
<b>Operaciones</b>			S/. 1,993.22		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 199.32
Repisas	2	S/. 593.22	S/. 1,186.44	10%				S/. 118.64
Estantes	2	S/. 64.41	S/. 128.81	10%				S/. 12.88
Mostrador de vidrio	1	S/. 677.97	S/. 677.97	10%				S/. 67.80
<b>Administración</b>			S/. 784.75		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 78.47
sillas giratorias	3	S/. 169.49	S/. 508.47	10%				S/. 50.85
Escritorio	1	S/. 211.86	S/. 211.86	10%				S/. 21.19
Estante	1	S/. 64.41	S/. 64.41	10%				S/. 6.44
<b>Total Depreciación</b>					<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>277.80</b>
<b>Total Depreciación</b>					<b>4,462.12</b>	<b>4,462.12</b>	<b>4,652.80</b>	<b>4,930.59</b>

Figura 174. Depreciación de Activos Fijos Depreciables  
Fuente: Elaboración propia

**7.4.2.2. Amortización de Intangibles**

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
<b>Constitución de la empresa</b>			<b>S/. 740.00</b>	<b>S/. 129.60</b>	<b>S/. 869.60</b>
Reserva de preferencia registral de nombre de persona jurídica de MAMA SOPA S.A.C	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 0.00	S/. 20.00
Gastos notariales y firma de la escritura pública del capital social	1	S/. 720.00	S/. 720.00	S/. 129.60	S/. 849.60
<b>Marcas y patentes</b>			<b>S/. 477.08</b>	<b>S/. 85.87</b>	<b>S/. 562.95</b>
Registro de logo	1	S/. 477.08	S/. 477.08	S/. 85.87	S/. 562.95
<b>Licencias y autorizaciones</b>			<b>S/. 137.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 137.00</b>
Licencia de Funcionamiento y Defensa Civil	1	S/. 37.30	S/. 37.30	S/. 0.00	S/. 37.30
Aviso publicitario	1	S/. 39.70	S/. 39.70	S/. 0.00	S/. 39.70
Fumigación S/.2 por m2(15m2), 2 veces al año	2	S/. 30.00	S/. 60.00	S/. 0.00	S/. 60.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 1,354.08</b>	<b>S/. 215.47</b>	<b>S/. 1,569.55</b>

Figura 175. Amortización de Intangibles  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Para un efecto tributario procederemos a amortizar todos los gastos pre-operativos en el primer año de operación.

	Valor	I.G.V.	Importe
Utensilios, Enseres y Equipos	1,971.19	354.81	2,326.00
Acondicionamiento de Local	2,695.76	485.24	3,181.00
Marketing de Lanzamiento	25,885.56	4,659.40	30,544.96
Remuneraciones diciembre	32,890.00	0.00	32,890.00
Servicios diciembre	2,951.69	18.31	2,970.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	3,389.83	610.17	4,000.00
<b>Total gasto pre-operativo amortizables</b>	<b>69,784.03</b>	<b>6,127.93</b>	<b>75,911.96</b>

*Figura 176. Amortización de Gastos pre-operativos amortizables*  
Fuente: Elaboración propia

	2018	2019	2020	2021
<b>Amortización de Gasto pre-operativos</b>	<b>69,784.03</b>			
<b>amortizacion operaciones 70%</b>	48,848.82			
<b>amortizacion administrativa 20%</b>	13,956.81			
<b>amortizacion ventas 10%</b>	6,978.40			

*Figura 177. Amortización Gastos Pre-Operativos Año 1*  
Fuente: Elaboración propia

**7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario**

**COMBO 1**

<b>Combo 1</b>	<b>61.52%</b>
<b>Sopa a la minuta</b>	<b>29.90%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>17,139.87</b>	<b>19,983.28</b>	<b>21,320.49</b>	<b>22,695.01</b>
Materia Prima	4.01	4.01	4.01	4.01
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Costos Indirectos	0.90	0.83	0.80	0.78
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>6.46</b>	<b>6.16</b>	<b>6.32</b>	<b>6.21</b>
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	1.16	1.01	0.79	0.74
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>11.51</b>	<b>9.86</b>	<b>9.63</b>	<b>9.33</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02
Costo unitario	11.51	9.86	9.63	9.33
<b>Margen del producto</b>	<b>-S/. 0.50</b>	<b>S/. 1.16</b>	<b>S/. 1.38</b>	<b>S/. 1.69</b>
<b>Margen en % con respecto al valor de venta</b>	<b>-4.51%</b>	<b>10.48%</b>	<b>12.55%</b>	<b>15.35%</b>

*Figura 178. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Sopa a la Minuta*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 1</b>	61.52%
<b>Caldo de gallina</b>	<b>46.10%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>26,427.49</b>	<b>30,811.66</b>	<b>32,873.47</b>	<b>34,992.80</b>
Materia Prima	4.02	4.02	4.02	4.02
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Costos Indirectos	0.90	0.83	0.80	0.78
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>6.47</b>	<b>6.18</b>	<b>6.34</b>	<b>6.22</b>
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	1.16	1.01	0.79	0.74
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>11.53</b>	<b>9.88</b>	<b>9.65</b>	<b>9.34</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02
Costo unitario	11.53	9.88	9.65	9.34
<b>Margen del producto</b>	<b>-S/. 0.51</b>	<b>S/. 1.14</b>	<b>S/. 1.37</b>	<b>S/. 1.67</b>
<b>Margen en % con respecto al valor de ven</b>	<b>-4.67%</b>	<b>10.33%</b>	<b>12.39%</b>	<b>15.19%</b>

*Figura 179. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Caldo de Gallina*  
 Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 1</b>	61.52%
<b>aguadito de pollo</b>	<b>24.01%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>13,762.56</b>	<b>16,045.69</b>	<b>17,119.41</b>	<b>18,223.09</b>
Materia Prima	4.34	4.34	4.34	4.34
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Costos Indirectos	0.90	0.83	0.80	0.78
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>6.79</b>	<b>6.49</b>	<b>6.65</b>	<b>6.54</b>
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	1.16	1.01	0.79	0.74
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>11.84</b>	<b>10.19</b>	<b>9.97</b>	<b>9.66</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02
Costo unitario	11.84	10.19	9.97	9.66
<b>Margen del producto</b>	<b>-S/. 0.83</b>	<b>S/. 0.82</b>	<b>S/. 1.05</b>	<b>S/. 1.36</b>
<b>Margen en % con respecto a</b>	<b>-7.51%</b>	<b>7.48%</b>	<b>9.55%</b>	<b>12.35%</b>

*Figura 180. Costo Unitario Promedio COMBO 1 - Aguadito de pollo*  
 Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

**COMBO 2**

<b>Combo 2</b>	<b>38.48%</b>
<b>Sopa a la minuta</b>	<b>29.90%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>10,308.44</b>	<b>12,018.55</b>	<b>12,822.79</b>	<b>13,649.47</b>
Materia Prima	7.03	7.03	7.03	7.03
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Costos Indirectos	0.94	0.86	0.84	0.81
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>9.58</b>	<b>9.28</b>	<b>9.44</b>	<b>9.32</b>
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	1.20	1.05	0.82	0.77
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>14.84</b>	<b>13.12</b>	<b>12.89</b>	<b>12.56</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95
Costo unitario	14.84	13.12	12.89	12.56
<b>Margen del producto</b>	<b>S/. 2.11</b>	<b>S/. 3.83</b>	<b>S/. 4.06</b>	<b>S/. 4.38</b>
<b>Margen en % con respecto al valor de venta</b>	<b>12.44%</b>	<b>22.58%</b>	<b>23.97%</b>	<b>25.87%</b>

*Figura 181. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Sopa a la minuta*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 2</b>	38.48%
<b>caldo de gallina</b>	<b>46.10%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>15,894.30</b>	<b>18,531.07</b>	<b>19,771.11</b>	<b>21,045.73</b>
Materia Prima	6.99	6.99	6.99	6.99
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Costos Indirectos	0.94	0.86	0.84	0.81
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>9.54</b>	<b>9.23</b>	<b>9.40</b>	<b>9.28</b>
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	1.20	1.05	0.82	0.77
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>14.80</b>	<b>13.08</b>	<b>12.84</b>	<b>12.52</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95
Costo unitario	14.80	13.08	12.84	12.52
<b>Margen del producto</b>	<b>S/. 2.15</b>	<b>S/. 3.87</b>	<b>S/. 4.11</b>	<b>S/. 4.43</b>
<b>Margen en % con respecto al valor de ven</b>	<b>12.69%</b>	<b>22.83%</b>	<b>24.23%</b>	<b>26.12%</b>

*Figura 182. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Caldo de Gallina*  
 Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 2</b>	38.48%
<b>aguadito de pollo</b>	<b>24.01%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>8,277.22</b>	<b>9,650.36</b>	<b>10,296.13</b>	<b>10,959.92</b>
Materia Prima	7.76	7.76	7.76	7.76
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Costos Indirectos	0.94	0.86	0.84	0.81
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>10.31</b>	<b>10.00</b>	<b>10.17</b>	<b>10.05</b>
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	1.20	1.05	0.82	0.77
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Total</b>	<b>15.57</b>	<b>13.85</b>	<b>13.61</b>	<b>13.29</b>

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021
Valor venta	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95	S/. 16.95
Costo unitario	15.57	13.85	13.61	13.29
<b>Margen del producto</b>	<b>S/. 1.38</b>	<b>S/. 3.10</b>	<b>S/. 3.34</b>	<b>S/. 3.66</b>
<b>Margen en % con respecto a</b>	<b>8.16%</b>	<b>18.29%</b>	<b>19.69%</b>	<b>21.58%</b>

*Figura 183. Costo Unitario Promedio COMBO 2 - Aguadito de Pollo*  
 Fuente: Elaboración propia

**7.4.4. Costos fijos y variables unitarios**

**COMBO 1**

<b>Combo 1</b>	61.52%
<b>Sopa a la minuta</b>	<b>29.90%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>17,139.87</b>	<b>19,983.28</b>	<b>21,320.49</b>	<b>22,695.01</b>
Materia Prima	4.01	4.01	4.01	4.01
sampling 2%	0.22	0.22	0.22	0.22
renta variable cif 3%	0.33	0.33	0.33	0.33
<b>Total costo variable</b>	<b>4.56</b>	<b>4.56</b>	<b>4.56</b>	<b>4.56</b>
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	0.94	0.79	0.57	0.52
Cif fijo	0.57	0.50	0.47	0.45
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.30</b>	<b>5.08</b>	<b>4.77</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>11.51</b>	<b>9.86</b>	<b>9.63</b>	<b>9.33</b>

*Figura 184. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Sopa a la Minuta*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 1</b>	<b>61.52%</b>
<b>Caldo de gallina</b>	<b>46.10%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>26,427.49</b>	<b>30,811.66</b>	<b>32,873.47</b>	<b>34,992.80</b>
Materia Prima	4.02	4.02	4.02	4.02
sampling 2%	0.22	0.22	0.22	0.22
renta variable cif 3%	0.33	0.33	0.33	0.33
<b>Total costo variable</b>	<b>4.57</b>	<b>4.57</b>	<b>4.57</b>	<b>4.57</b>
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	0.94	0.79	0.57	0.52
Cif fijo	0.57	0.50	0.47	0.45
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.30</b>	<b>5.08</b>	<b>4.77</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>11.53</b>	<b>9.88</b>	<b>9.65</b>	<b>9.34</b>

*Figura 185. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Caldo de Gallina*  
Fuente: Elaboración propia

<b>Combo 1</b>	<b>61.52%</b>
<b>Aguadito de pollo</b>	<b>24.01%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>13,762.56</b>	<b>16,045.69</b>	<b>17,119.41</b>	<b>18,223.09</b>
Materia Prima	4.34	4.34	4.34	4.34
sampling 2%	0.22	0.22	0.22	0.22
renta variable cif 3%	0.33	0.33	0.33	0.33
<b>Total costo variable</b>	<b>4.89</b>	<b>4.89</b>	<b>4.89</b>	<b>4.89</b>
Mano de Obra Directa	1.54	1.32	1.51	1.42
Gastos Administrativos	3.09	2.65	2.48	2.33
Gastos de Venta	0.94	0.79	0.57	0.52
Cif fijo	0.57	0.50	0.47	0.45
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.01	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.75	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.30</b>	<b>5.08</b>	<b>4.77</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>11.84</b>	<b>10.19</b>	<b>9.97</b>	<b>9.66</b>

*Figura 186. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 1 - Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia

**COMBO 2**

<b>Combo 2</b>	38.48%
<b>Sopa a la minuta</b>	<b>29.90%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>10,308.44</b>	<b>12,018.55</b>	<b>12,822.79</b>	<b>13,649.47</b>
Materia Prima	7.03	7.03	7.03	7.03
sampling 2%	0.34	0.34	0.34	0.34
renta variable cif 3%	0.51	0.51	0.51	0.51
<b>Total costo variable</b>	<b>7.88</b>	<b>7.88</b>	<b>7.88</b>	<b>7.88</b>
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	0.86	0.71	0.48	0.44
Cif fijo	0.43	0.36	0.33	0.30
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.24</b>	<b>5.01</b>	<b>4.68</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>14.84</b>	<b>13.12</b>	<b>12.89</b>	<b>12.56</b>

*Figura 187. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Sopa a la Minuta*  
Fuente: Elaboración propia

<b>Combo 2</b>	38.48%
<b>caldo de gallina</b>	<b>46.10%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>15,894.30</b>	<b>18,531.07</b>	<b>19,771.11</b>	<b>21,045.73</b>
Materia Prima	6.99	6.99	6.99	6.99
sampling 2%	0.34	0.34	0.34	0.34
renta variable cif 3%	0.51	0.51	0.51	0.51
<b>Total costo variable</b>	<b>7.84</b>	<b>7.84</b>	<b>7.84</b>	<b>7.84</b>
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	0.86	0.71	0.48	0.44
Cif fijo	0.43	0.36	0.33	0.30
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangibles	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.24</b>	<b>5.01</b>	<b>4.68</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>14.80</b>	<b>13.08</b>	<b>12.84</b>	<b>12.52</b>

*Figura 188. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Caldo de Gallina*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

<b>Combo 2</b>	38.48%
<b>aguadito de pollo</b>	<b>24.01%</b>

Concepto	2018	2019	2020	2021
<b>Unidades vendidas</b>	<b>8,277.22</b>	<b>9,650.36</b>	<b>10,296.13</b>	<b>10,959.92</b>
Materia Prima	7.76	7.76	7.76	7.76
sampling 2%	0.34	0.34	0.34	0.34
renta variable cif 3%	0.51	0.51	0.51	0.51
<b>Total costo variable</b>	<b>8.61</b>	<b>8.61</b>	<b>8.61</b>	<b>8.61</b>
Mano de Obra Directa	1.61	1.38	1.57	1.48
Gastos Administrativos	3.21	2.76	2.58	2.43
Gastos de Venta	0.86	0.71	0.48	0.44
Cif fijo	0.43	0.36	0.33	0.30
Depreciación Activo Fijo	0.05	0.04	0.04	0.04
Amortización de Intangib	0.02	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Oper	0.78	0.00	0.00	0.00
<b>costo fijo unitario</b>	<b>6.96</b>	<b>5.24</b>	<b>5.01</b>	<b>4.68</b>
<b>Costo total unitario</b>	<b>15.57</b>	<b>13.85</b>	<b>13.61</b>	<b>13.29</b>

*Figura 189. Costo Fijos y Variables Unitarios COMBO 2 - Aguadito de Pollo*  
Fuente: Elaboración propia



## Capítulo VIII

### Estados Financieros Proyectados

#### 8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

- Las compras son al contado.
- Todo lo que se produce se vende en el mismo año.
- El período de ejecución del proyecto es 4 años.
- El impuesto a la renta anual es 29.50%
- Cuando existe pérdida en el ejercicio no se “paga impuesto a la renta” (Asher &

Nandy, 2008), se arrastra para el siguiente año.

**8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros**

Rubro	2018	2019	2020	2021	Liquidación				
<b>Ventas</b>	<b>1,216,007</b>	<b>1,417,735</b>	<b>1,512,606</b>	<b>1,610,122</b>					
<b>(-) Costo de Ventas</b>	<b>727,378</b>	<b>816,260</b>	<b>889,298</b>	<b>932,178</b>					
(-) Materia Prima	499,112	581,942	620,695	660,649					
(-) Mano de Obra	143,956	143,956	175,395	175,395					
(-) Costos Indirectos	84,311	90,363	93,209	96,134					
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>488,629</b>	<b>601,475</b>	<b>623,307</b>	<b>677,944</b>		40%	42%	41%	42%
<b>(-) Gastos Operativos</b>	<b>520,132</b>	<b>458,526</b>	<b>463,287</b>	<b>468,245</b>					
(-)Gastos Administrativos	287,964	287,964	287,964	287,964					
(-)Gastos de Venta	156,394	166,120	170,690	175,390					
(-)Depreciación Activo Fijo	4,443	4,443	4,633	4,892					
(-)Amortización de Intangibles	1,354	0	0	0					
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	69,977	0	0	0					
<b>EBIT o Resultado Operativo</b>	<b>(31,503)</b>	<b>142,949</b>	<b>160,020</b>	<b>209,699</b>		-3%	10%	11%	13%
(+) Ingresos Financieros									
(-) Gastos Financieros									
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)				23,351.69					
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)				20,783.90					
<b>Resultado antes de I. Renta</b>	<b>(31,503)</b>	<b>142,949</b>	<b>160,020</b>	<b>209,699</b>	<b>2,568</b>	-3%	10%	11%	13%
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		32,876	47,206	61,861	757				
<b>Resultado Neto</b>	<b>(31,503)</b>	<b>110,072</b>	<b>112,814</b>	<b>147,838</b>	<b>1,810</b>	-3%	8%	7%	9%

Figura 190. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros (S/)  
Fuente: Elaboración propia

Haciendo el análisis vertical del Estado de Ganancias y Pérdidas (Estado de Resultados) sin gastos financieros, se puede observar lo siguiente:

1. El margen porcentual de la Utilidad Bruta con relación a las Ventas en el primer año es 40%

$$\text{Utilidad Bruta} / \text{Ventas}$$

2. El margen porcentual de la Utilidad Operativa con relación a las Ventas en el segundo año es 10% y va aumentando en los años siguientes.

$$\text{Utilidad Operativo} / \text{Ventas}$$

**8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal**

Rubro	2018	2019	2020	2021	liquidación				
<b>Ventas</b>	<b>1,216,007</b>	<b>1,417,735</b>	<b>1,512,606</b>	<b>1,610,122</b>	<b>0</b>				
<b>(-) Costo de Ventas</b>	<b>727,378</b>	<b>816,260</b>	<b>889,298</b>	<b>932,178</b>	<b>0</b>				
(-) Materia Prima	499,112	581,942	620,695	660,649	0				
(-) Mano de Obra	143,956	143,956	175,395	175,395	0				
(-) Costos Indirectos	84,311	90,363	93,209	96,134	0				
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>488,629</b>	<b>601,475</b>	<b>623,307</b>	<b>677,944</b>	<b>0</b>	40%	42%	41%	42%
<b>(-) Gastos Operativos</b>	<b>520,132</b>	<b>458,526</b>	<b>463,287</b>	<b>468,245</b>	<b>0</b>				
(-) Administrativos	287,964	287,964	287,964	287,964	0				
(-) De Ventas	156,394	166,120	170,690	175,390	0				
(-) Depreciación	4,443	4,443	4,633	4,892	0				
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	1,354	0	0	0	0				
(-) Amortización de Intangibles	69,977	0	0	0	0				
<b>EBIT o Resultado Operativo</b>	<b>(31,503)</b>	<b>142,949</b>	<b>160,020</b>	<b>209,699</b>	<b>0</b>	-3%	10%	11%	13%
(+) Ingresos Financieros									
(-) Gastos Financieros	14,152	9,855	5,685	2,286	0				
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)					23,352				
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)					20,784				
<b>Resultado antes de I. Renta</b>	<b>(45,655)</b>	<b>133,094</b>	<b>154,335</b>	<b>207,413</b>	<b>2,568</b>	-4%	9%	10%	13%
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		25,794	45,529	61,187	757				
<b>Resultado Neto</b>	<b>(45,655)</b>	<b>107,300</b>	<b>108,806</b>	<b>146,226</b>	<b>1,810</b>	-4%	8%	7%	9%
<b>Escudo Fiscal</b>	<b>0</b>	<b>7,082</b>	<b>1,677</b>	<b>674</b>	<b>0</b>				

*Figura 191. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal (S/)*  
Fuente: Elaboración propia

El Escudo Fiscal es un ahorro al Impuesto a la Renta.

Para el presente proyecto restamos el Impuesto a la renta del Estado de Ganancias y Pérdidas sin Gastos Financieros – Impuesto a la renta del Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros.

$$\text{Ejemplo: Año 2019} = S/.32,876.00 - S/. 25,794.00 = S/.7,082.00$$

**8.4. Flujo de Caja Operativo**

Son los costos propios de la operación del negocio incluyendo el pago de impuestos. En el presente cuadro visualizamos que conforme se incrementan las ventas nuestro flujo de caja operativo va aumentando por la cantidad de costos para su producción.

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidacion
<b>Ingresos por Ventas</b>		<b>1,434,888</b>	<b>1,672,928</b>	<b>1,784,875</b>	<b>1,899,944</b>	<b>0</b>
<b>(-) Costos operativos</b>		<b>1,365,812</b>	<b>1,546,430</b>	<b>1,654,513</b>	<b>1,734,001</b>	<b>6,181</b>
(-) Materia Prima		588,952	686,691	732,420	779,566	0
(-) Mano de Obra Directa		143,956	143,956	175,395	175,395	0
(-) Costos Indirectos		99,487	106,628	109,986	113,438	0
(-) Gastos Administrativos		288,408	288,408	288,408	288,408	0
(-) Gastos de Venta		167,107	176,629	181,107	185,709	
(-) Impuesto a la Renta		0	32,876	47,206	61,861	757
(-) Pago de IGV		77,902	111,242	119,991	129,624	5,424
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>		<b>69,076</b>	<b>126,497</b>	<b>130,362</b>	<b>165,943</b>	<b>(6,181)</b>

*Figura 192. Flujo de Caja Operativo (S/)*  
Fuente: Elaboración propia

**8.5. Flujo de Capital y Flujo de Caja Económico**

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidacion
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>		<b>69,076</b>	<b>126,497</b>	<b>130,362</b>	<b>165,943</b>	<b>(6,181)</b>
Activo fijo depreciable	(40,950)	0	(2,250)	(3,278)	0	
Activo Intangible	(1,570)					
Gastos pre-operativos	(84,140)					
Inventarios	(6,410)					
Capital de trabajo	(39,808)	(6,604)	(3,106)	(3,192)	0	52,709
Recuperacion de garantía						8,000
Valor salvamento activo fijo + Igv						27,555
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>(172,878)</b>	<b>(6,604)</b>	<b>(5,356)</b>	<b>(6,470)</b>	<b>0</b>	<b>88,264</b>
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>(172,878)</b>	<b>62,472</b>	<b>121,142</b>	<b>123,891</b>	<b>165,943</b>	<b>82,083</b>

*Figura 193. Flujo de Capital y Flujo de Caja Económico (S/)*  
Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Los importes que están en negativo representan los desembolsos que va realizar la empresa y los importes que están en positivo los ingresos que tendría la empresa como la recuperación de su capital de trabajo, garantía y el salvamento del activo fijo inc. IGV.

	<b>Comprobacion</b>
Venta ativo fijo conn igv	27,555
Igv venta activo fijo	4,203.31
Ir a la renta	757.50
<b>Valor de desecho neto</b>	<b>22,594.19</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.6. Flujo del Servicio de la deuda y Flujo de Caja Financiero

En el Flujo de Servicio de la deuda se considera el ingreso por el préstamo y el escudo fiscal y se resta las cuotas totales anuales que dura el préstamo.

El Flujo de Caja Financiero es la diferencia entre el Flujo de Caja Económico y el Flujo del Servicio de la deuda.

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidación
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>(172,878)</b>	<b>62,472</b>	<b>121,142</b>	<b>123,891</b>	<b>165,943</b>	<b>82,083</b>
Préstamo	47,878					
Cuotas de reembolso del préstamo		(25,219)	(25,219)	(14,708)	(14,708)	0
Escudo Fiscal		0	7,082	1,677	674	0
<b>FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA</b>	<b>47,878</b>	<b>(25,219)</b>	<b>(18,137)</b>	<b>(13,031)</b>	<b>(14,034)</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>(125,000)</b>	<b>37,253</b>	<b>103,004</b>	<b>110,860</b>	<b>151,909</b>	<b>82,083</b>

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

**Comprobación del Flujo de Caja vs El Estado de Ganancias y Pérdidas**

	2018	2019	2020	2021 liquidación	
<b>U neta</b>	-S/. 45,655.34	S/. 107,299.67	S/. 108,806.10	S/. 146,226.07	S/. 1,810.30
<b>(+) Depreciación</b>	S/. 4,442.80	S/. 4,442.80	S/. 4,633.47	S/. 4,891.95	S/. 0.00
<b>(+) Amortiz. Gasto Pre Operativo</b>	S/. 1,354.08	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>(+) Amortización de Intangibles</b>	S/. 69,977.25	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
variacion de activo fijo	-	(1,907)	(2,778)	-	-
(+) sampling	9,982.23	11,638.83	12,413.90	13,212.98	0.00
<b>Variacion de kw</b>	-S/. 6,603.85	-S/. 3,105.70	-S/. 3,192.33	S/. 0.00	S/. 52,709.44
<b>Valor en libros</b>					20,783.90
<b>rec garantia</b>					6,779.66
<b>Amortizacion de deuda</b>	-S/. 11,067.53	-S/. 15,364.72	-S/. 9,022.96	-S/. 12,421.93	S/. 0.00
<b>Credito fiscal</b>	S/. 14,823.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>37253</b>	<b>103004</b>	<b>110860</b>	<b>151909</b>	<b>82083</b>

*Figura 194. Comprobación del Flujo de Caja vs Estado de Ganancias y Pérdidas*  
Fuente: Elaboración propia

## Capítulo IX

### Evaluación Económico Financiera

#### 9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento

##### 9.1.1 Costo de Oportunidad

##### 9.1.1.1 CAPM

Tabla 31. Variables para el CAPM

Concepto	Base	Dato
Rendimiento del Mercado ( $r_m$ )	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2007-2016	8.645%
Tasa Libre de Riesgo ( $r_f$ )	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2007-2016	5.028%
% Capital Propio ( $E$ )	Estructura de financiamiento del proyecto	72.31%
% Financiamiento ( $D$ )	Estructura de financiamiento del proyecto	27.69%
Tasa Impuesto a la Renta ( $IR$ )	Legislación Vigente	29.50%
Beta Desapalancada ( $\beta D$ ) <sup>22</sup>	Restaurant Dining - Damodaran	0.5945
Riesgo País ( $RP$ ) <sup>23</sup>	BCR	1.350%
Beta Apalancado ( $\beta A$ )	$\beta A = \beta D \times \left[ \left( 1 + \frac{D}{E} \right) \times (1 - IR) \right]$	0.755
Costo Capital Propio	$KP = r_f + [\beta A \times (r_m - r_f)] + RP$	<b>9.109%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Costo de Capital Propio Ajustado

Riesgo Tamaño del Negocio	40%: 0.40	RTN = KP *	3.64%
Riesgo Know-How	30%:	RN = KP * 0.30	2.73%
Costo Capital Propio Ajustado	$KP_1 = KP + RTN + RN$		15.48%

Fuente: Elaboración propia

<sup>22</sup> Empresas que componen el  $\beta$ , ver Anexo 14

<sup>23</sup> Ver Anexo 15

### 9.1.1.2 COK propio

Tabla 33. *COK propio*

Socio 1 (Depósito a plazo fijo Scotiabank)	2.89%
Socio 2 (Depósito a plazo fijo Caja Arequipa)	5.80%
Socio 3 (Depósito a plazo fijo Banco Azteca, categoría inversión Azteca)	6.10%
Socio 4 (Fondo mutuo BBVA renta variable)	7.80%
Socio 5 (Depósito a plazo fijo BCP)	2.15%
COK promedio	4.95%
Factor de riesgo	6.66
COK neto	32.94%

Fuente: Elaboración propia

### 9.1.1.3 Costo de la deuda

Tabla 34. *Costo de la Deuda (MiBanco)*

	TCEA	TCEA neta
Deuda activo fijo	37.67%	26.56%
Deuda capital de trabajo	39.70%	27.99%

Fuente: Elaboración propia

## 9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Tabla 35: *Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)*

Concepto	Monto	%	Costo neto	WACC
Deuda activo fijo	S/. 32,760.00	18.95%	26.56%	5.03%
Deuda capital de trabajo	S/. 15,117.56	8.74%	27.99%	2.45%
Patrimonio	S/. 125,000.00	72.31%	32.94%	23.81%
	S/. 172,878			31.29%

Fuente: Elaboración propia

## 9.2 Evaluación Económica Financiera

### 9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

Tabla 36. *Flujos de Caja Económico y Financiero*

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidación
FLUJO ECONÓMICO	(172,878)	62,472	121,142	123,891	165,943	82,083
FLUJO FINANCIERO	(125,000)	37,253	103,004	110,860	151,909	82,083

Fuente: Elaboración propia

#### 9.2.1.1 VANE y VANF

VANE	76,598.40
<b>VANF</b>	<b>76,911.07</b>

#### 9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado

TIRE	50.99%
<b>TIRF</b>	<b>58.32%</b>

TIRME	41.29%
<b>TIRMF</b>	<b>46.32%</b>

#### 9.2.1.3 Periodo de Recuperación descontado

Tabla 37. *Flujo de Caja Económico Descontado*

	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidación
Flujo Económico Descontado	(172,878)	47,581	70,274	54,739	55,843	21,038
Acumulado	(172,878)	(125,296)	(55,022)	(283)	55,560	76,598

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Fuente: Elaboración propia

Período de Recupero Económico: 3.01 años

Equivalente a: 3 años, 0.06 meses

*Tabla 38. Flujo de Caja Financiero Descontado*

	Año 0	2018	2019	2020	2021	Liquidación
Flujo Financiero Descontado	(125,000)	28,023	58,286	47,189	48,641	19,771
Acumulado	(125,000)	(96,977)	(38,691)	8,498	57,140	76,911

Fuente: Elaboración propia

Período de Recupero Financiero: 2.82 años

Equivalente a: 2 años, 9.8 meses

**9.2.1.4 Análisis Beneficio/Costo (B/C)**

Relación B/C Económico:	<b>1.44</b>
Relación B/C Financiero:	1.62

### 9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio

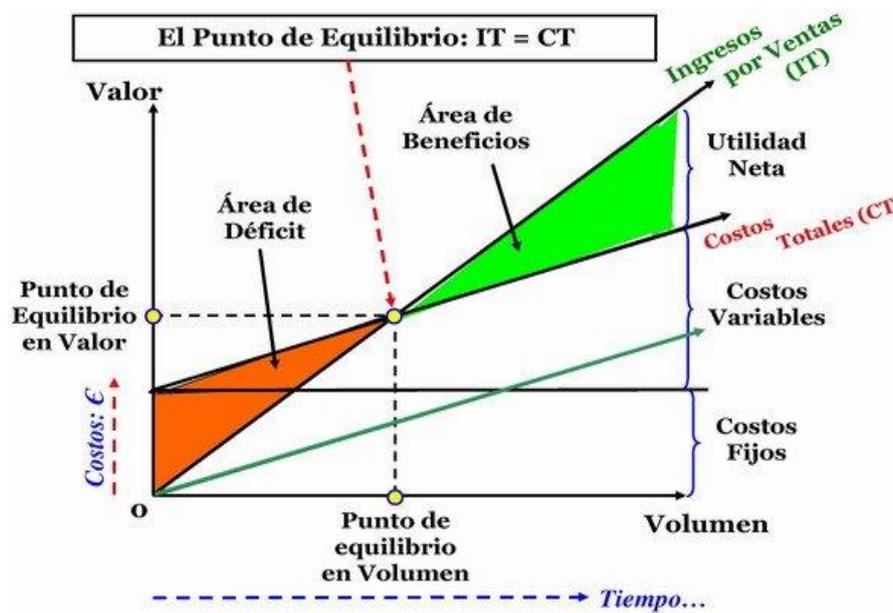


Figura 195. *Punto de Equilibrio*  
Fuente: USIL, 2017

#### 9.2.2.1 Costos Variables, Costos Fijos

Tabla 39. *Costos Variables y Costos Fijos*

Concepto	2018	2019	2020	2021
Ventas (en Soles)	<b>1,216,007</b>	<b>1,417,735</b>	<b>1,512,606</b>	<b>1,610,122</b>
Venta en Unidades	<b>91,810</b>	<b>107,041</b>	<b>114,203</b>	<b>121,566</b>
Valor de Venta Promedio	<b>13.24</b>	<b>13.24</b>	<b>13.24</b>	<b>13.24</b>
<b>Materia Prima</b>	499,112	581,942	620,695	660,649
<b>Sampling</b>	9,982	11,639	12,414	13,213
<b>Renta variable alquiler 3%</b>	36480	42532	45378	48304
Costos Variables	<b>545,574</b>	<b>636,112</b>	<b>678,487</b>	<b>722,165</b>
Costo Variable Unitario Promedio	<b>5.94</b>	<b>5.94</b>	<b>5.94</b>	<b>5.94</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	143,956	143,956	175,395	175,395
<b>Costos Indirectos Fijo</b>	47,831	47,831	47,831	47,831
<b>Gastos Administrativos Fijo</b>	287,964	287,964	287,964	287,964
<b>Gastos de Venta Fijo</b>	97,772	97,772	78,704	78,704
<b>Depreciación Activo Fijo</b>	4,462	4,462	4,653	4,931
<b>Amortización de Intangibles</b>	1,354	0	0	0
<b>Amortización de Pre Operativos</b>	69,784	0	0	0
<b>Costos Fijos</b>	<b>653,122</b>	<b>581,984</b>	<b>594,546</b>	<b>594,823</b>

Fuente: Elaboración propia

**9.2.2.2 Estado de Resultados (costeo directo)**

Tabla 40. *Estado de Resultados (Método directo)*

Resultados (Costeo Directo)	2018	2019	2020	2021	Liquidación
Ventas	1,216,007	1,417,735	1,512,606	1,610,122	0
(-) Costos Variables	545,574	636,112	678,487	722,165	
Margen de Contribución	670,433	781,623	834,118	887,957	0
(-) Costos Fijos	653,122	581,984	594,546	594,823	
Utilidad Operativa	17,311	199,639	239,573	293,133	0
(+) Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(-) Gastos Financieros	15,793	10,541	5,717	2,299	0
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)	0	0	0	0	23,419
(-) Pérdida Venta Activo Fijo (Valor en libros)	0	0	0	0	21,074
Resultado antes de I. Renta	1,518	189,098	233,856	290,834	2,345
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	448	55,784	68,988	85,796	692
Resultado Neto	1,070	133,314	164,868	205,038	1,653

Fuente: Elaboración propia

**9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades**

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costo\ Fijo}{(Precio - Costo\ Variable\ Unitario)}$$

Tabla 41. *Punto de Equilibrio. Unidades anuales*

	2018	2019	2020	2021
Punto de Equilibrio (N° de Unidades)	89,439	79,701	81,402	81,435

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

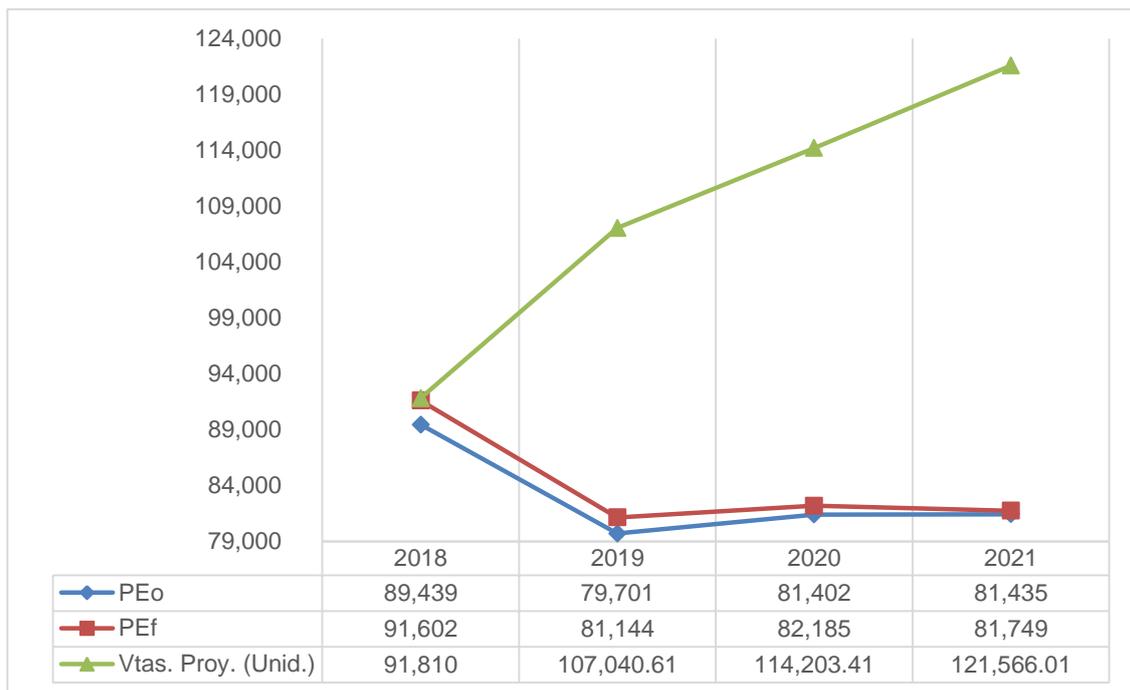


Figura 196. Puntos de Equilibrio Operativo y Financiero (unidades)  
Fuente: Elaboración propia

Tabla 42. Punto de Equilibrio Combo 1 y Combo 2

		2018	2019	2020	2021
61.52%	Combo 1	55,023	49,032	50,079	50,099
24.01%	Aguadito de pollo	13,209	11,771	12,022	12,027
46.10%	Caldo de gallina	25,364	22,602	23,085	23,094
29.90%	Sopa a la minuta	16,450	14,659	14,972	14,978

24.01%	Aguadito de pollo	8,262	7,362	7,520	7,522
46.10%	Caldo de gallina	15,865	14,137	14,439	14,445
29.90%	Sopa a la minuta	10,289	9,169	9,365	9,368

Fuente: Elaboración propia

**9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles**

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Razón del Margen de Contribución}}$$

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Tabla 43. Razón de Margen de Contribución

	2018	2019	2020	2021
Ventas	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Costos Variables	44.87%	44.87%	44.86%	44.85%
Razón del Margen de Contribución	55.13%	55.13%	55.14%	55.15%

Fuente: Elaboración propia



Figura 197. Puntos de Equilibrio Operativo y Financiero (S/)  
Fuente: Elaboración propia

**CEPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

*Tabla 44: Estimación y Análisis de Punto de Equilibrio (S/)*

Punto de Equilibrio (En Soles)		1,184,609	1,055,623	1,078,160	1,078,587
61.52%	Combo 1	S/. 728,772	S/. 649,419	S/. 663,284	S/. 663,547
24.01%	Aguadito de pollo	S/. 13,209	S/. 11,771	S/. 12,022	S/. 12,027
46.10%	Caldo de gallina	S/. 25,364	S/. 22,602	S/. 23,085	S/. 23,094
29.90%	Sopa a la minuta	S/. 16,450	S/. 14,659	S/. 14,972	S/. 14,978
38.48%	Combo 2	S/. 455,838	S/. 406,204	S/. 414,876	S/. 415,040
24.01%	Aguadito de pollo	S/. 8,262	S/. 7,362	S/. 7,520	S/. 7,522
46.10%	Caldo de gallina	S/. 15,865	S/. 14,137	S/. 14,439	S/. 14,445
29.90%	Sopa a la minuta	S/. 10,289	S/. 9,169	S/. 9,365	S/. 9,368

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 45. Resultados (Costeo Directo Comprobación del Punto Equilibrio)*

	2018	2019	2020	2021
<b>Ventas</b>	1,184,609	1,055,623	1,078,160	1,078,587
<b>(-) Costos Variables</b>	(531,487)	(473,639)	(483,614)	(483,763)
Margen de Contribución	653,122	581,984	594,546	594,823
<b>(-) Costos Fijos</b>	(653,122)	(581,984)	(594,546)	(594,823)
Utilidad Operativa	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.3 Análisis de Sensibilidad y de riesgo

#### 9.3.1 Variables de Entrada

Demanda

Precio

Costo de materia prima

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL****9.3.2 Variables de Salida**

VANE S/76,598.40

VANF S/76,911.07

TIRE 50.99%

TIRF 58.32%

COK 32.94%

WACC 31.29%

**9.3.3 Análisis Unidimensional****Variable Demanda**

VANF = 0

Reducción máxima de la demanda = -5.81%

	Base	Reducción máxima
VANE	S/ 76,598.40	-S/ 1,769.66
VANF	S/ 76,911.07	0
TIRE	50.99%	30.88%
TIRF	58.32%	32.94%
COK	32.94%	32.94%
WACC	31.29%	31.29%

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

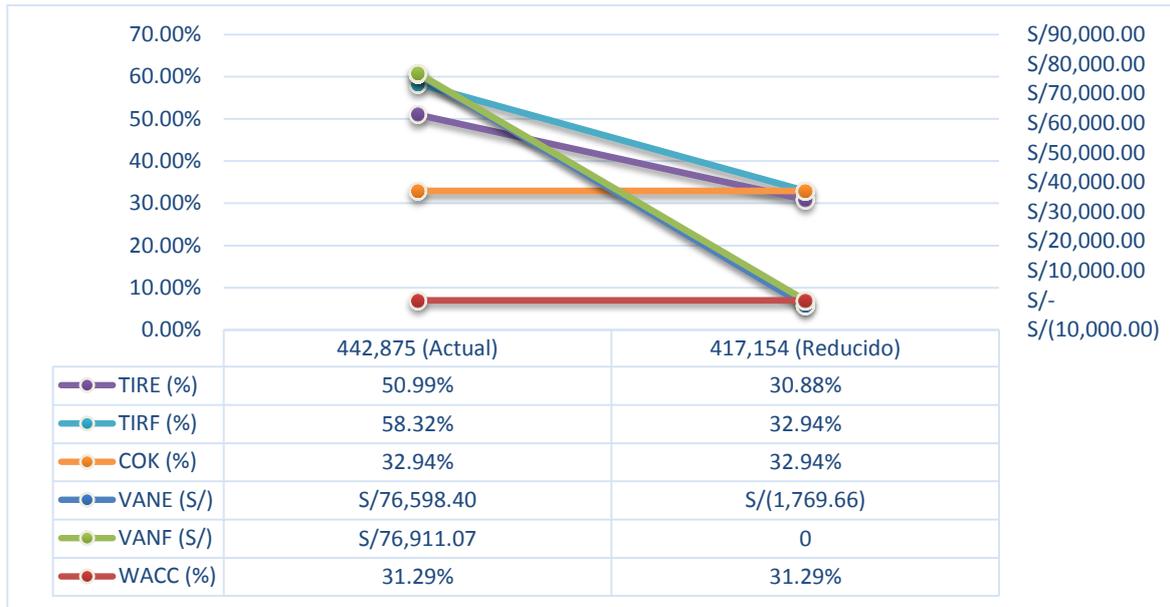


Figura 198. Reducción ▼ de 5.81% de la Demanda (VANF = 0)  
Fuente: Elaboración propia

**Variable Precio:**

VANF = 0

Reducción máxima del precio= -3.25%

VANE	S/ 76,598.40	-S/ 1,761.39
VANF	S/ 76,911.07	0
TIRE	50.99%	30.89%
TIRF	58.32%	32.94%
COK	32.94%	32.94%
WACC	31.29%	31.29%

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**



Figura 199. Reducción ▼ de 3.25% del Precio (VANF = 0)

Fuente: Elaboración propia

**Variable Costo de Materia Primas:**

VANF = 0

Incremento máximo del costo de la Materia Prima= 8.02%

	Base	Incremento máximo
VANE	S/ 76,598.40	-S/ 1,749.71
VANF	S/ 76,911.07	0
TIRE	50.99%	30.89%
TIRF	58.32%	32.94%
COK	32.94%	32.94%
WACC	31.29%	31.29%

Fuente: Elaboración propia

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

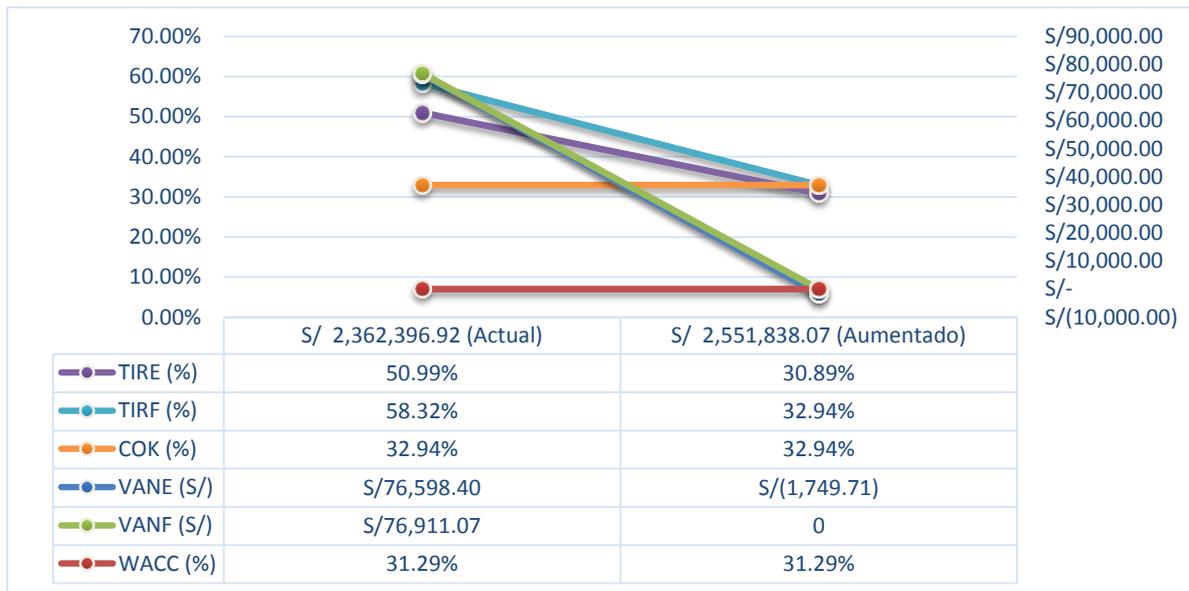


Figura 200. Aumento ▲ de 8.02% del Costo Total de la Materia Prima (VANF = 0)  
Fuente: Elaboración propia

**9.3.4 Análisis Multidimensional**

Tabla 46. Análisis Multidimensional

	<b>Pesimista</b>	<b>Base</b>	<b>Optimista</b>
Demanda ▼	-10%	0%	5%
Precio ▼	-5%	0%	5%
Costo de materia prima ▲	10%	0%	0%

	<b>Pesimista</b>	<b>Base</b>	<b>Optimista</b>
VANE	-S/ 172,927.60	S/ 172,533.13	S/ 348,124.64
VANF	-S/ 167,896.51	S/ 170,756.70	S/ 341,512.91
TIRE	3%	74.50%	124%
TIRF	2%	91.02%	162%

	<b>Pesimista</b>	<b>Base</b>	<b>Optimista</b>
Probabilidades de ocurrencia	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>25%</b>

VANE esperado	S/ 130,065.82
VANF esperado	S/ 128,782.45

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

De acuerdo a nuestro estudio de mercado el proyecto Mamá es viable porque se encuentra dentro de un Fast Food donde existe alto tránsito de personas, su inversión es baja y es un negocio rentable.

El monto total de la inversión es S/.172,878.00, que será financiado con el 72.306% con capital propio y el 27.694% con financiamiento.

El préstamo para el Activo Fijo es S/.32,760.00 que será financiado en 4 años con una TCEA de 37.67% y el préstamo para el Capital de Trabajo es S/.15,118.00 que será financiado en 2 años con una TCEA de 39.70%.

En el primer año de ejecución del proyecto, por la inversión realizada tendremos pérdida pero aplicaremos el Sistema A de Arrastre de Pérdidas que será compensada como crédito de impuesto a favor en los años subsiguientes hasta agotarla.

El negocio tiene una excelente oportunidad al tener un mercado potencial en constante crecimiento (1.71% anual) lo que nos garantiza una mayor demanda año a año.

La ubicación del local garantiza un alto tránsito del mercado objetivo en los alrededores que facilita el acercamiento de la oferta al público objetivo.

Existe la posibilidad de ampliar la oferta con diferentes variedades de sopas que ayudará a mantener la satisfacción de los clientes.



### **Recomendaciones**

En el futuro es importante poner énfasis en diversificar la oferta para enfrentar la disminución de la demanda debido a la estacionalidad del producto.

Mediante la experiencia de la puesta en marcha del negocio buscar nuevos nichos de mercados en Lima Metropolitana donde implementar el mismo modelo.

Se recomienda invertir más en propagandas y campañas publicitarias para generar un mejor posicionamiento de marca y atraer a más consumidores.

## Referencias

- América Noticias. (18 de Marzo de 2017). *Lima: precio del limón se elevó a 25 soles el kilo por huaicos*. Obtenido de América Noticias: <http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/huaicos-lima-precio-limon-se-elevo-25-soles-interrupcion-vias-huaicos-n269585>
- Arbaiza, L., Cánepa, M., Cortez, Ó., & Lévano, G. (2014). *Análisis prospectivo del sector de comida rápida en Lima: 2014-2030*. Lima: ESAN ediciones.
- Asher, M. G., & Nandy, A. (enero de 2008). Evaluación de las respuestas políticas de Singapur al envejecimiento, la desigualdad y la pobreza. *Revista Internacional de Seguridad Social*, 47–69. Obtenido de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1752-1734.2007.00302.x/abstract;jsessionid=16DD9FD6C9D1F3E24AEB2E1C1EC9E6E5.f03t02>
- BCRP. (Marzo de 2011). *Glosario de términos económicos*. Obtenido de Banco Central de Reserva del Perú: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>
- BCRP. (13 de diciembre de 2015). *LEY Nº 30381. Ley que cambia el nombre de la unidad monetaria de NUEVO SOL a SOL*. Obtenido de BCRP: <http://www.bcrp.gob.pe/ley-que-cambia-el-nombre-de-la-unidad-monetaria-de-nuevo-sol-a-sol.html>
- BCRP. (Enero de 2015). *Reporte de Inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2014-2016*. Obtenido de Banco Central de Reserva del Perú: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/enero/reporte-de-inflacion-enero-2015.pdf>
- Bravo Orellana, S. R. (Julio de 2004). *Horizonte de Evaluación de un Proyecto de Inversión*. Obtenido de SergioBravo.Com: <http://www.sergiobravo.com/>
- CConsumer. (2017). *Los estilos de vida en el Perú*. Obtenido de CConsumer: <https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor-2/los-estilos-de-vida-en-el-peru/>
- Chau, R. (abril de 2009). *Mercados Agrarios y Comercialización: Aspectos generales y Análisis Regional*. Obtenido de Proyecto Subsectorial de Irrigaciones - Ministerio de Agricultura y Riego: [http://www.psi.gob.pe/wp-content/uploads/2016/03/biblioteca\\_exposiciones\\_2009\\_Mercados-Agrarios-2-Chau-29-04-09.pdf](http://www.psi.gob.pe/wp-content/uploads/2016/03/biblioteca_exposiciones_2009_Mercados-Agrarios-2-Chau-29-04-09.pdf)
- Cocina del Perú. (3 de octubre de 2013). *Aguadito de Pollo*. Obtenido de Cocina del Perú: <http://www.cocinadelperu.com/receta-aguadito-de-pollo/>
- Cocina del Perú. (18 de febrero de 2014). *Caldo de Gallina*. Obtenido de Cocina del Perú: <http://www.cocinadelperu.com/receta-caldo-de-gallina/>
- Cocina del Perú. (2 de marzo de 2014). *Sopa a la Minuta*. Obtenido de Cocina del Perú: <http://www.cocinadelperu.com/receta-sopa-a-la-minuta/>

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Colaboradores de Wikipedia. (Marzo de 2016). *Anexo:Salario mínimo en el Perú*. Obtenido de Wikipedia, la enciclopedia libre:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Salario\\_m%C3%ADnimo\\_en\\_el\\_Per%C3%BA](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Salario_m%C3%ADnimo_en_el_Per%C3%BA)
- Damodaran On-line Home Page. (enero de 2017). *Betas by Sector (US)*. Obtenido de Damodaran On-line Home Page:  
[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)
- Delgado, J. (2017). *Defensa de los consumidores*. Obtenido de Jaime Delgado:  
<http://jaimedelgado.pe/campanas-2/conoce-tus-derechos/principales-normas-de-proteccion-al-consumidor/>
- Diario Correo. (28 de Mayo de 2014). *Este es el ránking de los Centros Comerciales favoritos de los limeños*. Obtenido de <http://diariocorreo.pe/economia/este-es-el-ranking-de-los-centros-comerciale-28904/>
- Diario El Comercio. (s.f.). *¿Quieres crear tu propio negocio? Toma en cuenta estos pasos*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/quieres-crear-tu-propio-negocio-toma-cuenta-estos-pasos-noticia-1785291>
- Diario El Comercio. (1 de Diciembre de 2014). *¿Burbuja 'retail'? Renta en 'malls' está por encima de ventas*. Obtenido de Diario El Comercio: <http://elcomercio.pe/economia/peru/burbuja-retail-renta-malls-esta-encima-ventas-noticia-1775275>
- Diario El Comercio. (7 de Octubre de 2014). *Gastón Acurio prepara una evolución de Pachacútec*. Obtenido de Diario El Comercio: <http://elcomercio.pe/gastronomia/chefs/gaston-acurio-prepara-evolucion-pachacutec-noticia-1762280>
- Diario El Comercio. (10 de Mayo de 2016). *Franquicias: Una cadena de sabor*. Obtenido de Emprendedores: <http://peru21.pe/emprendedores/cadena-sabor-2246099>
- Diario El Comercio. (8 de Setiembre de 2016). *Se abrirán 10 centros comerciales antes del cierre del 2017*. Obtenido de Diario El Comercio: <http://elcomercio.pe/economia/peru/se-abriran-10-centros-comerciales-ante-cierre-2017-noticia-1930015>
- Diario El Comercio. (7 de Julio de 2016). *Siete Sopas ofrece gran variedad de caldos para aplacar el frío*. Obtenido de Diario El Comercio: <http://elcomercio.pe/gastronomia/noticias/siete-sopas-ofrece-gran-variedad-caldos-aplacar-frio-noticia-1915041>
- Diario El Comercio. (21 de Febrero de 2017). *Dueña de Burger King compra cadena Popeyes en US\$1.800 millones*. Obtenido de El Comercio:  
<http://elcomercio.pe/economia/negocios/duena-burger-king-compra-cadena-popeyes-us1800-millones-noticia-1970313>
- Diario El Peruano. (11 de Diciembre de 2016). *Aumentarán IR de 28% a 29.5% para gran empresa*. Obtenido de <http://www.elperuano.pe/noticia-aumentaran-ir-28-a-295-para-gran-empresa-49191.aspx>
- Diario Gestión. (16 de Febrero de 2015). *Digesa capacitará a 250 inspectores ediles de Lima y Callao para intensificar control de fast foods*. Obtenido de Diario Gestión:  
<http://gestion.pe/economia/digesa-capacitara-inspectores-ediles-lima-y-callao-vigilar-fast-foods-y-restaurantes-2123446>

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- Diario Gestión. (1 de Abril de 2015). *Más del 70% de limeños acude cada quince días a los fast food*.  
Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/mercados/mas-70-limenes-acude-cada-quince-dias-fast-food-2127840>
- Diario Gestión. (10 de Febrero de 2016). *¿Qué tan interesados están los limeños en una alimentación saludable?* Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/tendencias/que-tan-interesados-estan-limenes-alimentacion-saludable-2154212/4>
- Diario Gestión. (16 de Febrero de 2016). *Gastronomía sobre ruedas: los food trucks invaden Lima*.  
Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/tendencias/gastronomia-sobre-ruedas-food-trucks-invaden-lima-2154579>
- Diario Gestión. (5 de Mayo de 2016). *Radiografía de la vida sana: el perfil del peruano saludable*.  
Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/tendencias/radiografia-vida-sana-perfil-peruano-saludable-2160143>
- Diario Gestión. (31 de mayo de 2017). *Riesgo país de Perú subió un punto básico a 1.35 puntos porcentuales*. Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/mercados/riesgo-pais-peru-subio-punto-basico-135-puntos-porcentuales-2191305>
- Diario La República. (12 de Octubre de 2012). *Edición impresa*. Obtenido de <http://larepublica.pe/12-10-2012/los-tres-centros-comerciales-con-la-mayor-facturacion-anual-en-el-peru>
- Diario UNO. (25 de Enero de 2015). *Un negocio redondo*. Obtenido de Diario UNO:  
<http://diariouno.pe/2015/01/25/un-negocio-redondo/>
- Henufood. (2017). *Beneficios saludables de los caldos y las sopas*. Obtenido de Henufood:  
<http://www.henufood.com/nutricion-salud/aprende-a-comer/beneficios-saludables-de-los-caldos-y-las-sopas/>
- INDECOPI. (1 de setiembre de 2010). *LEY Nº 29571*. Obtenido de INDECOPI:  
<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf>
- INDECOPI. (2017). *Consejos Prácticos/Restaurantes* . Obtenido de INDECOPI:  
<https://www.indecopi.gob.pe/web/atencion-al-ciudadano/restaurantes>
- INDECOPI. (2017). *Registro de marca y otros signos*. Obtenido de INDECOPI:  
<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INDECOPI. (2017). *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de INDECOPI:  
<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI. (2007). *Población migrante en los cinco años anteriores al censo de 2007, según departamento, 2002-2007 (Migración reciente)*. Obtenido de INEI:  
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/Cap03043.xls>
- INEI. (16 de Diciembre de 2013). *Aumenta gasto en alimentación fuera del hogar*. Obtenido de INEI:  
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/aumenta-gasto-en-alimentacion-fuera-del-hogar/>
- INEI. (Mayo de 2013). *Informe Técnico: Evolución de la pobreza monetaria 2007 - 2012*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática:  
[https://www.inei.gob.pe/media/cifras\\_de\\_pobreza/pobreza\\_informetecnico2013\\_1.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/pobreza_informetecnico2013_1.pdf)

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

- INEI. (2014). *Estado de la Población Peruana 2014*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática:  
[https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1157/libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1157/libro.pdf)
- INEI. (2014). *Una Mirada a Lima Metropolitana*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- INEI. (4 de Agosto de 2015). *El 33% del gasto en alimentos de los peruanos son realizados fuera del hogar*. Obtenido de INEI: <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/el-33-del-gasto-en-alimentos-de-los-peruanos-son-realizados-fuera-del-hogar-8539/>
- INEI. (2017). *CIIU Rev. 4. Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Actividades Económicas*. Obtenido de [http://proyectos.inei.gov.pe/ciiu/frm\\_buscar\\_lista.asp](http://proyectos.inei.gov.pe/ciiu/frm_buscar_lista.asp)
- INEI. (Febrero de 2017). *Encuesta Mensual de Comercio, Restaurantes y Servicios*. Obtenido de INEI: [http://proyectos.inei.gov.pe/emcrs/Pag\\_Resultados2009.asp?varcuadro=1b](http://proyectos.inei.gov.pe/emcrs/Pag_Resultados2009.asp?varcuadro=1b)
- INEI. (2017). *Principales Indicadores Macroeconómicos. Cuentas Nacionales Anuales*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- La República. (1 de Marzo de 2017). *Ventas de los fast food en el Perú incrementan con \$700 millones este año*. Obtenido de La República: <http://larepublica.pe/marketing/852786-ventas-de-los-fast-food-en-el-peru-incrementan-con-700-millones-este-ano>
- Mi Cocina Peruana. (s.f.). *Mi Cocina Peruana*. Obtenido de <https://www.micocinaperuana.com/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). *Sistema de Información de Abastecimiento y Precios*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riego: <http://sistemas.minag.gov.pe/sisap/portal/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (23 de setiembre de 2007). *TUO de la Ley N° 28194 para la lucha contra la evasión y para la Formalización de la Economía*. Obtenido de CIDEAL: <https://drojascideal.files.wordpress.com/2011/12/itf-y-bancarizacion.pdf?cv=1>
- Ministerio de Salud. (17 de mayo de 1997). *DECRETO SUPREMO N° 001-97-SA*. Obtenido de Ministerio de Salud: <ftp://ftp2.minsa.gov.pe/normaslegales/1997/DS001-1997.pdf>
- Ministerio de Salud. (2003). *RM N° 615-2003-SA/DM*. Obtenido de Ministerio de Salud: <ftp://ftp2.minsa.gov.pe/normaslegales/2003/RM615-2003.pdf>
- Municipalidad de Independencia. (s.f.). *Requisitos para licencia de funcionamiento*. Obtenido de [http://www.muniindependencia.gob.pe/data\\_files/funcionamiento/REQUISITOS11.pdf](http://www.muniindependencia.gob.pe/data_files/funcionamiento/REQUISITOS11.pdf)
- Norma Sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines*. (s.f.). Obtenido de [http://www.munives.gob.pe/WebSite/infor-meta20/NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES RESOLUCION MINISTERIAL 363-2005 MINSAsfunc\\_restaurantes.pdf](http://www.munives.gob.pe/WebSite/infor-meta20/NORMA_SANITARIA_PARA_EL_FUNCIONAMIENTO_DE_RESTAURANTES_Y_SERVICIOS_AFINES_RESOLUCION_MINISTERIAL_363-2005_MINSAsfunc_restaurantes.pdf)
- Perú Retail. (24 de Junio de 2015). *Análisis del sector de comida rápida en Lima*. Obtenido de Perú Retail: <http://www.peru-retail.com/analisis-del-sector-de-comida-rapida-en-lima/>
- Perú Retail. (3 de Diciembre de 2015). *Panorama del mercado fast food en el Perú*. Obtenido de Perú Retail: <http://www.peru-retail.com/panorama-del-mercado-fast-food-en-el-peru/>

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Presidencia del Consejo de Ministros. (5 de diciembre de 1997). *Sociedad de Mercado de Valores*.

Obtenido de Presidencia del Consejo de Ministros:

[www.smv.gob.pe/sil/ley0000199726887001.doc](http://www.smv.gob.pe/sil/ley0000199726887001.doc)

ProInversión. (2017). *Cuadro comparativo de sociedades*. Obtenido de ProInversión:

<http://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>

RPP. (20 de Diciembre de 2016). *Gobierno publicó nuevo Régimen Mype tributario*. Obtenido de

Radio Programas del Perú: <http://rpp.pe/economia/economia/gobierno-publico-nuevo-regimen-mype-tributario-noticia-1017819>

Ruiz, D., Ocampo, A., Oliveros, M., & Rey, A. (10 de mayo de 2010). *Práctica Empresarial*. Obtenido

de Fundamentos de Administración: <http://darly-fundamentosdeadministracion.blogspot.pe/?cv=1>

SUNARP. (2017). *Seguimiento de Estado de Títulos*. Obtenido de SUNARP:

<https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces>

SUNAT. (19 de setiembre de 1994). *Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta*. Obtenido de

SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/regla/>

SUNAT. (17 de diciembre de 2003). *Ley del Registro Único de Contribuyentes*. Obtenido de SUNAT:

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/ruc/fdetalle.htm>

SUNAT. (2017). *04. Ticket o cinta emitida por máquina registradora*. Obtenido de SUNAT:

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/tipos-de-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/6588-03-ticket-o-cinta-emitida-por-maquina-registradora>

SUNAT. (2017). *Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Obtenido de SUNAT:

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>



**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

## **Anexos**

**Anexo 1**

Plaza Lima Norte tiene 14 restaurantes en su *food court*, además cuenta con 43 mesas con 4 sillas por cada una, lo que hace un total de 172 personas.

El horario de atención del *food court* de Mega Plaza y Plaza Lima Norte es de 11 am a 11 pm.

Tabla 47. *Cuadro Comparativo de ticket promedio*

Plaza	Mega Norte	Plaza y Plaza	Jocke	Plaza Lima Sur
	S/.	S/.	S/.	S/.
<b>180.00</b>	160.00	190.00	130.00	

Fuente: Elaboración propia

**Anexo 2**

De acuerdo al estudio realizado por la consultora Arellano Marketing, los centros comerciales en Lima son muy concurridos, ocupando el primer lugar el Mega Plaza ubicado en el cono norte de Lima, recibiendo visitas a nivel nacional y en el que se encuentra nuestro público objetivo C y D. (Diario Correo, 2014)

**Anexo 3**

El Gran Mercado Mayorista de Lima ubicado en la Av. La Cultura N°808 Santa Anita, es el principal acopiador de verduras en todo Lima, siendo proveído de diversos puntos del Perú para su abastecimiento, y a su vez distribuyéndolo en todos los mercados de nuestra capital. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017)

**Anexo 4**

Para los limeños, la alimentación saludable está fuertemente asociada a no químicos, sí vitaminas, bajo nivel de grasa y fácil digestión. Según una encuesta de Invera, el 59% de los limeños reconoce que su alimentación es medianamente saludable, mientras que el 58% considera que la cena es la comida menos saludable del día. (Diario Gestión, 2016)



Figura 201. ¿Qué tan interesado te encuentras en alimentarte de manera más saludable?  
Fuente: Diario Gestión, 2016

«Un estudio de Arellano Marketing sobre estilo de vida saludable reveló algunas tendencias respecto a estos hábitos entre los peruanos. También mostró el perfil del consumidor considerado muy saludable.

Los peruanos que responden a este último perfil, explica Enrique Bernal, gerente de Operaciones de Arellano Marketing, son en su mayoría hombres (60%) y comprenden las edades de entre los 25 y 44 años. [...]» (Diario Gestión, 2016)

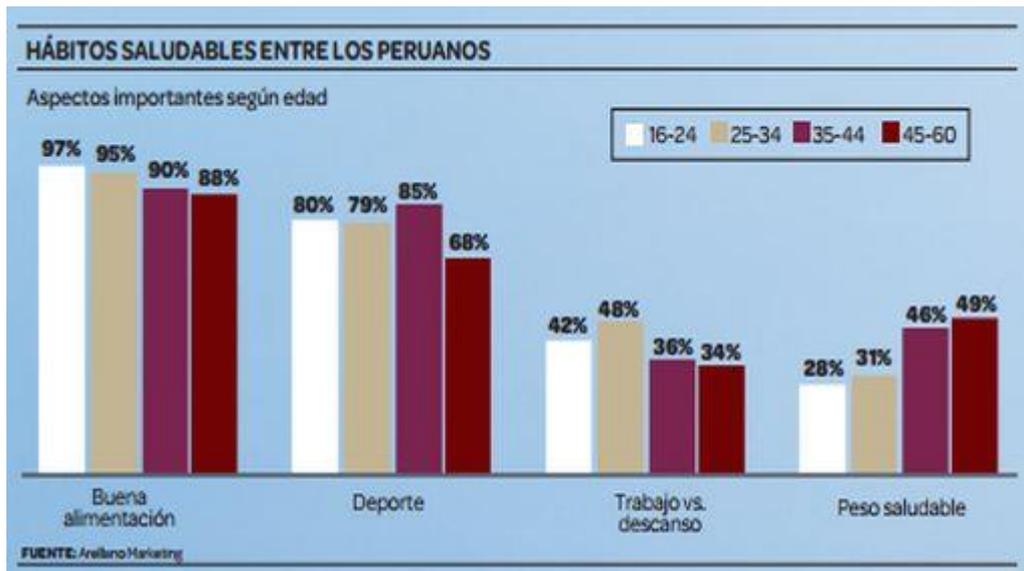


Figura 202. Hábitos saludables entre los peruanos  
Fuente: Diario Gestión, 2016

### Anexo 5

«El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima estimó que para el segundo semestre del 2016 y el año 2017 se inaugurarán en el país 10 nuevos centros comerciales (CC) con una inversión estimada de US\$388 millones [...]». (Diario El Comercio, 2016)

CENTROS COMERCIALES 2016-2017				
Grupo	Proyecto	Ubicación	Inversión (Millones US\$)	Inicio de operaciones
<b>2016</b>				
Falabella	Open Plaza	Huancayo	81	Set. 2016
	Mall Aventura Plaza	Cayma - Arequipa	70	Nov. 2016
Intercorp	Real Plaza la Curva	Lima - VMF	15	Dic. 2016
	Power Center Lurin	Lima - Lurin	17	Dic. 2016
Parque Arauco	Via Mix Colonial	Lima	7	2016
<b>2017</b>				
Corporación Wong	Mall Santa María	Lima	18	Nov. 2017
Falabella	Mall Aventura Plaza	Tacna	19	2017
Cencosud	CC La Molina	Lima	140	2017
Parque Arauco	Mega Plaza Express	Trujillo	16	Mar. 2017
Fondo de Inversión Fibra	Strip Center Magdalena	Lima	5	-
<b>Inversiones ya realizadas durante el 2016</b>				
Corporación Wong	Mall del Sur	Lima	200	Abr. 2016
Parque Arauco	Plaza Conquistadores (3° nivel)	Lima	16	Mar. 2016

Fuente: Diarios, revistas y web especializadas

Elaboración: IEDEP

Figura 203. Centros Comerciales 2016-2017

Fuente: Diario El Comercio, 2017

### Anexo 6

«Durante el 2014 Plaza Norte alcanzó una facturación de US\$ 630 millones y para el 2015 espera aumentar en 30% sus ventas. Ampliarán infraestructura.

El dinamismo del Centro Comercial y las nuevas propuestas han generado una importante atracción de público y este año espera incrementar a 4.5 millones las visitas al mes. El ticket promedio asciende a S/. 350.00» (Diario UNO, 2015)

### Anexo 7

«El rubro de *fast food* es uno de los negocios más competitivos a la fecha en el Perú. [...] el número de sus locales se ha incrementado en la ciudad de Lima, donde se presenta el mayor consumo del país (65% del total nacional).» (Perú Retail, 2015)

**Anexo 8**

Gastón Acurio, en una nota del diario El Comercio (Gastón Acurio prepara una evolución de Pachacútec, 2014), indica: «Al día de hoy más de 300 chicos han terminado la carrera de cocina. Ya tienen una carrera, han transformado su vida, algunos son ya jefes de cocina y algunos serán los mejores cocineros del mundo.»

**Anexo 9**

En el libro “Análisis prospectivo del sector de comida rápida en Lima: 2014-2030” (Arbaiza, Cánepa, Cortez, & Lévano, 2014), en referencia a los restaurantes de comida rápida, indica que «otros estudios concluyen igualmente que este tipo de locales tienen ventajas y desventajas: por un lado, atienden rápido; pero, por otro, no aportan comida alimenticia. (Berrios et al., 2009)».

**Anexo 10**

Percy Vigil, gerente general de la cadena Megaplaza, en una nota del diario El Comercio (2014), menciona que el precio por m<sup>2</sup> «[...] varía dependiendo del tipo de *mall*, si está en provincia o en Lima, si tiene competencia cercana e incluso por la ubicación de la tienda dentro del complejo comercial. En general, el precio va desde los US\$35 hasta los US\$100 en promedio [...]».

**Anexo 11**

«El Sector restaurantes creció 1.85% en el mes de enero 2017, por el resultado positivo de la actividad de restaurantes, otras actividades de servicio de comidas, la actividad de servicio de bebidas, atenuado por el descenso en el suministro de comida por encargo.

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

La actividad de restaurantes aumentó por el avance de los negocios de comidas rápidas, restaurantes, comida japonesa, pollerías, heladerías y chifas, por mayor ocurrencia de consumidores, servicios especiales en cenas de estrategias de marketing basadas en promociones [...]» (INEI, 2017)

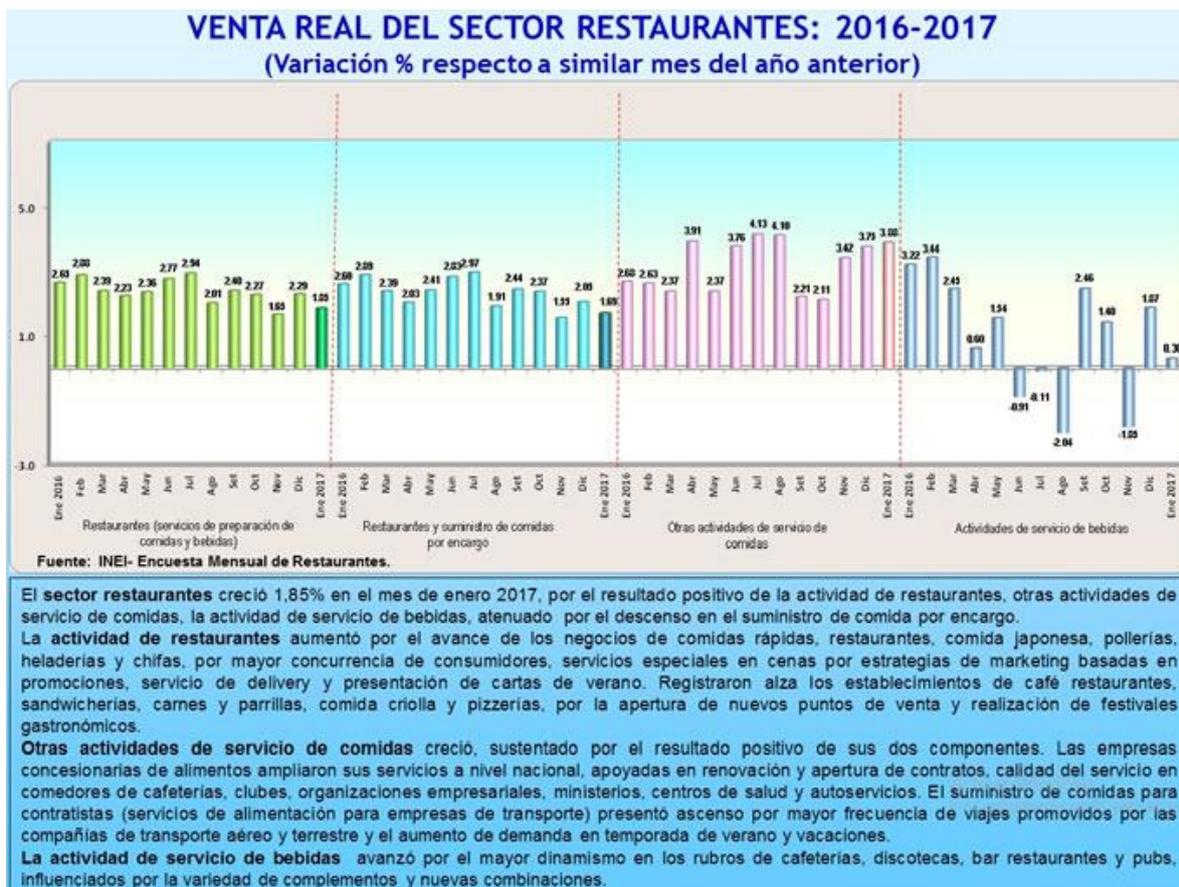


Figura 204. Venta real del sector restaurantes: 2016-2017  
Fuente: INEI, 2017

**Anexo 12**

**Sectores Lima Metropolitana**

Lima Norte está compuesta por: Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres y Santa Rosa. (INEI, 2014)

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**



*Figura 205: Lima Metropolitana*  
 Fuente: (INEI, 2014, pág. 9)

**Anexo 13**

<https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/reservaDenominacio...>

SERVICIOS >> Consulta de estado de solicitudes >> Reserva de Denominación



**sunarp**  
Superintendencia Nacional  
de los Registros Públicos

**SOLICITUD DE RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA**

**2017 - V0562926**

1. RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURIDICA  
CONSTITUCION
2. DENOMINACION o RAZON SOCIAL  

MAMASOPASAC
3. TIPO DE PERSONA JURIDICA  
Tipo de persona jurídica  

SOCIEDADES ANONIMAS
4. DOMICILIO DE LA PERSONA JURIDICA  

Departamento	Provincia
LIMA	LIMA
5. DATOS DEL SOLICITANTE  

ALVARADO	RODRIGUEZ	JACQUELINE
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres

Identificado(a) con: DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD      No: 40644784

Domiciliado(a) en:

Participación:      **Socio**
6. SOLICITO:  
La inscripción de (acto o derecho):  

RESERVA DE DENOMINACION
7. INTEGRANTES DE LA PERSONA JURIDICA  

ALVARADO RODRIGUEZ JACQUELINE	DNI: 40644784
-------------------------------	---------------
8. ASIENTO  

<ANONIMO>

\*No olvide imprimir este documento, y presentarlo en la Oficina Registral correspondiente, cancelando los derechos registrales en plazo de tres días hábiles contados desde el mismo día o desde el día hábil siguiente(si es que aquél es inhábil) de llenada la solicitud\*

*Figura 206. Solicitud de Reserva de Preferencia Registral de Nombre de Persona Jurídica*  
Fuente: SUNARP, 2017

**Anexo 14**

*Tabla 48. Empresas componentes del  $\beta$  Restaurant/Dining*

<i>Industry Group</i>	<i>Company Name</i>	<i>Country</i>
Restaurant/Dining	Havanna Holding S.A. (BASE:HAVA)	Argentina
Restaurant/Dining	Collins Foods Limited (ASX:CKF)	Australia
Restaurant/Dining	Domino's Pizza Enterprises Limited (ASX:DMP)	Australia
Restaurant/Dining	Retail Food Group Limited (ASX:RFG)	Australia
Restaurant/Dining	DO & CO Aktiengesellschaft (WBAG:DOC)	Austria
Restaurant/Dining	International Meal Company Alimentação S.A. (BOVSPA:MEAL3)	Brazil
Restaurant/Dining	A&W Revenue Royalties Income Fund (TSX:AW.UN)	Canada
Restaurant/Dining	Boston Pizza Royalties Income Fund (TSX:BPF.UN)	Canada
Restaurant/Dining	Cara Operations Limited (TSX:CARA)	Canada
Restaurant/Dining	Diversified Royalty Corp. (TSX:DIV)	Canada
Restaurant/Dining	Dixie Lee International Industries, Inc. (OTCPK:DLII)	Canada
Restaurant/Dining	Imvescor Restaurant Group Inc. (TSX:IRG)	Canada
Restaurant/Dining	MTY Food Group Inc. (TSX:MTY)	Canada
Restaurant/Dining	Pizza Pizza Royalty Corp. (TSX:PZA)	Canada
Restaurant/Dining	Restaurant Brands International Inc. (NYSE:QSR)	Canada
Restaurant/Dining	Restaurant Brands International Limited Partnership (TSX:QSP.UN)	Canada
Restaurant/Dining	Sir Royalty Income Fund (TSX:SRV.UN)	Canada
Restaurant/Dining	Sportscene Group Inc. (TSXV:SPS.A)	Canada
Restaurant/Dining	Spot Coffee (Canada) Ltd. (TSXV:SPP)	Canada
Restaurant/Dining	The Keg Royalties Income Fund (TSX:KEG.UN)	Canada
Restaurant/Dining	The Second Cup Ltd (TSX:SCU)	Canada
Restaurant/Dining	Gourmet Master Co. Ltd. (TSEC:2723)	Cayman Islands
Restaurant/Dining	Yummy Town (Cayman) Holdings Corporation (GTSM:2726)	Cayman Islands
Restaurant/Dining	China Quanjude (Group) Co Ltd (SZSE:002186)	China
Restaurant/Dining	Cloud Live Technology Group Co., Ltd. (SZSE:002306)	China
Restaurant/Dining	Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd. (SEHK:520)	China
Restaurant/Dining	Xi'an Catering Co., Ltd. (SZSE:000721)	China
Restaurant/Dining	Xiao Nan Guo Restaurants Holdings Limited (SEHK:3666)	China
Restaurant/Dining	Yum China Holdings, Inc. (NYSE:YUMC)	China
Restaurant/Dining	Egyptian International Tourism Projects Company (CASE:EITP)	Egypt
Restaurant/Dining	Kotipizza Group Oyj (HLSE:PIZZA)	Finland
Restaurant/Dining	Restamax Oyj (HLSE:RESTA)	Finland
Restaurant/Dining	Bernard Loiseau SA (ENXTPA:ALDBL)	France
Restaurant/Dining	Elior Group (ENXTPA:ELIOR)	France
Restaurant/Dining	Groupe Flo SA (ENXTPA:FLO)	France
Restaurant/Dining	Sodexo S.A. (ENXTPA:SW)	France
Restaurant/Dining	Speed Rabbit Pizza (ENXTPA:MLSRP)	France
Restaurant/Dining	Ajisen (China) Holdings Limited (SEHK:538)	Hong Kong
Restaurant/Dining	AUX International Holdings Limited (SEHK:2080)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Café de Coral Holdings Limited (SEHK:341)	Hong Kong
Restaurant/Dining	China Energy Development Holdings Limited (SEHK:228)	Hong Kong
Restaurant/Dining	China Nuclear Energy Technology Corporation Limited (SEHK:611)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Chinese Food and Beverage Group Limited (SEHK:8272)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Classified Group (Holdings) Limited (SEHK:8232)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Dining Concepts Holdings Limited (SEHK:8056)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Epicurean and Company, Limited (SEHK:8213)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Fairwood Holdings Limited (SEHK:52)	Hong Kong

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	Food Idea Holdings Limited (SEHK:8179)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Food Wise Holdings Limited (SEHK:1632)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Fresh Express Delivery Holdings Group Co., Limited (SEHK:1175)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Fulum Group Holdings Limited (SEHK:1443)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Future Bright Holdings Limited (SEHK:703)	Hong Kong
Restaurant/Dining	G-Vision International (Holdings) Limited (SEHK:657)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Hop Hing Group Holdings Limited (SEHK:47)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Li Bao Ge Group Limited (SEHK:8102)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Northern New Energy Holdings Limited (SEHK:8246)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Royal Catering Group Holdings Company Limited (SEHK:8300)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Tang Palace (China) Holdings Limited (SEHK:1181)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Tao Heung Holdings Limited (SEHK:573)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Tonking New Energy Group Holdings Limited (SEHK:8326)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Tsui Wah Holdings Limited (SEHK:1314)	Hong Kong
Restaurant/Dining	Apollo Sindoori Hotels Limited (NSEI:APOLSINHOT)	India
Restaurant/Dining	Bombay Cycle & Motor Agency Limited (BSE:501430)	India
Restaurant/Dining	Coffee Day Enterprises Limited (BSE:539436)	India
Restaurant/Dining	Jubilant FoodWorks Limited (BSE:533155)	India
Restaurant/Dining	Pecos Hotels and Pubs Limited (BSE:539273)	India
Restaurant/Dining	Speciality Restaurants Limited (BSE:534425)	India
Restaurant/Dining	Vidli Restaurants Limited (BSE:539659)	India
Restaurant/Dining	Westlife Development Limited (BSE:505533)	India
Restaurant/Dining	PT Fast Food Indonesia Tbk (JKSE:FAST)	Indonesia
Restaurant/Dining	PT Pioneerindo Gourmet International Tbk (JKSE:PTSP)	Indonesia
Restaurant/Dining	Autogrill S.p.A. (BIT:AGL)	Italy
Restaurant/Dining	K.L.E. Group Limited (JMSE:KLE)	Jamaica
Restaurant/Dining	Amiyaki Tei Co., Ltd. (TSE:2753)	Japan
Restaurant/Dining	Anrakutei Co., Ltd. (TSE:7562)	Japan
Restaurant/Dining	AP Company Co., Ltd. (TSE:3175)	Japan
Restaurant/Dining	Arcland Service Holdings Co., Ltd. (TSE:3085)	Japan
Restaurant/Dining	Arigatou Services Company, Limited (JASDAQ:3177)	Japan
Restaurant/Dining	Asrapport Dining Co., Ltd. (JASDAQ:3069)	Japan
Restaurant/Dining	ATOM Corporation (TSE:7412)	Japan
Restaurant/Dining	Balnibarbi Co.,Ltd. (TSE:3418)	Japan
Restaurant/Dining	B-R 31 Ice Cream Co., Ltd. (JASDAQ:2268)	Japan
Restaurant/Dining	Bronco Billy Co., Ltd. (TSE:3091)	Japan
Restaurant/Dining	Chimney Co., Ltd. (TSE:3178)	Japan
Restaurant/Dining	Choushimaru Co., Ltd. (JASDAQ:3075)	Japan
Restaurant/Dining	Coco's Japan Co., Ltd. (JASDAQ:9943)	Japan
Restaurant/Dining	Colowide Co., Ltd. (TSE:7616)	Japan
Restaurant/Dining	Create Restaurants Holdings Inc. (TSE:3387)	Japan
Restaurant/Dining	Daisy Corporation (TSE:9979)	Japan
Restaurant/Dining	Diamond Dining Co.,Ltd. (TSE:3073)	Japan
Restaurant/Dining	DOUTOR NICHIRE Holdings Co., Ltd. (TSE:3087)	Japan
Restaurant/Dining	Dynac Corporation (TSE:2675)	Japan
Restaurant/Dining	EAT&Co.,Ltd (TSE:2882)	Japan
Restaurant/Dining	Flying Garden Co., Ltd. (JASDAQ:3317)	Japan
Restaurant/Dining	Food Planet, Inc. (TSE:7853)	Japan
Restaurant/Dining	Friendly Corporation (TSE:8209)	Japan
Restaurant/Dining	Fujio Food System Co., Ltd. (JASDAQ:2752)	Japan
Restaurant/Dining	FUJITA CORPORATION Co.,Ltd. (JASDAQ:3370)	Japan
Restaurant/Dining	G.taste Co.,Ltd. (JASDAQ:2694)	Japan
Restaurant/Dining	General Oyster, Inc. (TSE:3224)	Japan
Restaurant/Dining	Genki Sushi Co., Ltd. (TSE:9828)	Japan

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	G-Factory Co.,Ltd. (TSE:3474)	Japan
Restaurant/Dining	Ginza Renoir Co., Ltd. (JASDAQ:9853)	Japan
Restaurant/Dining	Global Dining, Inc. (TSE:7625)	Japan
Restaurant/Dining	Gourmet Kineya Co., Ltd. (TSE:9850)	Japan
Restaurant/Dining	Hachi-Ban Co., Ltd. (JASDAQ:9950)	Japan
Restaurant/Dining	Hiday Hidaka Corp. (TSE:7611)	Japan
Restaurant/Dining	Hiramatsu Inc. (TSE:2764)	Japan
Restaurant/Dining	Horiifoodservice Co., Ltd. (JASDAQ:3077)	Japan
Restaurant/Dining	Hotland Co., Ltd. (TSE:3196)	Japan
Restaurant/Dining	Hub Co., Ltd. (JASDAQ:3030)	Japan
Restaurant/Dining	Hurxley Corporation (TSE:7561)	Japan
Restaurant/Dining	Ichibanya Co., Ltd. (TSE:7630)	Japan
Restaurant/Dining	Ichirokudo Co., Ltd. (TSE:3366)	Japan
Restaurant/Dining	JB Eleven Co., Ltd. (NSE:3066)	Japan
Restaurant/Dining	j-Group Holdings Corp. (TSE:3063)	Japan
Restaurant/Dining	Jolly-Pasta CO.,LTD. (TSE:9899)	Japan
Restaurant/Dining	Joyfull Co., Ltd. (FKSE:9942)	Japan
Restaurant/Dining	Kabushiki Kaisha Seiyoken (JASDAQ:9734)	Japan
Restaurant/Dining	kaihan Co.,Ltd. (TSE:3133)	Japan
Restaurant/Dining	Kanmonkai Co., Ltd. (TSE:3372)	Japan
Restaurant/Dining	Kan-Nanmaru Corporation (JASDAQ:7585)	Japan
Restaurant/Dining	Kappa-Create Co., Ltd. (TSE:7421)	Japan
Restaurant/Dining	Karula Co.,Ltd. (JASDAQ:2789)	Japan
Restaurant/Dining	KFC Holdings Japan, Ltd. (TSE:9873)	Japan
Restaurant/Dining	Kichiri & Co., Ltd. (TSE:3082)	Japan
Restaurant/Dining	Kisoji Co., Ltd. (TSE:8160)	Japan
Restaurant/Dining	Komeda Holdings Co., Ltd. (TSE:3543)	Japan
Restaurant/Dining	Kourakuen Holdings Corporation (TSE:7554)	Japan
Restaurant/Dining	Kozosushi Co., LTD. (JASDAQ:9973)	Japan
Restaurant/Dining	Kura Corporation (TSE:2695)	Japan
Restaurant/Dining	Kushikatsu Tanaka Co., Ltd. (TSE:3547)	Japan
Restaurant/Dining	Life Foods Co., Ltd. (JASDAQ:3065)	Japan
Restaurant/Dining	Marche Corporation (TSE:7524)	Japan
Restaurant/Dining	Maruchiyo Yamaokaya Corporation (JASDAQ:3399)	Japan
Restaurant/Dining	Matsuya Foods Co., Ltd. (TSE:9887)	Japan
Restaurant/Dining	McDonald's Holdings Company (Japan), Ltd. (JASDAQ:2702)	Japan
Restaurant/Dining	MOS Food Services Inc. (TSE:8153)	Japan
Restaurant/Dining	Ohsho Food Service Corp. (TSE:9936)	Japan
Restaurant/Dining	OTOYA Holdings Co., Ltd. (JASDAQ:2705)	Japan
Restaurant/Dining	Pepper Food Service Co., Ltd. (TSE:3053)	Japan
Restaurant/Dining	Plenus Company Limited (TSE:9945)	Japan
Restaurant/Dining	Ride On Express Co., Ltd. (TSE:6082)	Japan
Restaurant/Dining	Ringer Hut Co., Ltd. (TSE:8200)	Japan
Restaurant/Dining	Royal Holdings Co., Ltd. (TSE:8179)	Japan
Restaurant/Dining	Sagami Chain Co., Ltd. (TSE:9900)	Japan
Restaurant/Dining	Saint Marc Holdings Co., Ltd. (TSE:3395)	Japan
Restaurant/Dining	Saizeriya Co.,Ltd. (TSE:7581)	Japan
Restaurant/Dining	Sanko Marketing Foods Co., Ltd. (TSE:2762)	Japan
Restaurant/Dining	Sato Restaurant Systems Co., Ltd. (TSE:8163)	Japan
Restaurant/Dining	SFP Dining Co., Ltd. (TSE:3198)	Japan
Restaurant/Dining	Shidax Corporation (JASDAQ:4837)	Japan
Restaurant/Dining	Shokubun Co., Ltd (TSE:9969)	Japan
Restaurant/Dining	Skylark Co., Ltd. (TSE:3197)	Japan
Restaurant/Dining	SLD Entertainment, Inc. (JASDAQ:3223)	Japan

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	Ten Allied Co., Ltd. (TSE:8207)	Japan
Restaurant/Dining	The Monogatari Corporation (TSE:3097)	Japan
Restaurant/Dining	Tokyo Ichiban Foods Co., Ltd. (TSE:3067)	Japan
Restaurant/Dining	Tokyo Kaikan Co., Ltd. (TSE:9701)	Japan
Restaurant/Dining	TORIDOLL Holdings Corporation (TSE:3397)	Japan
Restaurant/Dining	Torikizoku co., ltd. (JASDAQ:3193)	Japan
Restaurant/Dining	Totenko Co., Ltd. (TSE:8181)	Japan
Restaurant/Dining	Towa Food Service Co., Ltd. (JASDAQ:3329)	Japan
Restaurant/Dining	Ukai Co., Ltd (JASDAQ:7621)	Japan
Restaurant/Dining	UMENOHANA Co., Ltd. (TSE:7604)	Japan
Restaurant/Dining	Via Holdings Inc. (TSE:7918)	Japan
Restaurant/Dining	Watami Co., Ltd. (TSE:7522)	Japan
Restaurant/Dining	WDI Corporation (JASDAQ:3068)	Japan
Restaurant/Dining	Y.S.Food Co.,Ltd. (JASDAQ:3358)	Japan
Restaurant/Dining	Yoshinoya Holdings Co., Ltd. (TSE:9861)	Japan
Restaurant/Dining	Yossix Co.,Ltd. (TSE:3221)	Japan
Restaurant/Dining	Y's Table Corporation (TSE:2798)	Japan
Restaurant/Dining	Zensho Holdings Co., Ltd. (TSE:7550)	Japan
Restaurant/Dining	Zetton Inc. (NSE:3057)	Japan
Restaurant/Dining	Al Tajamouat for Catering and Housing Company, Plc. (ASE:JNTH)	Jordan
Restaurant/Dining	Model Restaurants Company PLC (ASE:FOOD)	Jordan
Restaurant/Dining	Kuwait Food Company (Al Americana) K.S.C.P. (KWSE:FOOD)	Kuwait
Restaurant/Dining	Luk Hing Entertainment Group Holdings Limited (SEHK:8052)	Macau
Restaurant/Dining	Berjaya Food Berhad (KLSE:BJFOOD)	Malaysia
Restaurant/Dining	Borneo Oil Berhad (KLSE:BORNOIL)	Malaysia
Restaurant/Dining	Brahim's Holdings Berhad (KLSE:BRAHIMS)	Malaysia
Restaurant/Dining	ChasWood Resources Holdings Ltd. (Catalist:5TW)	Malaysia
Restaurant/Dining	Oversea Enterprise Berhad (KLSE:OVERSEA)	Malaysia
Restaurant/Dining	Alsea, S.A.B. De C.V. (BMV:ALSEA *)	Mexico
Restaurant/Dining	CMR, S.A.B. de C.V. (BMV:CMR B)	Mexico
Restaurant/Dining	Blue Water Bar & Grill, Inc. (OTCPK:BWBG)	Netherlands Antilles
Restaurant/Dining	Burger Fuel Worldwide Limited (NZSE:BFW)	New Zealand
Restaurant/Dining	Restaurant Brands New Zealand Limited (NZSE:RBD)	New Zealand
Restaurant/Dining	Tantalizers PLC (NGSE:TANTALIZER)	Nigeria
Restaurant/Dining	Jollibee Foods Corporation (PSE:JFC)	Philippines
Restaurant/Dining	Max's Group, Inc. (PSE:MAXS)	Philippines
Restaurant/Dining	Shakey's Pizza Asia Ventures Inc. (PSE:PIZZA)	Philippines
Restaurant/Dining	AmRest Holdings SE (WSE:EAT)	Poland
Restaurant/Dining	DP Poland PLC (AIM:DPP)	Poland
Restaurant/Dining	Maxipizza Spółka Akcyjna (WSE:MXP)	Poland
Restaurant/Dining	Mex Polska Spółka Akcyjna (WSE:MEX)	Poland
Restaurant/Dining	Mr Hamburger Spółka Akcyjna (WSE:MRH)	Poland
Restaurant/Dining	Premium Food Restaurants Spółka Akcyjna (WSE:PFR)	Poland
Restaurant/Dining	Sakana S.A. (WSE:SKN)	Poland
Restaurant/Dining	Sfinks Polska Spolka Akcyjna (WSE:SFS)	Poland
Restaurant/Dining	Ibersol SGPS, SA (ENXTLS:IBS)	Portugal
Restaurant/Dining	SIF Hoteluri S.A. (BVB:CAOR)	Romania
Restaurant/Dining	Public Joint Stock Company Rosinter Restaurants Holding (MISX:ROST)	Russia
Restaurant/Dining	Herfy Food Services Company (SASE:6002)	Saudi Arabia
Restaurant/Dining	Japan Foods Holding Ltd. (Catalist:5OI)	Singapore
Restaurant/Dining	Jumbo Group Limited (Catalist:42R)	Singapore
Restaurant/Dining	Katrina Group Ltd. (Catalist:1A0)	Singapore
Restaurant/Dining	LifeBrandz Ltd (Catalist:L20)	Singapore

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	P99 Holdings Limited (Catalist:5UV)	Singapore
Restaurant/Dining	Soup Restaurant Group Limited (SGX:5KI)	Singapore
Restaurant/Dining	Tung Lok Restaurants (2000) Ltd (Catalist:540)	Singapore
Restaurant/Dining	Famous Brands Limited (JSE:FBR)	South Africa
Restaurant/Dining	Gold Brands Investments Limited (JSE:GBI)	South Africa
Restaurant/Dining	Spur Corporation Limited (JSE:SUR)	South Africa
Restaurant/Dining	Taste Holdings Limited (JSE:TAS)	South Africa
Restaurant/Dining	Barunson Co.,Ltd. (KOSDAQ:A018700)	South Korea
Restaurant/Dining	MPK Group Inc. (KOSDAQ:A065150)	South Korea
Restaurant/Dining	Shinsegae Food Co., Ltd. (KOSE:A031440)	South Korea
Restaurant/Dining	Telepizza Group, S.A.U. (BME:TPZ)	Spain
Restaurant/Dining	An-shin Food Services Co.,Ltd. (GTSM:1259)	Taiwan
Restaurant/Dining	Hi-Lai Foods Co., Ltd (GTSM:1268)	Taiwan
Restaurant/Dining	Kanpai Co., Ltd (GTSM:1269)	Taiwan
Restaurant/Dining	La Kaffa International Co., LTD. (GTSM:2732)	Taiwan
Restaurant/Dining	Mr. Onion Corp. (GTSM:2740)	Taiwan
Restaurant/Dining	New Palace International Co., Ltd. (TSEC:8940)	Taiwan
Restaurant/Dining	TTFB Company Limited (GTSM:2729)	Taiwan
Restaurant/Dining	Wowprime Corp. (TSEC:2727)	Taiwan
Restaurant/Dining	After You Public Company Limited (SET:AU)	Thailand
Restaurant/Dining	Food Capitals Public Company Limited (SET:FC)	Thailand
Restaurant/Dining	Hot Pot Public Company Limited (SET:HOTPOT)	Thailand
Restaurant/Dining	MK Restaurant Group Public Company Limited (SET:M)	Thailand
Restaurant/Dining	Oishi Group Public Company Limited (SET:OISHI)	Thailand
Restaurant/Dining	S&P Syndicate Public Company Limited (SET:SNP)	Thailand
Restaurant/Dining	Prestige Holdings Limited (TTSE:PHL)	Trinidad & Tobago
Restaurant/Dining	Etiler Gıda Ve Ticari Yatırımlar Sanayi Ve Ticaret Anonim Sirketi (IBSE:ETILR)	Turkey
Restaurant/Dining	Usas Yatırımlar Holding A.S. (IBSE:USAS)	Turkey
Restaurant/Dining	Margaritaville (Turks) Ltd. (JMSE:MTL)	Turks & Caicos Islands
Restaurant/Dining	Compass Group PLC (LSE:CPG)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Comptoir Group plc (AIM:COM)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Domino's Pizza Group plc (LSE:DOM)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Enterprise Inns plc (LSE:ETI)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Fuller, Smith & Turner P.L.C. (LSE:FSTA)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Greene King plc (LSE:GNK)	United Kingdom
Restaurant/Dining	J D Wetherspoon plc (LSE:JDW)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Marston's PLC (LSE:MARS)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Mitchells & Butlers plc (LSE:MAB)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Patisserie Holdings plc (AIM:CAKE)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Punch Taverns plc (LSE:PUB)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Revolution Bars Group plc (LSE:RBG)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Richoux Group plc (AIM:RIC)	United Kingdom
Restaurant/Dining	SSP Group plc (LSE:SSPG)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Tasty plc (AIM:TAST)	United Kingdom
Restaurant/Dining	The Brighton Pier Group PLC (AIM:PIER)	United Kingdom
Restaurant/Dining	The Fulham Shore PLC (AIM:FUL)	United Kingdom
Restaurant/Dining	The Restaurant Group plc (LSE:RTN)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Whitbread PLC (LSE:WTB)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Young & Co.'s Brewery, P.L.C. (AIM:YNGA)	United Kingdom
Restaurant/Dining	Aramark (NYSE:ARMK)	United States
Restaurant/Dining	ARC Group, Inc. (OTCPK:ARCK)	United States
Restaurant/Dining	Ark Restaurants Corp. (NasdaqGM:ARKR)	United States

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	Barista Coffee Company, Inc. (OTCPK:BCCI)	United States
Restaurant/Dining	Biglari Holdings Inc. (NYSE:BH)	United States
Restaurant/Dining	BJ's Restaurants, Inc. (NasdaqGS:BJRI)	United States
Restaurant/Dining	Bloomin' Brands, Inc. (NasdaqGS:BLMN)	United States
Restaurant/Dining	Blue Water Global Group, Inc. (OTCPK:BLUU)	United States
Restaurant/Dining	Bob Evans Farms, Inc. (NasdaqGS:BOBE)	United States
Restaurant/Dining	Bojangles', Inc. (NasdaqGS:BOJA)	United States
Restaurant/Dining	Bravo Brio Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:BBRG)	United States
Restaurant/Dining	Brinker International, Inc. (NYSE:EAT)	United States
Restaurant/Dining	Brinker International, Inc. (NYSE:EAT)	United States
Restaurant/Dining	Buffalo Wild Wings, Inc. (NasdaqGS:BWLD)	United States
Restaurant/Dining	Cardiff International, Inc. (OTCPK:CDIF)	United States
Restaurant/Dining	Carrols Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:TAST)	United States
Restaurant/Dining	Chanticleer Holdings, Inc. (NasdaqCM:HOTR)	United States
Restaurant/Dining	Chipotle Mexican Grill, Inc. (NYSE:CMG)	United States
Restaurant/Dining	Chuy's Holdings, Inc. (NasdaqGS:CHUY)	United States
Restaurant/Dining	Cosi Inc. (OTCPK:COSI.Q)	United States
Restaurant/Dining	Cracker Barrel Old Country Store, Inc. (NasdaqGS:CBRL)	United States
Restaurant/Dining	Darden Restaurants, Inc. (NYSE:DRI)	United States
Restaurant/Dining	Dave & Buster's Entertainment, Inc. (NasdaqGS:PLAY)	United States
Restaurant/Dining	Del Frisco's Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:DFRG)	United States
Restaurant/Dining	Del Frisco's Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:DFRG)	United States
Restaurant/Dining	Del Taco Restaurants, Inc. (NasdaqCM:TACO)	United States
Restaurant/Dining	Denny's Corporation (NasdaqCM:DENN)	United States
Restaurant/Dining	DineEquity, Inc. (NYSE:DIN)	United States
Restaurant/Dining	Diversified Restaurant Holdings, Inc. (NasdaqCM:SAUC)	United States
Restaurant/Dining	Domino's Pizza, Inc. (NYSE:DPZ)	United States
Restaurant/Dining	Dunkin' Brands Group, Inc. (NasdaqGS:DNKN)	United States
Restaurant/Dining	El Pollo Loco Holdings, Inc. (NasdaqGS:LOCO)	United States
Restaurant/Dining	EXOlifestyle, Inc. (OTCPK:EXOL)	United States
Restaurant/Dining	Famous Dave's of America, Inc. (NasdaqGS:DAVE)	United States
Restaurant/Dining	Fiesta Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:FRGI)	United States
Restaurant/Dining	Flanigan's Enterprises, Inc. (AMEX:BDL)	United States
Restaurant/Dining	Fogo de Chao, Inc. (NasdaqGS:FOGO)	United States
Restaurant/Dining	Giggles N' Hugs, Inc. (OTCPK:GIGL)	United States
Restaurant/Dining	Good Times Restaurants, Inc. (NasdaqCM:GTIM)	United States
Restaurant/Dining	Granite City Food & Brewery Ltd. (OTCPK:GCFB)	United States
Restaurant/Dining	Great American Food Chain, Inc. (OTCPK:GAMN)	United States
Restaurant/Dining	Greenfield Farms Food, Inc. (OTCPK:GRAS)	United States
Restaurant/Dining	Grey Fox Holdings Corp. (OTCPK:GFOX)	United States
Restaurant/Dining	Harrison Vickers and Waterman Inc. (OTCPK:HVCW)	United States
Restaurant/Dining	Healthy & Tasty Brands Corporation (OTCPK:GRLT)	United States
Restaurant/Dining	Ignite Restaurant Group, Inc. (NasdaqGS:IRG)	United States
Restaurant/Dining	J. Alexander's Holdings, Inc. (NYSE:JAX)	United States
Restaurant/Dining	Jack in the Box Inc. (NasdaqGS:JACK)	United States
Restaurant/Dining	Jamba, Inc. (NasdaqGM:JMBA)	United States
Restaurant/Dining	Kona Grill, Inc. (NasdaqGM:KONA)	United States
Restaurant/Dining	Luby's, Inc. (NYSE:LUB)	United States
Restaurant/Dining	McDonald's Corporation (NYSE:MCD)	United States
Restaurant/Dining	Meritage Hospitality Group Inc. (OTCPK:MHGU)	United States
Restaurant/Dining	Nathan's Famous, Inc. (NasdaqGS:NATH)	United States
Restaurant/Dining	Noble Roman's, Inc. (OTCPK:NRDM)	United States
Restaurant/Dining	Noodles & Company (NasdaqGS:NDLS)	United States
Restaurant/Dining	Panera Bread Company (NasdaqGS:PNRA)	United States

**CPEL CARRERAS UNIVERSITARIAS PARA  
PERSONAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

Restaurant/Dining	Papa John's International, Inc. (NasdaqGS:PZZA)	United States
Restaurant/Dining	Papa Murphy's Holdings, Inc. (NasdaqGS:FRSH)	United States
Restaurant/Dining	Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. (NasdaqGS:PLKI)	United States
Restaurant/Dining	Potbelly Corporation (NasdaqGS:PBPB)	United States
Restaurant/Dining	Preferred Restaurant Brands, Inc. (OTCPK:PRBI)	United States
Restaurant/Dining	Premier Development & Investment Inc. (OTCPK:PDIV)	United States
Restaurant/Dining	RAVE Restaurant Group, Inc. (NasdaqCM:RAVE)	United States
Restaurant/Dining	Red Robin Gourmet Burgers, Inc. (NasdaqGS:RRGB)	United States
Restaurant/Dining	Ruby Tuesday, Inc. (NYSE:RT)	United States
Restaurant/Dining	Ruth's Hospitality Group, Inc. (NasdaqGS:RUTH)	United States
Restaurant/Dining	Shake Shack Inc. (NYSE:SHAK)	United States
Restaurant/Dining	Solanbridge Group, Inc. (OTCPK:SLNX)	United States
Restaurant/Dining	Sonic Corp. (NasdaqGS:SONC)	United States
Restaurant/Dining	Southern Concepts Restaurant Group, Inc. (OTCPK:RIBS)	United States
Restaurant/Dining	SPYR, Inc. (OTCPK:SPYR)	United States
Restaurant/Dining	Star Buffet, Inc. (OTCPK:STRZ)	United States
Restaurant/Dining	Starbucks Corporation (NasdaqGS:SBUX)	United States
Restaurant/Dining	Texas Roadhouse, Inc. (NasdaqGS:TXRH)	United States
Restaurant/Dining	The Cheesecake Factory Incorporated (NasdaqGS:CAKE)	United States
Restaurant/Dining	The Grilled Cheese Truck, Inc. (OTCPK:GRLD)	United States
Restaurant/Dining	The Habit Restaurants, Inc. (NasdaqGM:HABT)	United States
Restaurant/Dining	The ONE Group Hospitality, Inc. (NasdaqCM:STKS)	United States
Restaurant/Dining	The Wendy's Company (NasdaqGS:WEN)	United States
Restaurant/Dining	Unique Pizza & Subs Corp. (OTCPK:UPZS)	United States
Restaurant/Dining	U-Swirl, Inc. (OTCPK:SWRL)	United States
Restaurant/Dining	Williston Holding Company, Inc. (OTCPK:WHCA)	United States
Restaurant/Dining	Wingstop Inc. (NasdaqGS:WING)	United States
Restaurant/Dining	Yum! Brands, Inc. (NYSE:YUM)	United States
Restaurant/Dining	Zoe's Kitchen, Inc. (NYSE:ZOES)	United States
Restaurant/Dining	Arcos Dorados Holdings, Inc. (NYSE:ARCO)	Uruguay
Restaurant/Dining	Atesco Industrial Catering Joint Stock Company (HASTC:ATS)	Vietnam
Restaurant/Dining	Simbisa Brands Limited (ZMSE:SIM)	Zimbabwe

Fuente: (Damodaran On-line Home Page, 2017)

Anexo 15

**GESTIÓN** | Portada | Economía | Empresas | **Mercados** | Tu Dinero | Inn

## Riesgo país de Perú subió un punto básico a 1.35 puntos porcentuales

Miércoles, 31 de mayo del 2017

**MERCADOS** 18:44 El riesgo país de Latinoamérica (EMBI Latam) fue de 3.30 puntos porcentuales. Subió tres puntos respecto a la **sesión anterior**.



El **riesgo país** de Perú cerró la sesión de hoy en 1.35 puntos porcentuales, ajustado después del cierre, subiendo un punto básico respecto a la sesión anterior, según el EMBI+ Perú calculado por el banco de inversión **JP Morgan**.

En la región, Perú (1.35 puntos porcentuales) reportó el riesgo más bajo, seguido de México (2.01 puntos) y Colombia (2.08 puntos).

**Indicador**  
El EMBI+ Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento promedio de los títulos soberanos peruanos frente al rendimiento del bono del Tesoro estadounidense.

23 Me gusta Compartir Twittear 0 G+ 2 Compartir

Figura 207. Riesgo País Perú  
Fuente: (Diario Gestión, 2017)