



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA,
TURISMO Y GASTRONOMÍA**

Carrera de Administración Hotelera

DULCE ADICCIÓN S.A.C.

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Administración Hotelera**

GABRIELA ANDREA RAEZ MEZA

GABRIELA ALEXANDRA MILAGROS SAENZ DONGO

Lima – Perú

2019

ÍNDICE

1.	RESUMEN EJECUTIVO.....	1
2.	INFORMACIÓN GENERAL	3
2.1.	DATOS DE LA EMPRESA.....	3
2.1.1.	Razón Social.....	3
2.1.2.	Nombre Comercial	3
2.1.3.	Accionistas y equipo	3
2.1.4.	Horizonte de Evaluación	3
2.2.	ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CÓDIGO CIU.....	3
2.2.1.	Actividad Económica	3
2.2.2.	Código CIU.....	3
2.3.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	3
2.4.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	4
2.5.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	4
2.5.1.	Por el lado de la oferta.....	4
2.5.2.	Por el lado de la demanda	4
2.6.	ESTRATEGIA GENÉRICA DE LA EMPRESA.....	4
2.7.	VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA	4
2.7.1.	ANÁLISIS FODA DEL SECTOR	5
2.8.	MAPA DE EMPATÍA	6
2.9.	MODELO DE NEGOCIO CANVAS	8
3.	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	9
3.1.	CAPITAL, CIUDADES IMPORTANTES, SUPERFICIE Y NÚMERO DE HABITANTES....	9
3.2.	ENTORNO POLÍTICO – LEGAL: VINCULADOS AL PROYECTO	9
3.3.	ENTORNO ECONÓMICO: 2014 – 2018	10
3.3.1.	Tasa de crecimiento de la población, ingreso per cápita, PEA y %PEA	10
3.3.1.1.	Tasa de crecimiento de la población	10
3.3.1.2.	Ingreso per cápita.....	10
3.3.1.3.	Población económicamente activa	11
3.3.2.	Balanza comercial: Producto: Importaciones y exportaciones	11
3.3.3.	PBI, tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio y riesgo país	12
3.3.3.1.	Producto bruto interno (PBI)	12
3.3.3.2.	Tasa de inflación	12
3.3.3.3.	Tasa de interés	13
3.3.3.4.	Tipo de cambio	13
3.3.3.5.	Riesgo país.....	14
3.4.	ENTORNO SOCIO – CULTURAL: TENDENCIAS	14
3.5.	ENTORNO TECNOLÓGICO: TENDENCIAS.....	15
3.6.	ENTORNO ECO – AMBIENTAL: TENDENCIAS Y NORMAS	16
4.	ASPECTOS DEL MERCADO.....	16
4.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	16
4.1.1.	Criterios de segmentación y marco muestral.....	16
4.1.1.1.	Criterios de segmentación.....	16
4.1.1.2.	Marco Muestral.....	17
4.1.2.	Tipos de Investigación	17
4.1.2.1.	Exploratoria: Entrevistas a profundidad y entrevista a consumidores potenciales	17
4.1.2.1.1.	<i>Entrevistas a profundidad</i>	17
4.1.2.1.2.	<i>Entrevista a consumidores potenciales</i>	21
4.1.2.2.	Cuantitativa – Descriptiva: Método de encuestas	25
4.1.2.2.1.	<i>Muestra (Tamaño y cuotas)</i>	25
4.1.2.2.2.	<i>Formato del cuestionario</i>	27
4.1.2.2.3.	<i>Análisis de los resultados de las encuestas</i>	28

4.2.	DEMANDA PRESENTE (2019) Y FUTURA (2020 – 2024)	35
4.2.1.	Estimación del mercado potencial	36
4.2.2.	Estimación del mercado disponible	36
4.2.3.	Estimación del mercado efectivo	36
4.2.4.	Estimación del mercado objetivo	37
4.2.5.	Cuantificación anual de la demanda	37
4.2.5.1.	Programa de ventas anual en unidades físicas	37
4.2.5.2.	Programa de ventas del primer año (2020)	38
4.2.5.3.	Programa de ventas del segundo al quinto año (2021 al 2024)	38
4.3.	MICROENTORNO (2019)	39
4.3.1.	Competidores actuales: nivel de competitividad	39
4.3.2.	Fuerza negociadora de los clientes	39
4.3.3.	Fuerza negociadora de los proveedores	40
4.3.4.	Amenazas de productos sustitutos	40
4.3.5.	Competidores potenciales: barreras de entrada	40
5.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	41
5.1.	ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO	41
5.2.	MEZCLA DE MARKETING	41
5.2.1.	Producto	41
5.2.2.	Precio	43
5.2.3.	Plaza	44
5.2.4.	Promoción	45
5.2.5.	Personas, Evidencia Física y Proceso	46
5.2.5.1.	Personas	46
5.2.5.2.	Evidencia física	47
5.2.5.3.	Proceso	47
6.	ASPECTOS TÉCNICOS	48
6.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	48
6.2.	PROCESOS	49
6.2.1.	Diagrama de flujo de procesos de producción	49
6.2.2.	Programa de producción (2020 – 2024)	50
6.2.3.	Relación de materias primas e insumos a utilizar	50
6.2.4.	Programa de compras de materias prima e insumos (2020 – 2024)	54
6.2.5.	Requerimiento de mano de obra (2020 – 2024)	56
6.3.	TECNOLOGÍA PARA EL PROCESO	56
6.3.1.	Maquinarias	56
6.3.2.	Equipos	58
6.3.3.	Herramientas	59
6.4.	LOCACIÓN	64
6.4.1.	Plano del proyecto: distribución de las máquinas y equipos	64
6.4.1.1.	Plano de la primera planta	64
6.4.1.2.	Plano del salón principal	64
6.4.1.3.	Plano de la cocina	65
6.4.1.4.	Plano de la oficina	65
6.4.2.	Descripción del centro de operaciones	65
6.4.2.1.	Funciones administrativas	66
6.4.2.2.	Centro de operaciones	66
6.5.	LOCALIZACIÓN	66
6.5.1.	Macro localización	66
6.5.2.	Micro localización	66
6.6.	DIAGRAMA DE GANTT	68
6.7.	RESPONSABILIDAD SOCIAL	68
6.7.1.	Con los trabajadores	68
6.7.2.	Con la comunidad	68

6.8.	IMPACTO AMBIENTAL	68
6.9.	CERTIFICACIONES	69
7.	ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZACIONALES.....	70
7.1.	ASPECTOS LEGALES	70
7.1.1.	Forma societaria	70
7.1.2.	Registro de marca y patentes.....	71
7.1.3.	Licencias y autorizaciones	73
7.1.3.1.	Licencia de funcionamiento	73
7.1.3.2.	Certificado de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones (ITSE)	73
7.1.3.3.	Certificado sanitario de principios generales de higiene (PGH)	74
7.1.4.	Legislación laboral	74
7.1.5.	Legislación tributaria.....	76
7.2.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES	77
7.2.1.	Organigrama funcional.....	77
7.2.2.	Puestos de trabajo: Tareas, funciones y responsabilidades	78
7.2.3.	Aspectos laborales.....	79
7.2.3.1.	Forma de contratación	79
7.2.3.2.	Remuneración	79
7.2.3.3.	Horario de trabajo	79
8.	ASPECTOS ECONÓMICOS – FINANCIEROS.....	80
8.1.	INVERSIONES (2020 – 2024)	80
8.1.1.	Inversiones en activo fijo	80
8.1.2.	Inversiones en activo intangible	80
8.1.3.	Inversiones en capital de trabajo	81
8.1.4.	Estructura de inversiones	82
8.2.	FINANCIAMIENTO (2019 – 2024).....	84
8.2.1.	Estructura de financiamiento.....	84
8.2.2.	Financiamiento del activo fijo.....	84
8.3.	INGRESOS ANUALES (2020 – 2024).....	87
8.3.1.	Ingreso por ventas	87
8.3.2.	Recuperación del capital de trabajo.....	87
8.3.3.	Valor de desecho neto del activo fijo	87
8.4.	COSTOS Y GASTOS ANUALES (2020 – 2024).....	89
8.4.1.	Egresos desembolsables	89
8.4.1.1.	Presupuesto de materias prima y materiales	89
8.4.1.2.	Presupuesto de compras de materia primas y materiales	89
8.4.1.3.	Presupuesto de mano de obra directa.....	89
8.4.1.4.	Presupuesto de costos indirectos.....	90
8.4.1.5.	Presupuesto de gastos de administración	91
8.4.1.6.	Presupuesto de gastos de ventas.....	91
8.4.1.7.	Presupuesto Liquidación de IGV	91
8.4.2.	Egresos no desembolsables	92
8.4.2.1.	Depreciación	92
8.4.2.2.	Amortización de intangibles	92
8.4.3.	Costos fijos y variables	92
8.4.4.	Costo de producción unitario y costo total unitario.....	93
8.5.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	93
8.5.1.	Estado de ganancias y pérdidas proyectado (costeo absorbente)	93
8.5.2.	Estado de ganancias y pérdidas proyectado (costeo directo).....	94
8.5.3.	Flujo de caja operativo proyectado	94
8.5.4.	Flujo de capital proyectado	94
8.5.5.	Flujo de caja económico proyectado	95
8.5.6.	Flujo del servicio de la deuda.....	95
8.5.7.	Flujo de caja financiero	95

9.	EVALUACIÓN ECONÓMICO – FINANCIERA	95
9.1.	CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	95
9.1.1.	Costo de oportunidad (Ke)	95
9.1.2.	Costo de la deuda (Kd).....	96
9.1.3.	Costo promedio ponderado del capital (WACC)	96
9.2.	EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA	97
9.2.1.	Indicadores de rentabilidad	97
9.2.1.1.	VANE y VANF	97
9.2.1.2.	TIRE, TIRF y TIRM	97
9.2.1.3.	PRIE y PRIF	97
9.2.1.4.	B/C – E y B/C – F.....	98
9.2.2.	Análisis del punto de equilibrio.....	98
9.2.2.1.	Costos variables y fijos	98
9.2.2.2.	Estimación y análisis del punto de equilibrio económico y financiero	98
9.2.2.3.	Comprobación.....	99
9.3.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNIDIMENSIONAL.....	99
9.3.1.	Variables de entrada	99
9.3.2.	Variables de salida	99
9.3.3.	Variables críticas del proyecto	100
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
10.1.	CONCLUSIONES	100
10.2.	RECOMENDACIONES	101
11.	BIBLIOGRAFIA	101
12.	ANEXOS	105

1. RESUMEN EJECUTIVO

La unidad ejecutora del estudio está conformada por los siguientes integrantes: Gabriela Saenz, Gabriela Raez, Diego Julián y Julio Loayza.

Razón social: Dulce Adicción S.A.C.

Marca del proyecto: Dulce adicción

Ubicación de la empresa: Avenida Augusto Pérez Aranibar 1716, San Isidro

Dulce Adicción SAC se dedica a la producción y comercialización de postres nacionales e internacionales enfocados en un sistema de restaurantes barra libre. Se diferencia de su competencia y sustitutos al ser la primera barra libre de postres en Lima.

Por el lado de la oferta, no existe ningún competidor directo que ofrezca barra libre/barra libre de postres. Sin embargo, se consideran como sustitutos todas aquellas dulcerías que ofrecen diversidad de postres como La tiendecita blanca, Manolo, Vlady, Café 347, entre otras como también Sana Tentación.

La demanda de postres reporta crecimientos, esto es muy importante debido a que los peruanos aceptaran esta nueva propuesta de barra libre.

Por otro lado, Dulce adicción emplea la estrategia de enfoque ya que como el nombre lo indica, se enfocará en un nicho de mercado, debido a que es el único all you can eat de postres.

Dulce adicción ofrecerá diferentes postres como: Mazamorra morada, arroz con leche, arroz zambito, picarones, sanguito, huevo chimbo, camotillo, mana, entre otros.

La comercialización del all you can eat se realizará en la tienda propia ofreciendo una experiencia única en un lugar agradable a la vista y con todos los requerimientos exigidos por las normas de sanidad, además de contar con última tecnología en medios de pago como la funcionalidad del pago sin contacto en el POS, además de contar con un gran espacio para el buffet y disfrute de los comensales.

Dulce Adicción utilizará diversas estrategias en cuanto a distribución múltiple para que en cuanto el visitante entre al local, logre decidir la compra, o sino a través de un marketing intensivo como el tener presencia en redes sociales, blogs, campañas, etc, poder lograr que el cliente vaya. La publicidad por redes sociales tales como Twitter, Facebook e Instagram son fundamental puesto que es el principal medio de comunicación e interacción hoy en día y así se podrá difundir mucho más rápido las actualizaciones y promociones de los productos.

El mercado objetivo está conformado por hombres y mujeres que residan y/o trabajen en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana del nivel socioeconómico A y B entre los 20 a 60 años, de estilo sofisticado, es un segmento mixto que, habitualmente, salen a comer fuera de casa 3 veces al mes, son innovadores en el consumo y se les considera cazadores de tendencias.

Por otro lado, se ha proyectado un programa de ventas de barras libres contemplando un horizonte de evaluación de 5 años (2020-2024). Se realizó la proyección anual de la demanda en base a la frecuencia de compra.

En el flujo de caja económico, se pudo apreciar la rentabilidad en base al resultado de los ingresos y egresos proyectados que se generaron con los recursos propios. Y en el flujo financiero, se analizó la rentabilidad del proyecto en base a los efectos del financiamiento.

Se plantea financiar el activo fijo con un 40% de aporte de accionistas, el capital de trabajo es un 60% de financiamiento y unos 40% de aporte de accionistas, en el caso de los intangibles y de los gastos preoperativos, el aporte de los accionistas es 100%

En relación con la inversión total, el 52.69% del aporte es de los 4 accionistas, y el 47.31% de un préstamo bancario.

Finalmente, se analizó la tasa interna de retorno, la cual se utilizó para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones para el proyecto, ya sean propias o de terceros. En este caso, se obtuvo una tasa interna de retorno modificada económico de 90.93% y una tasa interna de retorno modificada financiera de 98.12%, por lo que el proyecto acepto la inversión de terceros.

2. INFORMACIÓN GENERAL

2.1. DATOS DE LA EMPRESA

2.1.1. Razón Social

“Dulce Adicción S.A.C.”

2.1.2. Nombre Comercial

“Dulce Adicción”

2.1.3. Accionistas y equipo

Tabla 1
Accionistas y participación

ACCIONISTAS	CARRERA	EXPERIENCIA	PARTICIPACIÓN
Dávila Vela, Jean Pierre	Gastronomía	- Atención al cliente - Cocinero - Operaciones de A&B	20%
Julián Hernández, Diego Alonso	Administración	- Finanzas	20%
Loayza Carranza, Julio Daniel	Administración Hotelera	- Front desk/A&B/Auditoria - Revenue Mgt. /Ventas	20%
Raez Meza, Gabriela Andrea	Administración Hotelera	- Ejecutiva de ventas - Atención al cliente/A&B	20%
Sáenz Dongo, Alexandra Milagros	Administración Hotelera	- Atención al cliente/A&B - Front desk/Ventas	20%

Elaboración Propia

2.1.4. Horizonte de Evaluación

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de cinco años: 2020 – 2025, teniendo en cuenta que el año 2019 es el año base preoperativo.

2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CÓDIGO CIU

2.2.1. Actividad Económica

Esta actividad consiste en el servicio de suministro de comida para los clientes, para que se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos (barra libre, autoservicio), para consumir en el local. Abarca la preparación y el servicio de postres para su consumo inmediato.

2.2.2. Código CIU

Código 5610¹: Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.

2.3. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La Dulce Adicción S.A.C. se dedicará a la producción y comercialización de postres nacionales e internacionales enfocados en un sistema de restaurantes barra libre.

¹ Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI):
https://proyectos.inei.gob.pe/CIU/frm_lista_notas.asp?wc_cod=5610

2.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Dulce Adicción S.A.C. es un restaurante con un sistema de barra libre el cual consiste en autoservicio donde los clientes podrán elegir los postres que deseen durante un periodo de tiempo determinado pagando un solo precio.

2.5. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

2.5.1. Por el lado de la oferta

En la actualidad no existe ningún competidor directo que ofrezca barra libre/barra libre de postres. Sin embargo, se consideran como sustitutos todas aquellas dulcerías que ofrecen diversidad de postres como La tiendecita blanca, Manolo, Vlady, Café 347, entre otras como también Sana Tentación.

2.5.2. Por el lado de la demanda

No se tiene estudios recientes en el país acerca del consumo per cápita de pasteles y tortas. Según la última encuesta nacional de presupuestos familiares realizada en el año 2008 por el INEI arrojó que el consumo per cápita de pasteles y tortas era de 1.2 kg².

La elaboración de productos de panadería como panes, galletas, tostadas, bizcochos, tortas, entre otros productos reportó un crecimiento de 4.1% en el primer semestre del 2018 en comparación con el mismo periodo del año anterior, según informó el Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

"El resultado de este sector de la industria alimentaria es una continuación del buen resultado que tuvo en el 2017, en el que la producción creció 3.5%", indicó la SNI.

2.6. ESTRATEGIA GENÉRICA DE LA EMPRESA

De acuerdo con las estrategias genéricas de Porter, Dulce Vida empleará la estrategia de enfoque ya que como el nombre lo indica, se enfocará en un nicho de mercado, debido a que es el único all you can eat de postres.

2.7. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

Misión

Somos una empresa dedicada al servicio de postres mediante un sistema de restaurantes de barra libre que ofrece una gran variedad de postres nacionales e internacionales.

Visión

Transformar la empresa en una gran cadena de barra libre en todo el Perú, ofreciendo una amplia gama de postres siempre con la calidad y sabor que va acompañado con una excelente experiencia y satisfaciendo las necesidades del consumidor a través de una mejora continua.

² INEI – Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares 2008 - 2009

2.7.1. ANÁLISIS FODA DEL SECTOR

Matriz FODA	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atraer nuevos clientes con una nueva propuesta de barra libre de postres tradicionales e internacionales a través de redes sociales frecuentes por el público. 2. Gran afluencia de personas en el sector³. 3. Aprovechar que el mercado de postres está en crecimiento. 4. Las personas usan y buscan información de lugares nuevos a través de redes sociales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de personas diabéticas en Perú según estudio del MINSA⁴. 2. Surgimiento de competencia o modelos similares. 3. Regulación del consumo de azúcar⁵
Fortalezas	FO	FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser la primera barra libre de postres. 2. Existencias múltiples de proveedores de materias prima 3. La población tiene una afición por los postres⁶. 4. Aprovechar que el mercado de postres está en crecimiento. 	<p>(F1; O4) Desarrollar un marketing intensivo a través de redes sociales y estrategias de precio para estos nuevos clientes.</p> <p>(F1; O2) Mayor oportunidad de consumo debido a lo novedoso del servicio y a la cantidad de personas.</p>	<p>(F2; A1) Implementar nuevas opciones de postres.</p>
Debilidades	DO	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tendencia de comer saludable 2. Preferencias por el consumidor a marcas posicionadas. 3. Pérdida de postres tradicionales limeños debido a la falta de conocimiento de estos, a su elaboración e ingredientes⁷ 	<p>(D1; O1) Reemplazo de productos altos en grasas saturadas por una propuesta más saludable.</p> <p>(D3; O3) Colocar los ingredientes, preparación, la historia y origen de los postres a través de carteles o redes sociales.</p>	<p>(D2; A3) Participar en ferias gastronómicas como Mistura con la compañía de líderes de opinión.</p>

³ <https://elcomercio.pe/economia/peru/san-isidro-centro-ejecutivo-lima-moderna-220487>

⁴ <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2069-2.pdf>

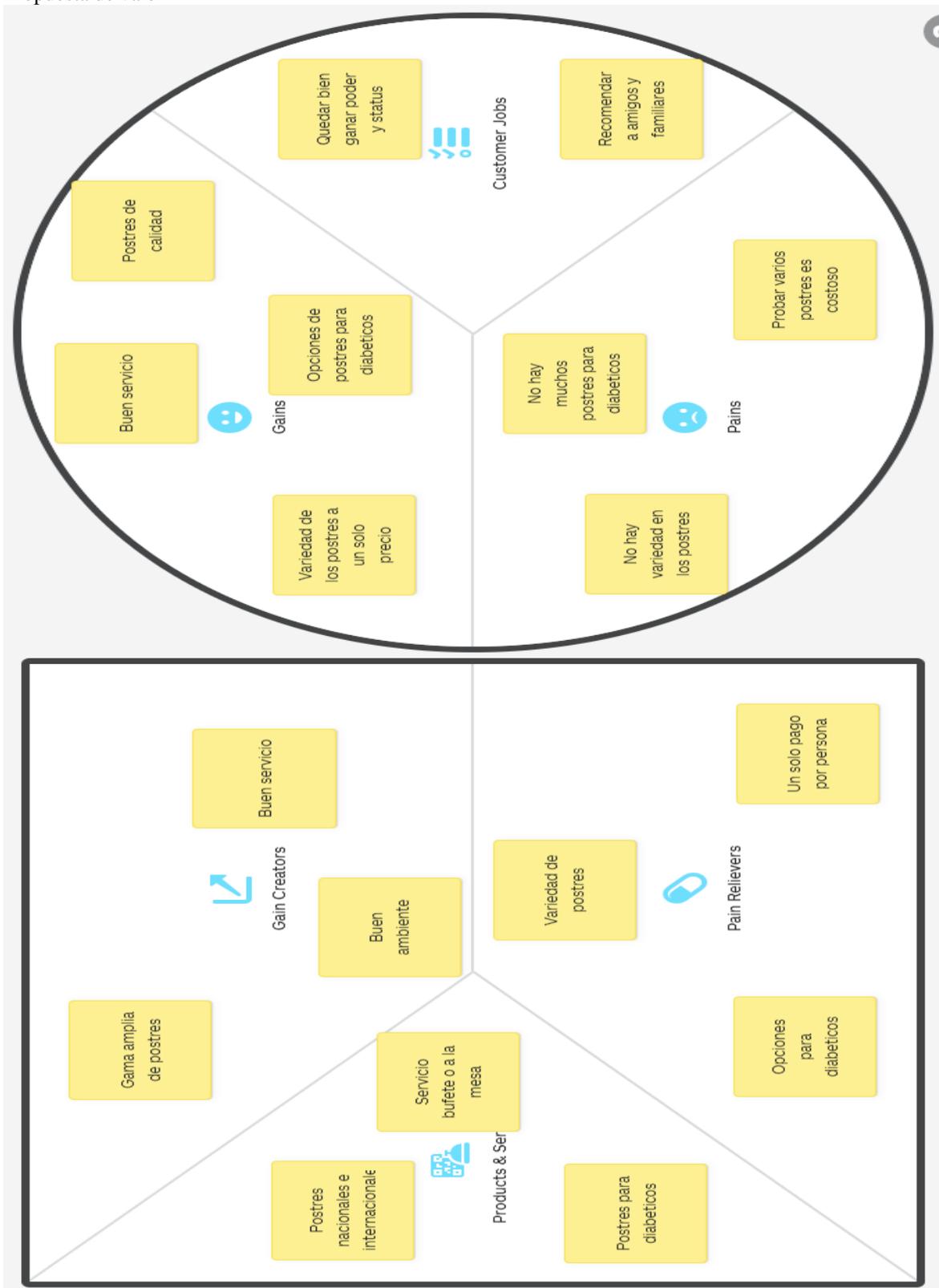
⁵ <https://elcomercio.pe/peru/ley-alimentacion-saludable-consiste-modelo-aprobado-manual-noticia-ecpm-528468>

⁶ <https://diariocorreo.pe/gastronomia/dia-del-dulce-peruano-los-peruanos-somos-dulceros-814291/>

⁷ <https://elperuano.pe/noticia-lima-dulce-59789.aspx>

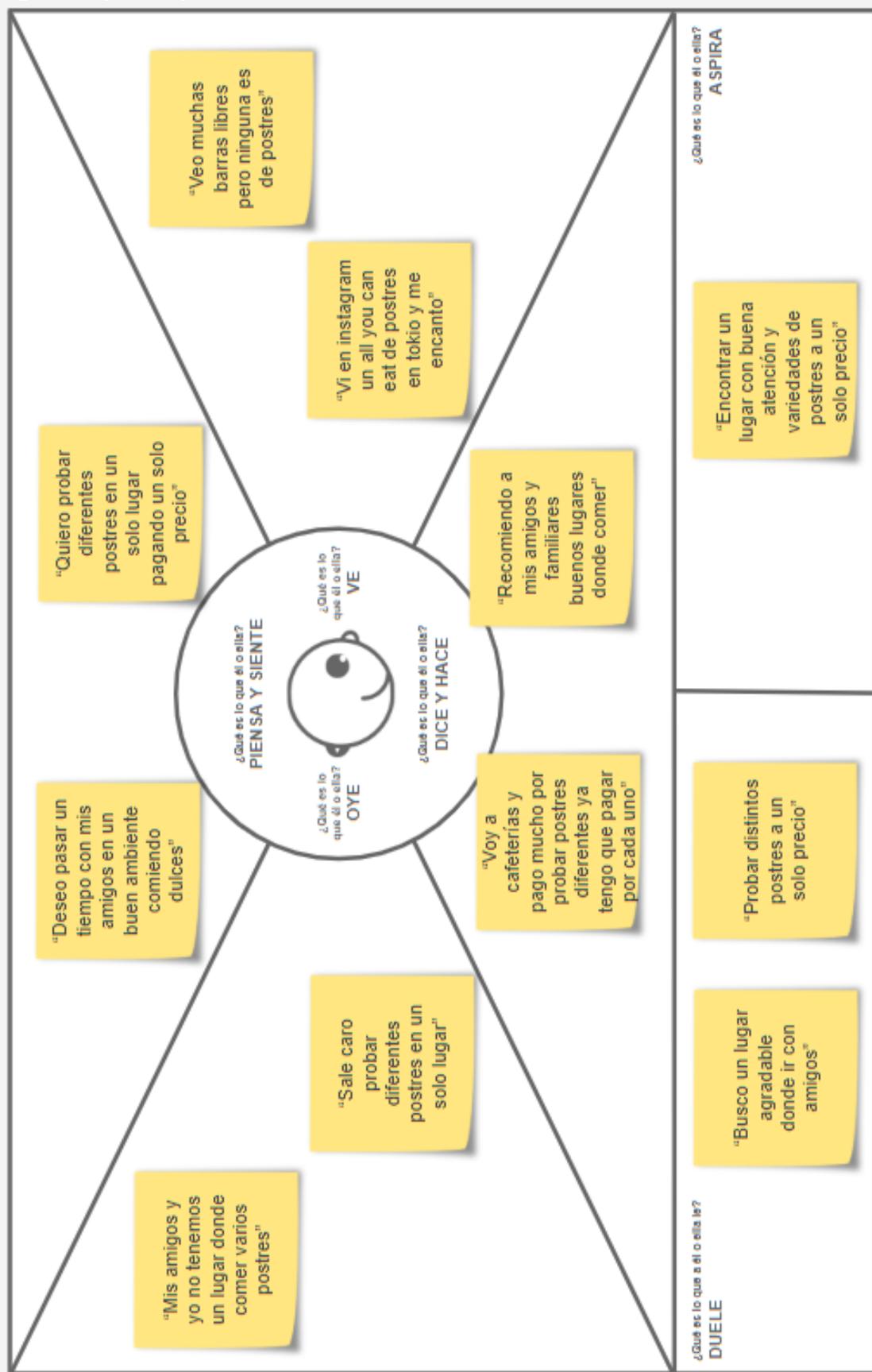
2.8. MAPA DE EMPATÍA

Ilustración 1
Propuesta de valor



Elaboración propia

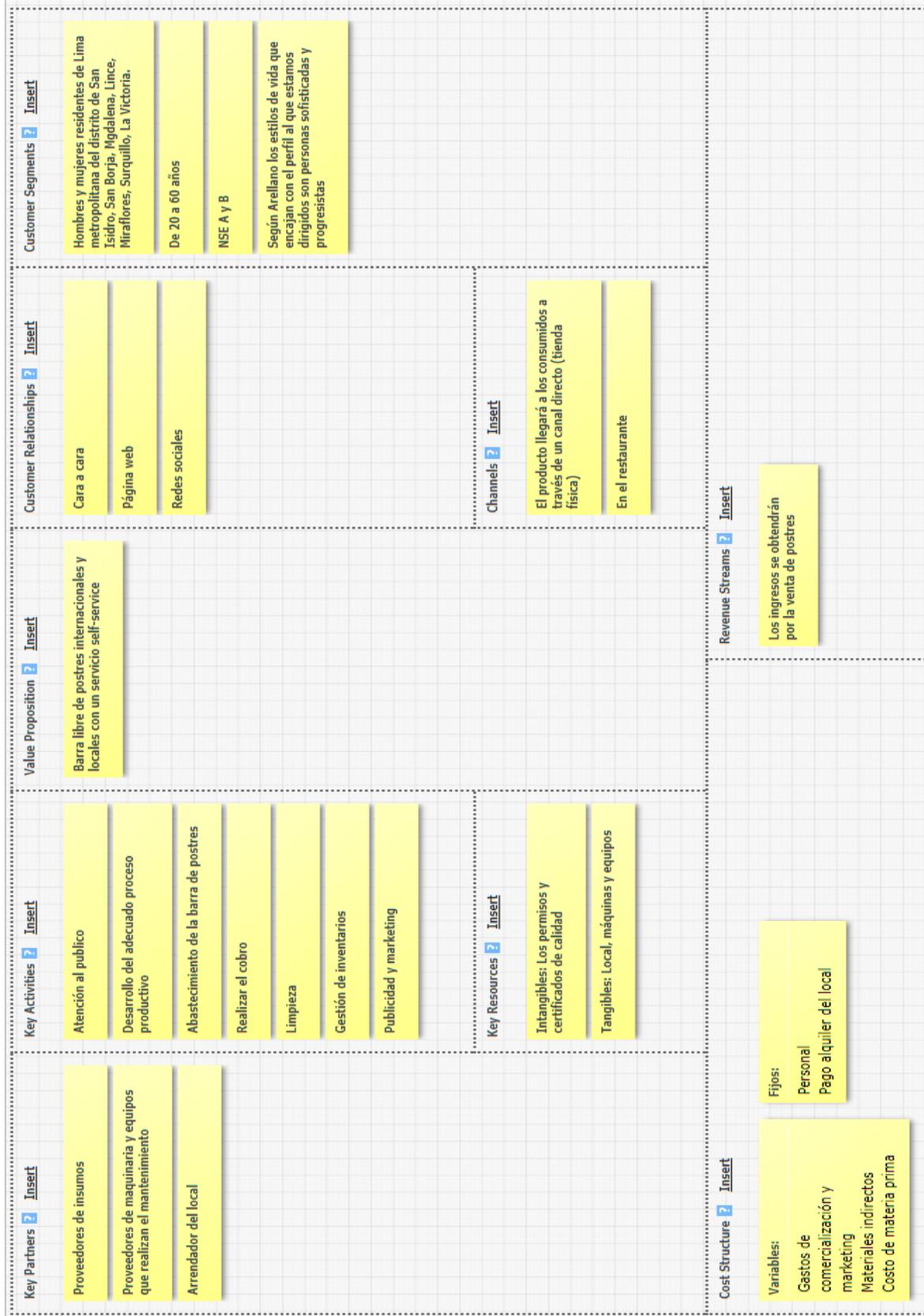
Ilustración 2
Segundo mapa de empatía



Elaboración propia

2.9. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

Ilustración 3
Modelo CANVAS



Elaboración propia

3. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

3.1. CAPITAL, CIUDADES IMPORTANTES, SUPERFICIE Y NÚMERO DE HABITANTES

- País: Perú
- Superficie⁸: La superficie territorial del Perú es de 1 285 215.60 km²
- Número de habitantes en el Perú al 2017⁹: 31 237 385
- Capital: Lima
- Número de habitantes en Lima al 2017: 9 485 405
- Ciudades importantes (con número de habitantes¹⁰ y superficie¹¹):
 - a. Arequipa:
Número de habitantes: 1 382 730
Superficie: 63 345.39 km²
 - b. Trujillo:
Número de habitantes: 1 778 080
Superficie: 25 499.90 km²
 - c. Chiclayo:
Número de habitantes: 1 197 260
Superficie: 14 231.30 km²
 - d. Cusco:
Número de habitantes: 1 205 527
Superficie: 71 986.50 km²

3.2. ENTORNO POLÍTICO – LEGAL: VINCULADOS AL PROYECTO

Según el Reglamento Sanitario de los Alimentos, Decreto Supremo N 007-98SA.

Artículo 36¹²: Las instalaciones de las fábricas de alimentos y bebidas deben tener una distribución de ambientes que evite la contaminación cruzada de los productos por efecto de la circulación de equipos rodantes o del personal y por la proximidad de los servicios higiénicos a las salas de fabricación.

Según el código de protección y defensa del consumidor, según la ley 29571

Artículo 8¹³: Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las

⁸ Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013) Anuario de estadísticas Ambientales. Obtenido de: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1140/cap01.pdf

⁹ Instituto Nacional de Estadística e Informática - <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017*. Obtenido de: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf

¹¹ INEI - https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1140/cap01.pdf

¹² DIGESA: <http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/NORMA%20DE%20PANADERIAS.pdf>

¹³ INDECOPI:

<https://www.indecopi.gov.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>

condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.

Artículo 38.- Prohibición de discriminación de consumidores

38.1 Los proveedores no pueden establecer discriminación alguna por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole, respecto de los consumidores, se encuentren estos dentro o expuestos a una relación de consumo.

38.2 Está prohibida la exclusión de personas sin que medien causas de seguridad del establecimiento o tranquilidad de sus clientes u otros motivos similares.

38.3 El trato diferente de los consumidores debe obedecer a causas objetivas y razonables. La atención preferente en un establecimiento debe responder a situaciones de hecho distintas que justifiquen un trato diferente y existir una proporcionalidad entre el fin perseguido y el trato diferente que se otorga.

3.3. ENTORNO ECONÓMICO: 2014 – 2018

3.3.1. Tasa de crecimiento de la población, ingreso per cápita, PEA y %PEA

3.3.1.1. Tasa de crecimiento de la población

De acuerdo con el boletín especial N° 24 del Instituto Nacional de Estadística e Informática publicado en agosto del 2019, el número de habitantes y la variación porcentual del 2014 al 2018 son los siguientes.

Tabla 2
Tasa de crecimiento de la población

Año	Número de habitantes	Variación del crecimiento anual (%)
2014	29,616,414	0.94%
2015	29,964,499	1.18%
2016	30,422,831	1.53%
2017	30,973,992	1.81%
2018	31,562,130	1.90%

Elaboración propia

Fuente: INEI¹⁴

3.3.1.2. Ingreso per cápita

Según el libro *Perú: Evolución de los indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento, 2007-2018* publicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática en agosto del 2019, el ingreso promedio anual per cápita y la variación porcentual son los siguientes.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) *Perú: Estimaciones y Proyecciones de la población Nacional, por Año calendario y Edad Simple, 1950-2050*. Obtenido de: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1681/

Tabla 3
Ingreso per cápita

Año	Ingresos promedio per cápita	Variación del ingreso per cápita (%)
2014	S/. 1,239.90	4.67%
2015	S/. 1,304.90	5.24%
2016	S/. 1,370.70	5.04%
2017	S/. 1,376.80	0.45%
2018	S/. 1,400.10	1.69%

Elaboración propia
Fuente: INEI¹⁵

3.3.1.3. Población económicamente activa

De acuerdo con el libro *Perú: Evolución de los indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento, 2007-2018* publicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, la población económicamente activa comprende a las personas de 14 años a más que trabajan o están buscando trabajo.

Tabla 4
Población económicamente activa

Año	Población Económicamente	Variación del ingreso per
2014	16,396,400	0.43%
2015	16,498,400	0.62%
2016	16,903,700	2.46%
2017	17,215,700	1.85%
2018	17,462,800	1.44%

Elaboración propia
Fuente: INEI¹³

3.3.2. Balanza comercial: Producto: Importaciones y exportaciones

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) durante los años 2014 al 2018, las exportaciones promedio han sido de 41,091 expresado en millones de dólares mientras que las importaciones alcanzaron un promedio de 38,819.4 expresado en millones de dólares. Se evidencia que durante los años 2014 y 2015 hubo un déficit en la balanza comercial debido a la caída de los precios de los metales y de la ralentización de las inversiones debido a la recesión.

¹⁵ Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) *Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingreso por Departamento 2007-2018*. Obtenido de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1678/libro.pdf

Tabla 5
Balanza comercial

Año	Total de exportaciones	Total de importaciones	Balanza Comercial
2014	39533	41042	-1509
2015	34414	37331	-2917
2016	37020	35132	1888
2017	45422	38722	6700
2018	49066	41870	7196

Elaboración propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú¹⁶

3.3.3. PBI, tasa de inflación, tasa de interés, tipo de cambio y riesgo país

3.3.3.1. Producto bruto interno (PBI)

De acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) el Producto Bruto Interno (PBI) durante los años 2014 al 2018 ha estado en crecimiento lo que significa que ha aumentado el ingreso per cápita y ha disminuido el desempleo. Adicionalmente, esto impulsa a los agentes económicos a usar su dinero en inversiones y el estado incrementa sus ingresos fiscales con lo que puede, gracias a la recaudación de impuestos, dirigir el dinero a las cuentas de gastos.

Tabla 6
Producto Bruto Interno

Año	PBI anual (Dólares)	Variación del PBI anual (%)
2014	\$ 202,342	0.12%
2015	\$ 191,323	-5.45%
2016	\$ 194,662	1.75%
2017	\$ 214,391	10.14%
2018	\$ 225,425	5.15%

Elaboración propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú¹⁷

3.3.3.2. Tasa de inflación

Conforme con los datos recabados del Banco Central de Reserva del Perú, la tasa de inflación del país ha logrado descender considerablemente desde el año 2014 hasta el 2018. Esto significa que los precios han bajado y que es más barato vivir en el Perú o, en otras palabras, aumenta la inversión, el consumo y el apalancamiento.

¹⁶ Banco Central de Reserva del Perú - <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/balanza-comercial>

¹⁷ Banco Central de Reserva del Perú - <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05373BA/html/2013/2018/>

Tabla 7
Tasa de inflación

Año	Tasa de Inflación Anual	Variación porcentual (%)
2014	3.2	10.34%
2015	4.4	37.50%
2016	3.2	-27.27%
2017	1.4	-56.25%
2018	2.2	57.14%

Elaboración propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú¹⁸

3.3.3.3. Tasa de interés

De acuerdo con la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) la tasa de interés de moneda nacional tuvo un ligero incremento hasta el año 2016 lo que retuvo la inversión hasta el siguiente año que bajó hasta un 15.78% y siguió disminuyendo hasta un 14.37%, generando disposición a pedir préstamos y a invertir. Mientras que la tasa de interés de moneda extranjera ha mantenido su tasa baja hasta un 7.85% en el 2018, logrando que la inversión y el endeudamiento en moneda extranjera también sea viable para los inversionistas.

Tabla 8
Tasa de interés

Año	Tasa de interes MN	Variación porcentual (%)	Tasa de interes ME	Variación porcentual (%)
2014	16.26%	1.50%	7.60%	-4.52%
2015	16.26%	0.00%	7.89%	3.82%
2016	17.91%	10.15%	7.46%	-5.45%
2017	15.78%	-11.89%	6.66%	-10.72%
2018	14.37%	-8.94%	7.85%	17.87%

Elaboración propia

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP¹⁹

3.3.3.4. Tipo de cambio

Conforme lo indicado por el BCRP, el tipo de cambio ha incrementado desde el año 2014 con un tipo de cambio de 2.962 soles por dólar hasta llegar a 3.364 soles por dólar en el año 2018. Esto significa que el valor del dólar ha aumentado en comparación con la de sol que ha ido cayendo lo que dio la oportunidad de endeudarse en soles o cambiar dólares a soles.

¹⁸ Banco Central de Reserva del Perú - <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>

¹⁹ Superintendencia de Banca, seguros y AFP -

<http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPportal/Paginas/TIActivaMercado.aspx?tip=B>

Tabla 9
Tipo de cambio

Año	Tipo de cambio (Compra de dólares)	Variación del tipo de cambio (%)
2014	S/. 2.962	6.4%
2015	S/. 3.383	14.2%
2016	S/. 3.395	0.4%
2017	S/. 3.246	-4.4%
2018	S/. 3.364	3.6%

Elaboración propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú²⁰

3.3.3.5. Riesgo país

Según los datos que se obtuvieron del BCRP, desde el año 2014 los puntos básicos han disminuido hasta los 147 puntos básicos en el año 2018. Esto significa que el riesgo de inversión es menor y más seguro para aquellos que quieran invertir en el Perú.

Tabla 10
Riesgo país

Año	Promedio anual Riesgo País	Variación porcentual (%)
2014	162	1.89%
2015	201	24.07%
2016	200	-0.50%
2017	145	-27.50%
2018	147	1.38%

Elaboración propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú²¹

3.4. ENTORNO SOCIO – CULTURAL: TENDENCIAS

El estudio de The Nielsen Company (US) llamado: Estudio Global sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar realizado en el año 2015 donde se encuestaron más de 30.000 usuarios de Internet en 61 países en Asia Pacífico, Europa, América Latina, Medio Oriente, África y América del Norte, indicó que los peruanos son los segundos consumidores que más comen fuera de su casa durante la semana, con 42% de los encuestados a favor, estos afirman comer fuera de casa 2 o 3 veces al mes, ubicando al país como uno de los que llevan a cabo esta práctica con más frecuencia, pues ya no reservan la comida fuera para las ocasiones especiales, se trata de una forma de vida.²²

²⁰ Banco Central de Reserva del Perú - <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05309PA/html/2013/2018/>

²¹ Banco Central de Reserva del Perú -

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01129XM/html/2013-1/2018-12/>

²² <https://www.nielsen.com/pe/es/insights/report/2016/Que-hay-en-nuestra-comida-y-en-nuestra-mente/>

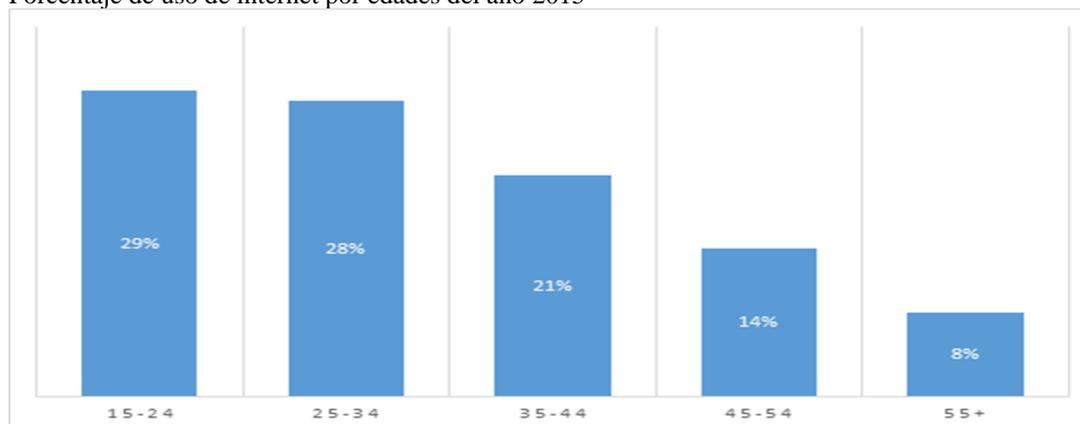
Puratos, empresa generadora de insumos para panadería, presentó un informe llamado Taste Tomorrow, Tendencias de consumo para mejorar negocios de panaderías y pastelerías. Este informe estaba basado en una investigación realizada a más de 11.000 consumidores en 25 países para saber los comportamientos de compra y actitudes que permiten innovar en el mercado. El estudio indicó que los consumidores de postres prefieren un postre con insumos de calidad y una excelente preparación, siendo este un factor externo con mayor influencia en la decisión de consumo. Otro punto que la investigación permitió averiguar es que los consumidores de todo el mundo muestran un claro deseo de probar nuevos conceptos e ideas innovadoras, al mismo tiempo que disfrutaban de sabores familiares y tradicionales. Además, el estudio señaló que los consumidores demuestran un claro interés por la panadería, pastelería y chocolatería que combinan conceptos con experiencias sensoriales únicas ya que el consumidor busca vivir una experiencia hogareña en estos establecimientos.²³

3.5. ENTORNO TECNOLÓGICO: TENDENCIAS

Marí Ainize Sologuren Verne (2013) en sus tesis: El social media marketing para potenciar una empresa nos indica que en las últimas décadas, la tecnología ha influenciado en las tendencias de los consumidores peruanos para obtener información de un producto o servicio en particular, incluyendo la comercialización de este. Una de las herramientas tecnológicas son las redes sociales, conformada por las páginas web personalizadas, blogs, entre otros; los cuales juegan un papel importante en la promoción y comercialización de bienes y servicios.

Esto se debe a que los medios sociales permiten una nueva forma de interacción, donde la comunicación no solo se da desde la empresa hacia el consumidor final, este último cuenta con conocimientos del mercado, ofreciendo un feedback positivo o negativo de acuerdo con la experiencia con el producto o marca.²⁴

Tabla 11
Porcentaje de uso de internet por edades del año 2015



Elaboración propia
Fuente: ComScore²⁵

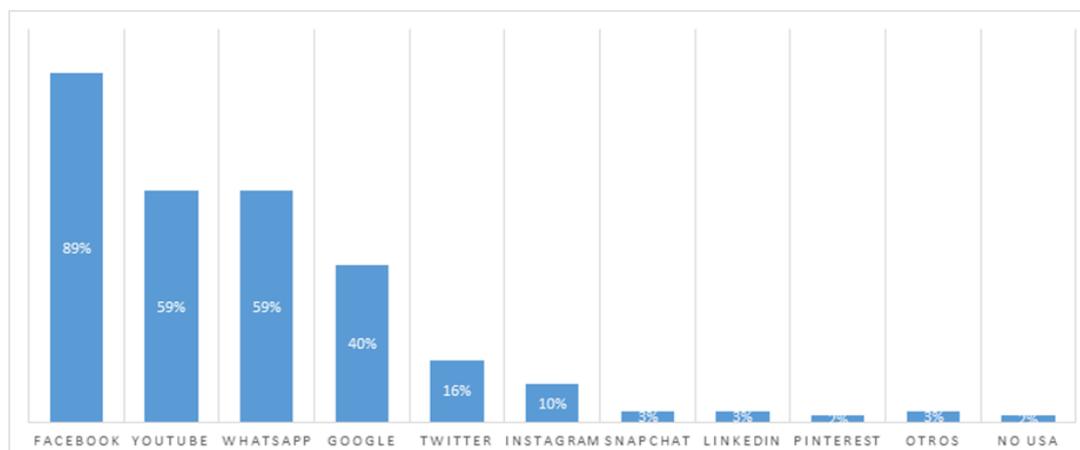
²³ <https://www.puratos.es/es/consumer-insights/taste-tomorrow>

²⁴ Marí Ainize Sologuren Verne (2013) *El social media marketing para potenciar una empresa*

http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/303411/1/sologuren_vm-pub-delfos.pdf

²⁵ ComScore - Futuro Digital 2015

Tabla 12
Porcentaje de las redes sociales en el Perú del año 2017



Elaboración propia

Fuente: Growth for Knowledge²⁶

3.6. ENTORNO ECO – AMBIENTAL: TENDENCIAS Y NORMAS

Actualmente las empresas deben incorporar en su gestión y estrategias la protección del medio ambiente, reducir la emisión de dióxido de carbono, la preservación de los recursos naturales no renovables, además de implementar una cultura de reutilización de los recursos (reciclaje), de esta manera poder cuidar el medio ambiente y lograr un desarrollo empresarial sostenible.

Además, en la actualidad el consumidor valora cada vez más a las empresas que ofrecen productos y servicios que sean concebidos con responsabilidad ambiental. Pues según el informe de estadísticas ambientales publicado por INEI, la concentración de material articulado el cual contamina el aire se asocia con la mortalidad 33 debido a enfermedades cardiovasculares, cáncer del pulmón, infecciones respiratorias agudas, asma, y los afectos nocivos en el embarazo.

Por lo mencionado, las empresas no solamente deben considerar dentro de sus estrategias minimizar el impacto que ocasionan en el medio ambiente, si no también realizar acciones que ayuden a revertir y prever el daño a nuestros recursos naturales, ello podrá ser un primer paso para crear valor compartido.

4. ASPECTOS DEL MERCADO

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1.1. Criterios de segmentación y marco muestral

4.1.1.1. Criterios de segmentación

Para la realización de la segmentación del presente proyecto, es importante determinar los factores que afectan las decisiones de los consumidores al momento de realizar una compra por producto o servicio. Se tomaron en cuenta los siguientes criterios.

²⁶ GFK: Growth for knowledge – Informe de internet 2017-Digital Marketing Toolkit Perú <https://www.gfk.com/es-pe/insights/press-release/informe-de-internet-digital-marketing-toolkit-peru/>

- Segmentación geográfica

Para el presente proyecto, se determinó la segmentación geográfica con la ayuda del estudio realizado por la Asociación Peruana de Empresas de investigación de Mercados (APEIM) llamado “*Niveles Socioeconómicos 2018*”²⁷. Mediante este, se seleccionó las zonas 6 y 7 que representan los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena del Mar, San miguel y Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina, respectivamente.

Según el estudio realizado por APEIM, las personas del nivel socioeconómico A y B son abundantes en estas zonas. Siendo 14.4% (zona 6) y 34.6% (zona 7) para el nivel A y 56% (zona 6) y 46.4% (zona 7), para el nivel B.

- Segmentación demográfica

Para el siguiente proyecto, se seleccionaron hombres y mujeres de los niveles socioeconómicos A y B entre los 20 – 60 años.

- Segmentación psicográfica

Según Arellano Marketing, de los 6 estilos de vida de las personas²⁸, “los sofisticados”, es un segmento mixto que, habitualmente, salen a comer fuera de casa 3 veces al mes, son innovadores en el consumo y se les considera cazadores de tendencias.

Por tal motivo, para el presente proyecto se estableció como público objetivo a las personas consideradas como “sofisticados”.

4.1.1.2. Marco Muestral

De acuerdo con los criterios de segmentación seleccionados, el proyecto está dirigido a hombres y mujeres que residan y/o trabajen en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana del nivel socioeconómico A y B entre los 20 a 60 años.

4.1.2. Tipos de Investigación

4.1.2.1. Exploratoria: Entrevistas a profundidad y entrevista a consumidores potenciales

4.1.2.1.1. Entrevistas a profundidad

Entrevista a profundidad N° 01

Objetivo general

- Adaptar la idea de negocio a la realidad del mercado, específicamente orientado al negocio de las pastelerías.

²⁷ Asociación Peruana de Empresas de investigación de Mercados [APEIM] (2018) *Niveles Socioeconómicos 2018*. Obtenido de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>

²⁸ Arellano Marketing – Los 6 estilos de vida de las personas. Obtenido de: <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

Objetivos específicos

- a) Identificar el nivel de competitividad en el mercado de pastelerías. (Pregunta 5, 6 y 7)
- b) Establecer las barreras de entrada y salida del negocio de las pastelerías. (Pregunta 3, 8, 9 y 10)
- c) Determinar los costos de un negocio de pastelería. (Pregunta 11)

Datos del entrevistado

- Nombre: Mariam Osorio
- Pastelería Don Pedrito
- Cargo: Administradora

Cuestionario

1. ¿Cuál es la historia detrás de su pastelería?
2. ¿Qué la motivó a iniciar un negocio de pastelería y no de otra índole?
3. ¿Cuáles fueron los principales problemas que enfrentó la pastelería al inicio?
4. ¿Qué problemas enfrenta hoy en día?
5. ¿El negocio de la pastelería es muy competitivo? ¿Por qué?
6. ¿Cuáles considera que son sus principales competidores?
7. ¿Quiénes considera que son los líderes del mercado actualmente?
8. ¿Cree que es difícil ingresar al mercado de las pastelerías?
9. ¿Cuáles cree que son los principales obstáculos para comenzar un negocio de pastelería?
10. Si usted quisiera dejar el mercado de pastelerías, ¿cree que sería muy complicado salir del mercado?
11. Actualmente, ¿Cuáles son las principales fuentes de sus costos?
12. ¿Cuáles cree que serían las dificultades de iniciar un negocio de barra libre de postres desde la perspectiva de su experiencia en pastelerías?

Conclusiones

- La entrevistada indicó que, hoy en día, la competitividad en el mercado de pastelerías es muy alto ya que es muy común comenzar un negocio de pastelería y es muy fácil también. (Objetivo específico a.)
- Únicamente mencionó que las barreras de entrada era temas legales con la municipalidad y los permisos de funcionamiento lo que podría complicar el poder ingresar en el mercado. De igual forma, las barreras de salida no eran complicadas ya que iba a depender de las complicaciones financieras que tuviera el dueño con respecto a su pastelería. (Objetivo específico b.)
- Finalmente, señaló que los costos actuales de su pastelería era aproximadamente 8000 soles, costos que involucran compra de insumos, pago de proveedores, servicios de luz y agua, y pago de personal. (Objetivo específico c.)

Entrevista a profundidad N° 2

Objetivo General

- Obtener con mayor claridad el tipo de negocio en donde se piensa incursionar, entendiendo detalles de la pastelería profesional.

Objetivos Específicos

- a) Entender el comportamiento del consumidor de postres, gustos, preferencias. (Preguntas 4,7,10 y 14)
- b) Conocer la competencia en el mercado al que nos queremos dirigir. (Preguntas 6 y 16)
- c) Analizar la posible aceptación del público para con esta nueva propuesta de negocio, ofreciendo un concepto innovador en referencia a la elaboración de postres. (Pregunta 18)
- d) Percibir cuales son los postres más atractivos por el público (Pregunta 9 y 11)

Datos de la entrevistada

- Nombre completo: Julisa Schaeffer Manrique
- Profesión: Chef Pastelera
- Institución: Universidad San Ignacio

Cuestionario

1. ¿Cómo y cuándo empezó su gusto o interés por la pastelería?
2. ¿Cómo así decidiste dedicarte de lleno a esta interesante carrera?
3. ¿Qué le motivó a seguir en este sacrificado oficio?
4. Consideras que el peruano promedio es dulcero
5. Dos cosas que te apasionan y dos que te decepciones del rubro de la pastelería
6. Consideras que existe mucha competencia en, cómo lo manejan
7. ¿Cuáles cree usted que son las tendencias en la pastelería en este año 2019?
8. Qué es lo que consideras más importante a la hora de elaborar un postre
9. ¿Qué postres considerarías de mayor elección por los peruanos?
10. ¿Cuáles crees que son los sabores más recomendables para un postre o torta?
11. ¿Qué opinas respecto a la pérdida de identidad al ir perdiendo cierto interés por postres tradicionales?
12. ¿Por qué crees que ocurra?
13. ¿Cuáles rescatarías? y ¿Por qué?
14. ¿Cuál crees que sea el estado de la repostería creativa en nuestro país?
15. De qué forma usted contribuye con el medio ambiente o genera algún tipo de sostenibilidad de cualquier tipo. Explique
16. ¿Qué puede decirnos de nuestros profesionales en la actualidad?
17. Coméntame alguna amenaza o problema que puedas percibir en tu rubro y como se podría solucionar

18. Qué opinas acerca de tener un negocio de All you can eat netamente de postres.

Conclusiones

- Nos confirmó la gran aceptación que tiene el peruano promedio para con los dulces y postres, considera que es más fácil venderle algo que ya conocen a algo nuevo por conocer. (Objetivo Especifico a)
- Reconoce la pérdida de algunos postres debido a la falta de conocimiento y también falta de promoción que puedan tener ya que muchas veces no resultan los más llamativos a simple vista y en costos. (Objetivo Especifico d)
- Consciente de la competencia que existe en rubro de la pastelería por ende considera mantenerse actualizado y predispuesto a nuevos cambios. (Objetivo Especifico b)
- Sobre el producto, le pareció una excelente idea sobre todo el promover postres tradicionales e internacionales que al relacionarlos con la identidad se pueda lograr una aceptación por parte del consumidor. (Objetivo Especifico c)
- Finalmente aconsejo respetar los todos los procesos de producción, comercialización, respetando estándares, asegurando que esa es la clave para los buenos resultados en el establecimiento. (Objetivo Especifico b)

Entrevista a profundidad N° 03

Objetivo general

- Conocer como es el mercado con respecto a opciones como lo es un all you can eat y entendiendo detalles de esta nueva tendencia.

Objetivos Específicos

- a) Entender el comportamiento del consumidor de postres, gustos, preferencias. (Pregunta 4, 8 y 12)
- b) Saber cómo es el manejo de este negocio (Pregunta 9, 10, 11, 14 y 15)
- c) Manejo de soluciones a problemas internos y externo (Pregunta 5, 6, 7, 13 y 16)

Datos de la entrevistada

- Nombre completo: Carlos Espinoza
- Profesión: Administrador
- Institución: Mastodonte All you can eat

Cuestionario

1. ¿Cómo y cuándo empezó su interés por este rubro?
2. ¿Cómo así decidiste dedicarte de lleno a esta interesante carrera?
3. ¿Qué le motivó a seguir en este sacrificado oficio?
4. ¿Consideras que el peruano suele comer en grandes cantidades?
5. ¿Cuál ha sido el principal problema al momento de tener un all you can eat?

6. ¿Cómo has solucionado estos problemas?
7. ¿Consideras que existe mucha competencia en el sector?, ¿cómo lo manejan?
8. ¿Cuál cree es que el perfil de los clientes que lo visitan?
9. ¿Qué opina de esta nueva modalidad que es el all you can eat?
10. ¿Consideras que tu personal es de alta importancia?
11. ¿Consideras que el concepto de un all you can eat es una tendencia pasajera?
12. ¿Qué crees que es lo que más valora un cliente cuando asiste al local?
13. ¿Cómo suelen manejar cuando se quedan sin algún producto clave para la elaboración?
14. ¿Qué suelen hacer los días de poca fluidez en el restaurante?
15. De qué forma usted contribuye con el medio ambiente o genera algún tipo de sostenibilidad de cualquier tipo. Explique
16. Coméntame alguna amenaza o problema que puedas percibir en tu rubro, y cómo se podría solucionar.

CONCLUSIONES

- Confirmó la gran aceptación que tiene el peruano promedio para conocer nuevas opciones de comida. (Objetivo Específico a)
- Es consciente que a la mayoría de estos lugares acuden en grandes masas por lo que el volumen de ventas es altamente reconocido (Objetivo Específico a)
- Se tienen que fijar estrategias para días más bajos, ya que generalmente hay mayor fluidez de personas los fines de semana, por lo que usan promociones y descuentos por redes sociales para cautivar a los clientes. (Objetivo Específico c)
- Muchas veces las penalidades generar ingresos ya que las personas sienten que pueden consumir absolutamente todo y a las finales llegan a pagar más simplemente por la ansiedad que les causó probar todo lo hay en la carta. (Objetivo Específico b)
- Finalmente, aconsejó que siempre se deba tener controlado el inventario y tener lo suficiente de stock para que los pedidos de los clientes salgan de la cocina mucho más rápido y no estén esperando mucho tiempo ya que de ahí se pueden recibir muchas quejas (Objetivo Específico c)

4.1.2.1.2. *Entrevista a consumidores potenciales*

Se realizaron seis encuestas a profundidad para poder conocer la percepción, hábitos de compra y expectativas para nuestra idea de negocio.

Objetivo Central

- Conocer a nuestro público objetivo

Objetivos Específicos

- Conocer su comportamiento referente al consumo de postres
- Conocer el hábito de compra
- Analizar las motivaciones de compra

- Analizar la posible aceptación del público para con esta nueva propuesta de negocio

Cuestionario:

Preguntas objetivo específico 1

1. Mencione las pastelerías a que se le ocurre en este momento
2. ¿Qué variedades de postres conoces?
3. De las mencionadas, ¿cuáles son las que sueles comer?
4. ¿Has comido postres tradicionales de lima?
5. Menciona cuántos de ellos conoces
6. ¿Te gustan más los postres nacionales o internacionales?

Preguntas objetivo específico 2

7. ¿Qué es lo que te llama más la atención cuando vez un postre?
8. ¿Con qué frecuencia vas a una pastelería?
9. ¿Cuántos postres comes usualmente?
10. ¿Cuánto gasta en promedio por vez de consumo?
11. ¿Qué postres sueles comer ahí?
12. ¿Cuál es tu principal motivación para comer postres?
13. ¿Qué medio de pago utilizan para pagar?
14. ¿Por qué medios de comunicación normalmente te enteras de las ofertas y promociones?

Preguntas objetivo específico 3

15. ¿Cuáles son las razones por las que consumes postres?
16. ¿Qué es lo que te llama más la atención cuando vez un postre?
17. ¿Qué es lo primero que tiene en cuenta al momento de comprar un postre?
18. ¿Influye el precio en la elección de su compra? ¿en qué casos? (ofertas y promociones)

TEST DE SERVICIO

Nuestro proyecto consiste en un all you can eat de postres llamado “Dulce Adicción” en el que usted podrá comer todos los postres ya sean nacionales y tradicionales de antaño o internacionales que desee en diferentes porciones a un solo precio, todo en el mismo lugar con excelente calidad y servicio, por lo tanto:

Preguntas objetivo específico 4

19. ¿Le agradecería la idea? ¿Por qué?
20. ¿De forma le gustaría que sea el servicio?
21. ¿Le gustaría que la atienda a la mesa o servirse usted mismo (a)?
22. ¿Cuántos postres comerías?
23. ¿A qué hora irían a este local?
24. ¿Con quienes irías a este lugar?

25. ¿De qué tamaño le gustaría que fueran las porciones?
26. ¿Le gustaría que haya postres tradicionales como...?
27. ¿Le gustaría que alrededor de cada producto este la historia del postre?
28. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?
29. ¿Cómo le gustaría que esté decorado el local?
30. ¿Qué recomendaciones daría para mejorar este servicio?
31. ¿En qué medios de comunicación le gustaría enterarse de este servicio?
32. ¿Con qué frecuencia iría a este lugar?
33. ¿Le gusta el logo de este negocio?

FASE DE DESPEDIDA

Estamos concluyendo con la entrevista por lo tanto me gustaría saber si hay algo que quieras compartir o comentar, posiblemente de algo que no se haya preguntado.

Le agradezco mucho por haberme brindado su tiempo y valoro mucho su opinión que nos ha compartido. Muchas gracias.

Entrevistado N°1:

- Nombre: Daniel Muñoz
- Profesión: Estudiante
- Empresa: UPC San Isidro

Conclusiones:

Objetivo específico 1 (Conocer su comportamiento referente al consumo de postres): Nos dimos cuenta en esta entrevista que las personas tienen en mente muchas pastelerías y diferentes variedades de postres en Lima es muy común comer postres nacionales y tradicionales.

Objetivo específico 2 (Conocer el hábito de compra): van una vez a la semana a pastelerías para darse un gusto gastan en promedio 10 soles por postre y utilizan redes sociales.

Objetivo específico 3 (Analizar las motivaciones de compra): La imagen es un factor muy importante al igual que la calidad a la hora de escoger el postre que van a consumir.

Objetivo específico 4 (Analizar la posible aceptación del público para con esta nueva propuesta de negocio): La idea de all you can eat es gratamente acogida debido a su innovación, el servicio preferido es buffet, no a la mesa, ya que no les gusta esperar tanto para comer, comerían en promedio 7 pequeñas porciones, yendo en la tarde con amigos. La idea de poner historia de los postres es muy apreciada, el precio por pagar sería entre 30 y 40 soles, la variedad de postres es esencial al igual que el servicio.

Entrevistado N°2:

- Nombre: Ana Lucia Figueroa

- Profesión: Abogada
- Empresa: En San Isidro

Conclusiones:

Objetivo específico 1 (Conocer su comportamiento referente al consumo de postres): Podemos concluir luego de la entrevista que las variedades de postres que consumen son grandes, con un gusto por los nacionales, la decoración del postre es importante para llamar su atención

Objetivo específico 2 (Conocer el hábito de compra): el consumo promedio en pastelerías una vez por semana comiendo 3 postres y gastando en promedio 50 soles. Les gusta mucho el dulce, utilizan visa como medio de pago, se enteran de las promociones en internet

Objetivo específico 3 (Analizar las motivaciones de compra): al comprar un postre lo primero que le llama es la vista y no tanto el precio.

Objetivo específico 4 (Analizar la posible aceptación del público para con esta nueva propuesta de negocio): La idea de all you can eat le gusta por la variedad de postres el tipo de servicio preferido es buffet, iría en la tarde con familia y amigos, el precio a pagar en promedio sería entre 30 y 40 soles, la decoración del local debe ser acogedor con colores vivos y con muchas plantas, la calidad es importante al igual que la atención, la frecuencia de consumo sería de cada 15 días.

Entrevistado N°3:

- Nombre: Antonio Romero
- Profesión: Administrador
- Empresa: Repsol (Vive en San Borja)

Conclusiones

Objetivo específico 1 (Conocer su comportamiento referente al consumo de postres): Luego de esta entrevista podemos afirmar que las cafeterías y panaderías también están en la mente del consumidor a la hora de pensar en postres, el gusto es más por postres nacionales, también consumen postres salados como pastel de acelga.

Objetivo específico 2 (Conocer el hábito de compra): pagan con tarjeta de preferencia visa

Objetivo específico 3 (Analizar las motivaciones de compra): la razón para consumir postres es por gusto o por que le provoca, la frescura del postre es un factor muy importante

Objetivo específico 4 (Analizar la posible aceptación del público para con esta nueva propuesta de negocio): Encontrar muchos postres en un solo lugar les parece una excelente idea, al igual que la idea de poner una reseña de cada postre para así culturizarse un poco más acerca de lo que comemos.

Entrevistado N°4:

- Nombre: Andrea Benítez
- Profesión: Estudiante
- Empresa: UPC San Isidro

Podemos concluir luego de la encuesta que la marca está siempre presente en el pensamiento del consumidor y que las propuestas innovadoras de postres son aceptadas de manera satisfactoria sin embargo se pregunta muchas veces que es lo que contiene el producto, ya que no todas las empresas suelen prepararlo de la misma manera por lo que se sugirió que los postres llevarán esto en algún lado. También que los postres no sean muy grandes ya que se puede llegar a empalagar. Por otro lado, la reposición de postres es algo importante para los clientes ya que no les gusta esperar mucho y pierden interés por consumir.

Entrevistado N°5:

- Nombre: Nadienka Bolaños
- Profesión: Abogada
- Empresa: BCP San Isidro

Luego de esta entrevista podemos afirmar que cuando se mencionó los postres tradicionales se conocía algunos de ellos por recuerdos de su infancia, ya que vieron que fueron preparados por sus familiares pero que sin embargo cuando se les antoja tiene que ser preparado por ellos mismos, ya que no es fácil encontrarlos en pastelerías o cafeterías. Por otro lado, se mencionó, que la presentación es un factor importante ya que llamaba a querer probarlo y conocer más de ese producto. Finalmente comentó que a veces resulta muy incómodo preguntar que contiene cada producto que no haya probado o visto antes, por lo que de la misma forma se sugirió que pueda tener un cartel en que se tenga la descripción de este.

Entrevistado N°6:

- Nombre: Iván Arauco
- Profesión: Chef
- Empresa: Vip Burger (Vive en San Borja)

Nos dimos cuenta en esta entrevista que se opta mucho salir en familia o con amigos para disfrutar un buen momento y más si es para comer por volumen, ya que esto hace que en ese instante se intercambien recomendaciones y se vuelva a consumir el servicio.

4.1.2.2. Cuantitativa – Descriptiva: Método de encuestas

4.1.2.2.1. Muestra (Tamaño y cuotas)

El tamaño de muestra son el número de elementos muestrales que se incluyen en el estudio. Para el siguiente trabajo se asumirán los siguientes datos.

- Nivel de confianza (Z): 92%
- Margen de error (E): 8%
- Probabilidad de éxito (P): 70.5%
- Probabilidad de fracaso (Q): 29.5%

Por lo tanto, el resultado obtenido es de 100 encuestas con el cual se asignará la cuota correspondiente para nivel socioeconómico y edad.

Los niveles socioeconómicos están representados por los niveles socioeconómicos A y B de las zonas 6 y 7 mientras que las edades se establecieron en un rango de 20 a 60 años. Los datos obtenidos fueron

proporcionados por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados ²⁹.

Tabla 13
Nivel Socioeconómico A y B según la zona

Zona	NSE		Total
	NSE A	NSE B	
Zona 6	16.20%	58.10%	74.30%
Zona 7	35.90%	43.20%	79.10%

Elaboración propia

Tabla 14
Edades por zona

Edad	Zona	
	Zona 6	Zona 7
20 - 25	11.90%	10.90%
26 - 30	7.20%	9.00%
31 - 35	7.20%	6.20%
36 - 45	13.60%	13.50%
46 - 60	12.20%	14.20%
Total	52.10%	53.80%

Elaboración propia

Con la finalidad de asignar la cuota según nivel socioeconómico y por edades, se procedió a ajustar los porcentajes, de tal forma que se obtenga una distribución exacta de las encuestas.

Tabla 15
Nivel socioeconómico por zona ajustado

Zona	NSE ajustado		Total
	NSE A	NSE B	
Zona 6	21.80%	78.20%	100%
Zona 7	45.39%	54.61%	100%

Elaboración propia

Tabla 16
Edades según zona ajustado

Edad Ajustada	Zona	
	Zona 6	Zona 7
20 - 25	22.84%	20.26%
26 - 30	13.82%	16.73%
31 - 35	13.82%	11.52%
36 - 45	26.10%	25.09%
46 - 60	23.42%	26.39%
Total	100%	100%

Elaboración propia

²⁹ APEIM - http://dashboard.apeim.com.pe/Webdashpersonas4_2.aspx

Con los datos del nivel socioeconómicos y de las edades, se parte por definir la población disponible para el año base (2019) para el presente proyecto y posteriormente, designar las cuotas correspondientes.

Tabla 17
Población disponible del año base según zona

Zona	2019	NSE A y B	Edad 20 - 60	Población potencial	%
Zona 6	442,714	74.30%	52.10%	171,376	35%
Zona 7	758,688	79.10%	53.80%	322,866	65%
Total				494,242	100%

Elaboración propia

Finalmente, se asigna la cuota correspondiente para los niveles socioeconómicos A y B y las edades ajustados.

Tabla 18
Cuota por nivel socioeconómico

Zona	Encuestas	NSE A	NSE B
Zona 6	35	8	27
Zona 7	65	30	36

Elaboración propia

Tabla 19
Cuota por edades

Zona	Encuestas	Edad				
		20 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 45	46 - 60
Zona 6	35	8	5	5	9	8
Zona 7	65	13	11	8	16	17

Elaboración propia

4.1.2.2.2. Formato del cuestionario

Cuestionario

Buenos días/tardes/noches, somos alumnos de las Universidad San Ignacio de Loyola y se está realizando un estudio de mercado sobre la propuesta de negocio de una barra libre de postres nacionales/tradicionales e internacionales. A continuación, se le presentará una serie de preguntas. Por favor, conteste con sinceridad y muchas gracias por su ayuda.

Sección 1: Preguntas generales

1. ¿Qué edad tiene?
 - a) De 18 a 25 años
 - b) De 26 a 35 años
 - c) De 36 a 45 años
 - d) De 46 a 60 años
 - e) Ninguna de las anteriores
2. ¿En qué distrito reside y/o trabaja actualmente?
 - a) San Isidro
 - b) San Borja
 - c) Magdalena del Mar
 - d) Lince
 - e) Miraflores
 - f) Surquillo
 - g) La Victoria
 - h) Otro distrito
3. ¿Cuál es su género?
 - a) Masculino
 - b) Femenino

Sección 2: Mercado disponible

4. ¿Usted consume postres?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Vas a locales de postres?
 - a) Si
 - b) No

Sección 3: Mercado efectivo

6. ¿Estarías dispuesto a pagar por un All you can eat de postres?
 - a) Si
 - b) No

Sección 4: Frecuencia de consumo

7. ¿Con qué frecuencia irías all you can eat de postres?
 - a) 3 veces por semana
 - b) 2 veces por semana
 - c) 1 vez por semana
 - d) 1 vez cada 15 días
 - e) 1 vez al mes
 - f) 2 veces al año
 - g) 1 vez al año
8. ¿Qué postres le gustaría encontrar en un all you can eat?
 - a) Tortas de sabores
 - b) Cheesecakes
 - c) Kekes

- d) Pies
- e) Alfajores
- f) Mazamorras
- g) Suspiro a la limeña
- h) Otro

9. ¿Cuántos postres probarías en un all you can eat de postres?
 - a) 2 postres
 - b) 3 postres
 - c) 4 postres
 - d) 5 postres
 - e) 6 postres
 - f) 7 postres
 - g) 8 postres
 - h) 9 postres
 - i) 10 postres

Sección 5: Preferencias del cliente

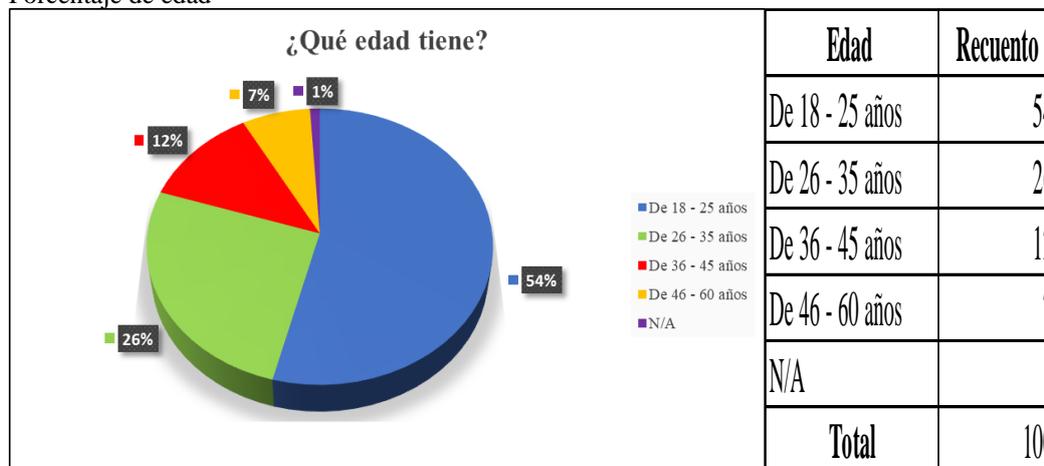
10. Al momento de elegir un restaurante, ¿Qué es lo que toma en cuenta?
 - a) Ubicación
 - b) Precio
 - c) Comodidad
 - d) Calidad de servicio
 - e) Limpieza
 - f) Otro
11. ¿Con quién o quieres irías a un all you can eat de postres?
 - a) Amigos
 - b) Pareja
 - c) Familia
 - d) Solo
 - e) Otras personas
12. ¿A través de que medios preferiría enterarse del negocio?
 - a) Redes sociales
 - b) Web del negocio
 - c) Teléfono
 - d) Correo electrónico
 - e) Recomendaciones
 - f) Otros medios
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un all you can eat de postres?
 - a) 70 – 90 soles
 - b) 60 – 70 soles
 - c) 40 – 50 soles
 - d) 30 – 40 soles

4.1.2.2.3. Análisis de los resultados de las encuestas

Sección 1: Preguntas generales

Pregunta 1: ¿Qué edad tiene?

Gráfico 1
Porcentaje de edad



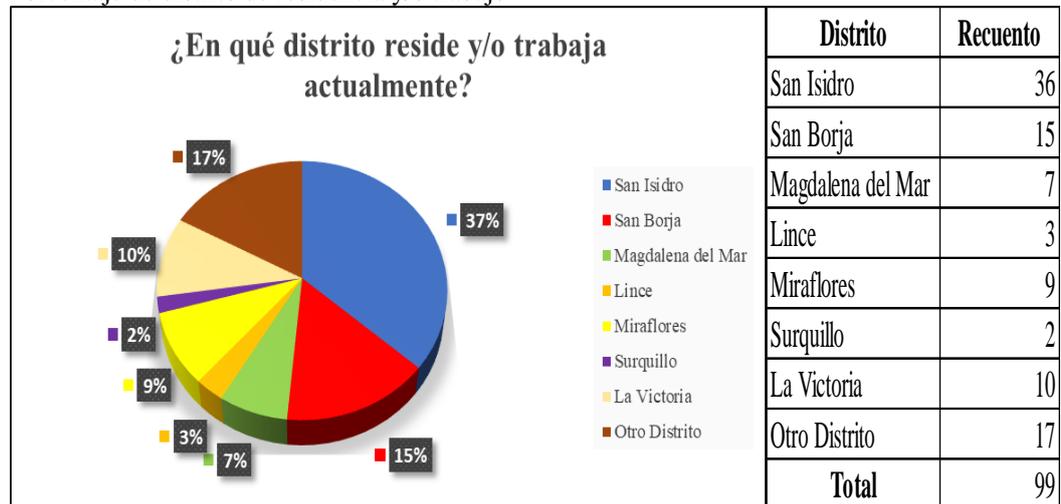
Elaboración propia

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos, estos concuerdan con la información extraída de los 6 estilos de vida elaborado por Arellano Marketing

donde explica que las personas sofisticadas son los miembros de la población más jóvenes y que están más dispuestos a probar cosas nuevas e innovadoras, confirmando que el público que frecuentara el negocio espera una idea de negocio fuera de lo común en Lima y que brinde experiencias nuevas.

Pregunta 2: ¿En qué distrito reside y/o trabaja actualmente?

Gráfico 2
Porcentaje de distrito de residencia y/o trabajo

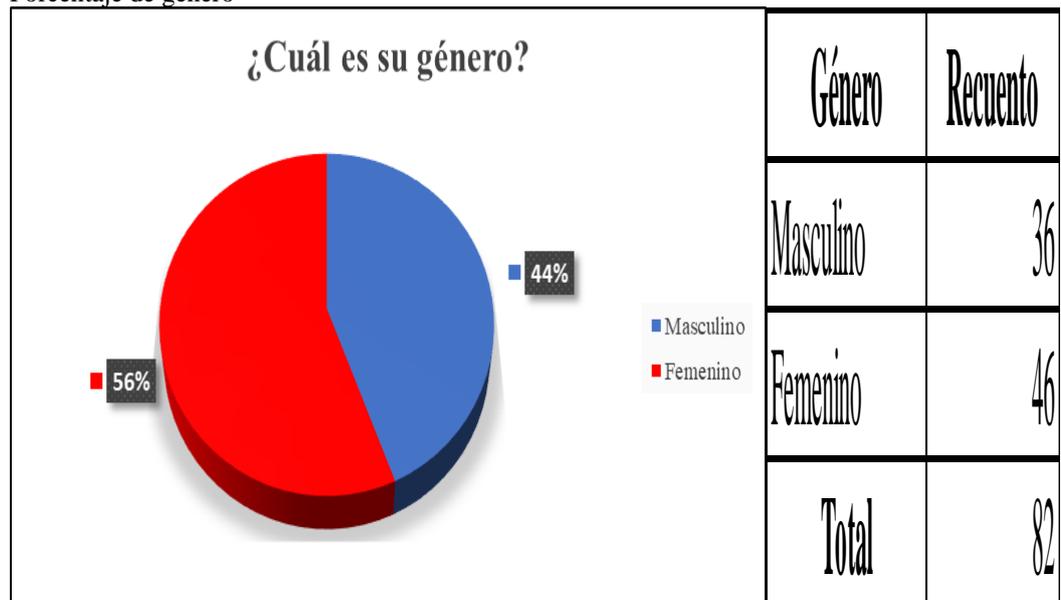


Elaboración propia

Análisis: La propuesta de negocio está proyectado para ubicarse en el distrito de San Isidro, sin embargo, se está considerando a todas aquellas personas que residan y trabajen tanto en San Isidro como en los distritos colindantes y pertenecientes a las Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Pregunta 3: ¿Cuál es su género?

Gráfico 3
Porcentaje de género

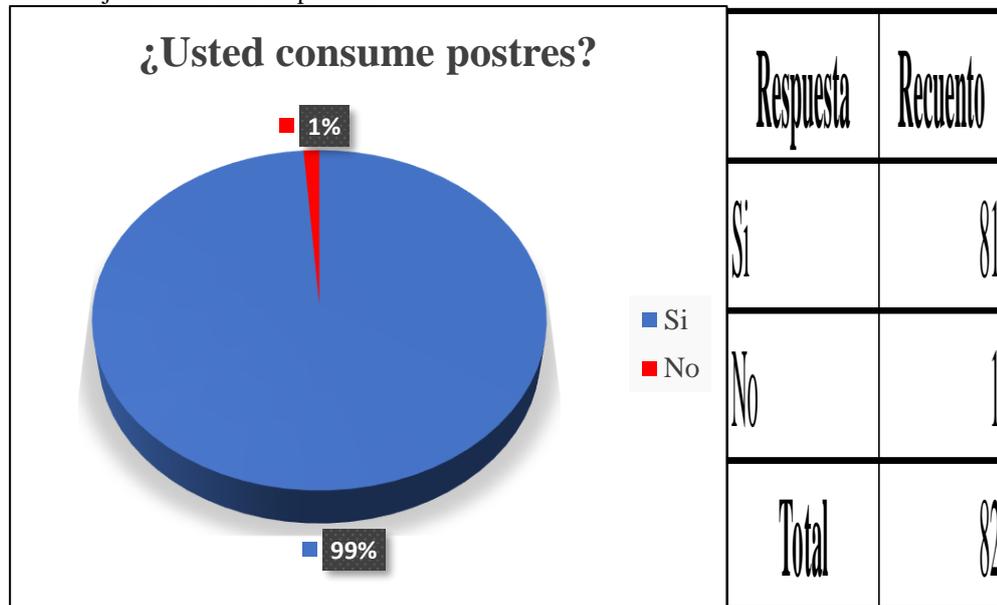


Elaboración propia

Sección 2: Mercado disponible

Pregunta 4: ¿Usted consume postres?

Gráfico 4
Porcentaje de consumo de postres

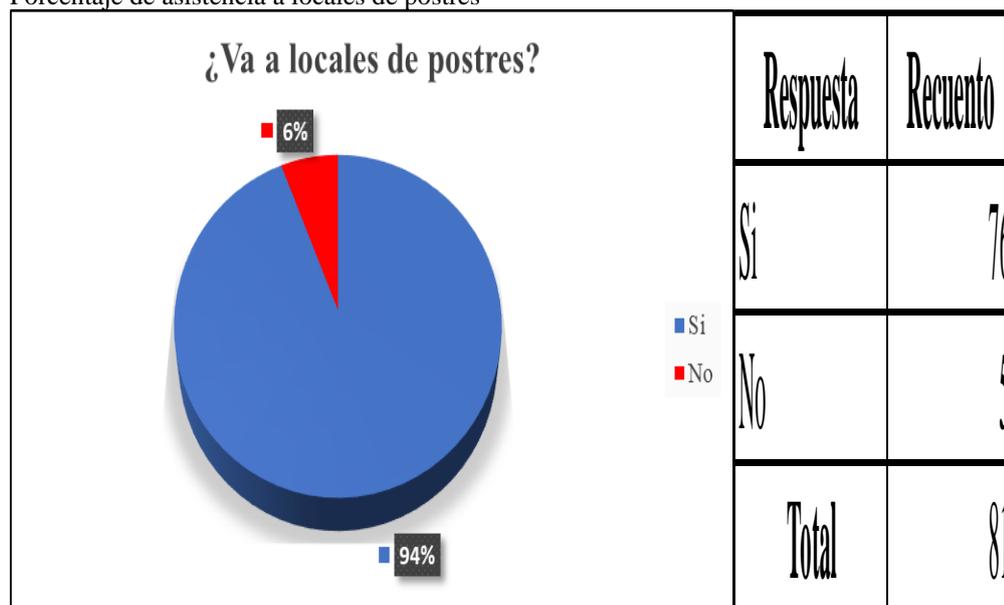


Elaboración propia

Análisis: Con los datos obtenidos sobre las personas que actualmente consumen postres, se puede obtener el número de personas que conformar el mercado disponible. Esto ayudara a determinar, posteriormente, cuanto representan nuestro mercado objetivo.

Pregunta 5: ¿Va a locales de postre?

Gráfico 5
Porcentaje de asistencia a locales de postres



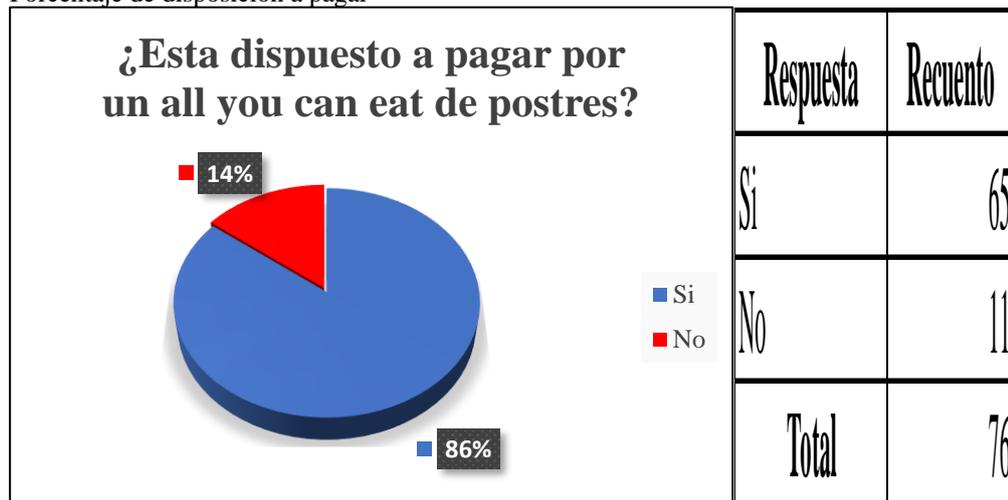
Elaboración propia

Análisis: Con los datos obtenidos sobre las personas que actualmente asisten a locales de venta de postres, al igual que con la anterior pregunta, se puede obtener el número de personas que conformar el mercado disponible. Siendo el segundo filtro para determinar el ya mencionado mercado.

Sección 3: Mercado efectivo

Pregunta 6: ¿Esta dispuesto a pagar por un all you can eat de postres?

Gráfico 6
Porcentaje de disposición a pagar



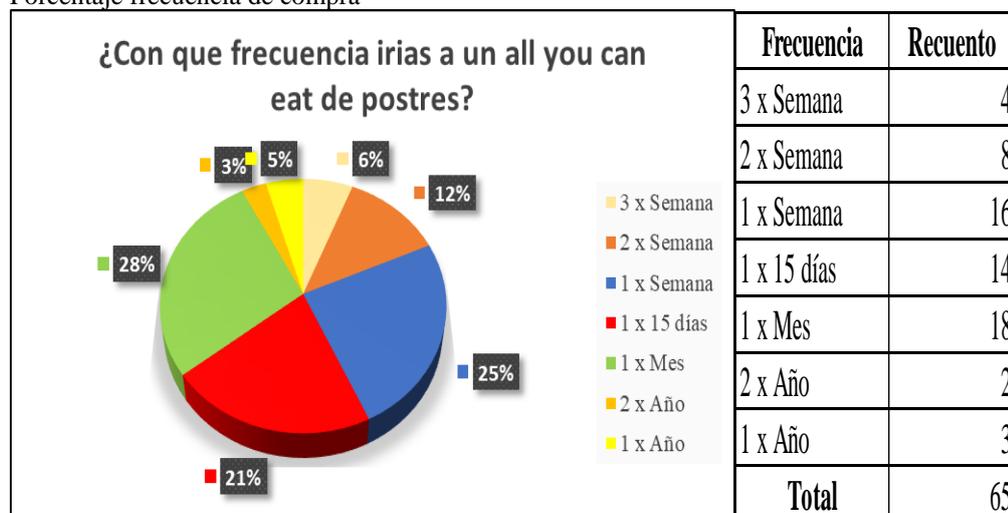
Elaboración propia

Análisis: De acuerdo con los resultados, de igual forma que con la pregunta 1, aquellas personas que están dispuestos a asistir a un all you can eat de postres son personas en busca de nuevas experiencias y de productos innovadores. Adicionalmente, estos datos ayudaran a determinar el mercado efectivo.

Sección 4: Frecuencia de consumo

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia irías a un all you can eat de postres?

Gráfico 7
Porcentaje frecuencia de compra

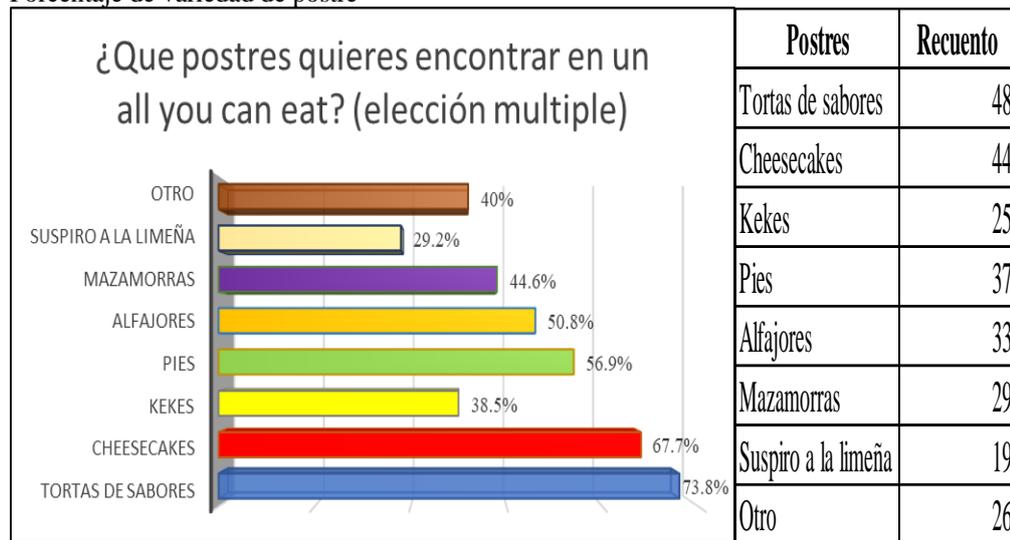


Elaboración propia

Análisis: El 86% de los encuestados son aquellos que asistirán con más frecuencia a consumir postres. Gracias a los resultados y los datos extraídos de los 6 estilos de vida por Arellano Marketing donde explica que los sofisticados salen a comer al menos 3 veces al mes, confirmando la veracidad de la encuesta realizada para el proyecto.

Pregunta 8: ¿Que postres quieres encontrar en un all you can eat?

Gráfico 8
Porcentaje de variedad de postre

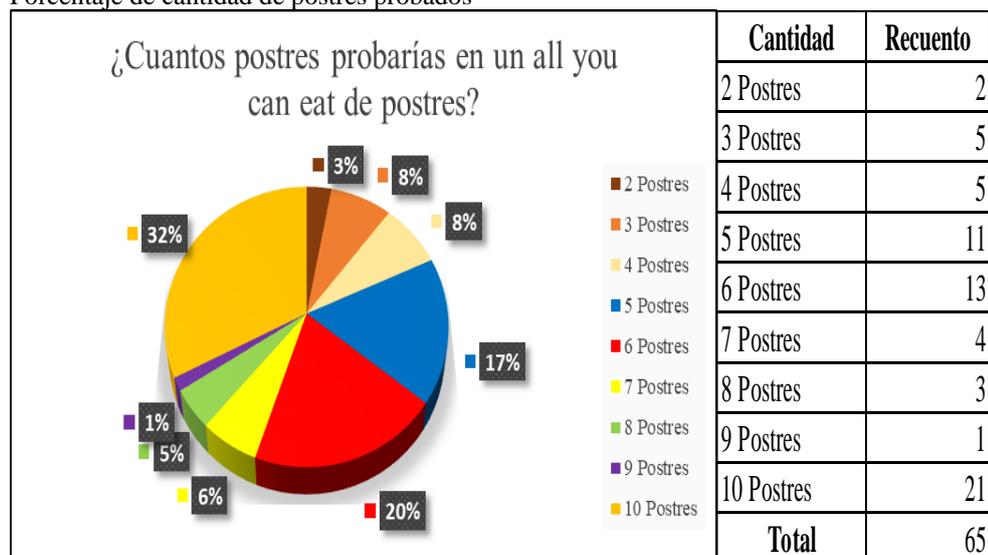


Elaboración propia

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, se espera que los potenciales clientes consuman diferentes sabores de tortas, especialmente. Adicionalmente, estos datos ayudan a reconocer a primera vista que postres deberían tener mayor stock en el restaurante.

Pregunta 9: ¿Cuántos postres probarías en un all you can eat de postres?

Gráfico 9
Porcentaje de cantidad de postres probados



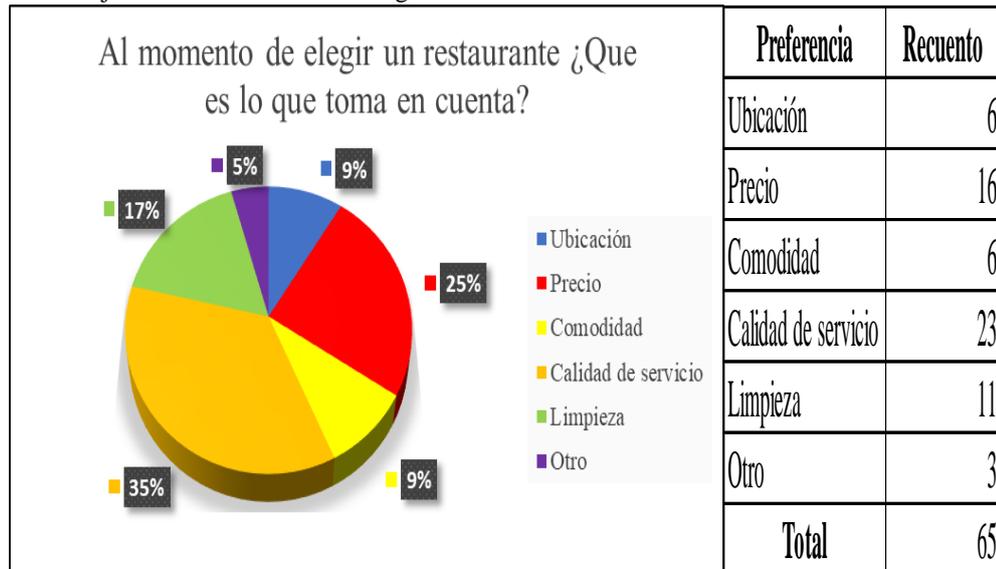
Elaboración propia

Análisis: Con los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se puede concluir que los potenciales clientes están dispuestos a consumir alrededor de 10 postres diferentes, lo cual ayudaría al negocio con la preparación y pedido de postres.

Sección 5: Preferencias de clientes

Pregunta 10: Al momento de elegir un restaurante ¿Qué es lo que toma en cuenta?

Gráfico 10
Porcentaje de consideraciones al elegir restaurantes

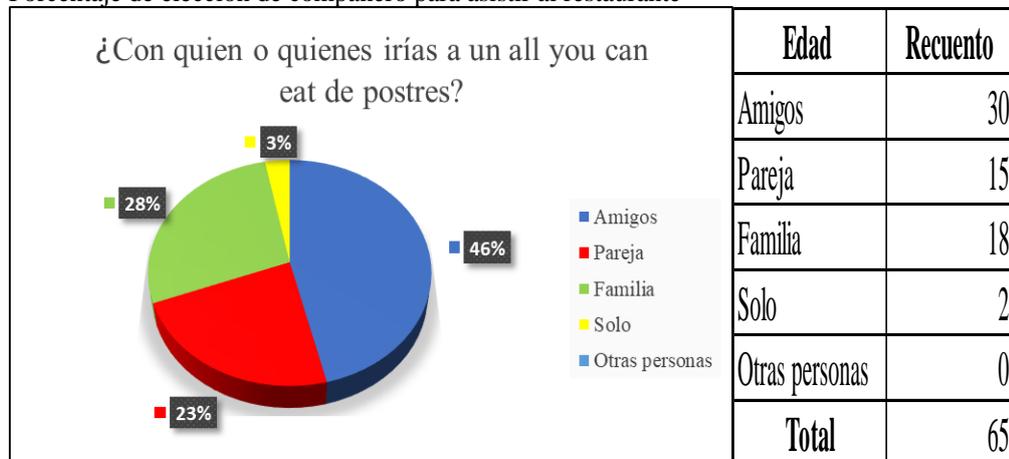


Elaboración propia

Análisis: Gracias a los datos preferenciales de los encuestados, se obtuvo que la calidad de servicio es fundamental, por lo cual, se hará énfasis a la capacitación de personal para que brinden un servicio por encima de lo esperado por los clientes.

Pregunta 11: ¿Con quién o quienes irías a un all you can eat de postres?

Gráfico 11
Porcentaje de elección de compañero para asistir al restaurante

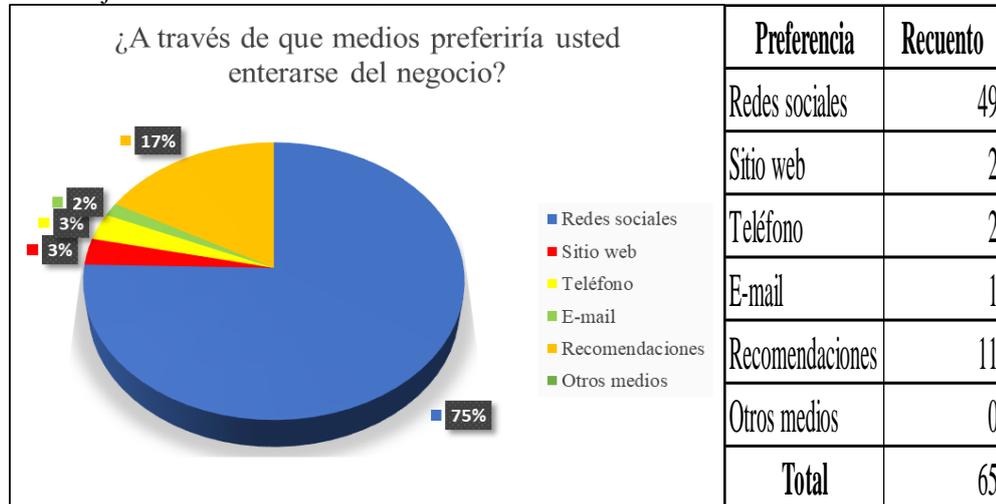


Elaboración propia

Análisis: Los resultados obtenidos ayudan al proyecto a proponer promociones, eventos y servicios especiales, gracias a que la mayoría de encuestados asistirían acompañados.

Pregunta 12: ¿A través de que medios preferiría usted enterarse del negocio?

Gráfico 12
Porcentaje de elección de medios de comunicación



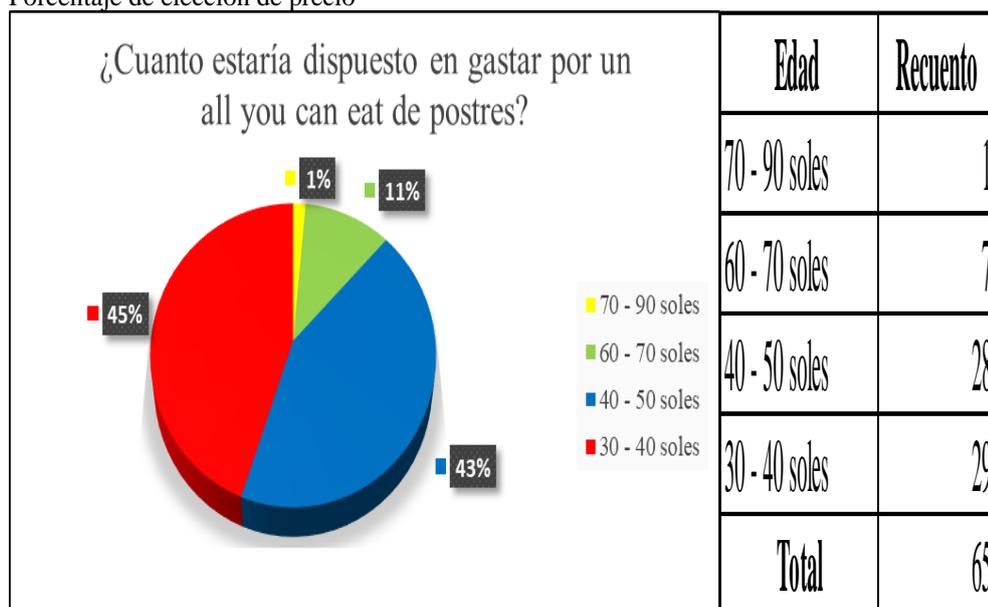
Elaboración propia

Análisis: De acuerdo con los resultados, las redes sociales son el medio actual por el cual la mayoría de las personas obtienen información y se comunican. Esta información obtenida de las encuestas se puede corroborar con la investigación acerca de las redes sociales en Lima por la Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública (CPI)³⁰ donde se obtuvo que el aumento de usuarios en redes sociales en Lima es de 80%, siendo Facebook, WhatsApp e Instagram las más usadas.

Pregunta 13: ¿Cuánto estaría dispuesto en gastar por un all you can eat de postres?

³⁰ Compañía Peruana de estudios de mercado y opinión pública (2019) Lima Digital: “Ocho de cada 10 personas en Lima tienen al menos una cuenta en alguna red social?”. Obtenido de: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_Limadigital2018.pdf

Gráfico 13
Porcentaje de elección de precio



Elaboración propia

Análisis: El precio promedio por el cual los potenciales clientes pagarían por un servicio de all you can eat de postres es alrededor de 45 soles por persona. Estos resultados ayudarían al proyecto al momento de determinar el precio de acuerdo con los costos, gastos y ganancias que se esperan.

4.2. DEMANDA PRESENTE (2019) Y FUTURA (2020 – 2024)

Para determinar la población presente del año 2019 y la futura del 2020 - 2024 se empleó el método de tasa intercensal de los años 2007 al 2017³¹ de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Tabla 20
Tasa intercensal 2007 – 2017 para la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana

Zona	Año		Tasa de crecimiento
	2007	2017	
Zona 6	377,455	431,084	1.34%
Zona 7	670,292	743,150	1.04%

Elaboración propia

Con la tasa intercensal determinada para cada una de las zonas, el siguiente paso es proyectar la población para el año base 2019 y para los años 2020 al 2024.

Tabla 21
Población proyectada 2019 - 2024

Zona	Año					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Zona 6	442,714	448,647	454,659	460,751	466,925	473,182
Zona 7	758,688	766,578	774,551	782,606	790,745	798,969

Elaboración propia

³¹ Instituto Nacional de estadística e Informática - https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1583/

4.2.1. Estimación del mercado potencial

Con las poblaciones del 2020 al 2024 establecidas, se procedió a realizar el descuento según nivel socioeconómico y edad para las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana³².

Tabla 22
Mercado potencial

Año	Población (Zona 6 y 7)	NSE (A+B)	Edad (20 - 60)	Mercado Potencial
2020	1,215,225	76.70%	53.00%	494,001
2021	1,229,209			499,686
2022	1,243,357			505,437
2023	1,257,670			511,256
2024	1,272,151			517,142

Elaboración propia

4.2.2. Estimación del mercado disponible

En base al mercado potencial de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana, el siguiente paso es determinar el mercado disponible. El factor filtro para hallar el mercado disponible fue obtenido de los resultados de las encuestas (Pregunta 4 y 5 de la sección 3).

Tabla 23
Mercado disponible estimado

Año	Mercado Potencial	Consumo de postres	Asistencia a locales de postre	Mercado disponible
2020	494,001	99%	94%	459,717
2021	499,686			465,008
2022	505,437			470,360
2023	511,256			475,774
2024	517,142			481,252

Elaboración propia

4.2.3. Estimación del mercado efectivo

Con los datos del mercado disponibles, se procede a determinar el mercado efectivo. Esto es posible con la ayuda de los resultados obtenidos en la encuesta referido a la disposición del cliente a pagar por un all you can eat de postres (Pregunta 6 de la sección 4)

Tabla 24
Mercado efectivo estimado

Año	Mercado disponible	Interés en el producto	Mercado efectivo
2020	459,717	86%	395,357
2021	465,008		399,907
2022	470,360		404,510
2023	475,774		409,166
2024	481,252		413,877

Elaboración propia

³² Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados - http://dashboard.apeim.com.pe/Webdashpersonas4_2.aspx

4.2.4. Estimación del mercado objetivo

Con los datos del mercado efectivo, se procede al cálculo del mercado objetivo. Optando por trabajar con un porcentaje conservador respecto al valor obtenido con los datos de referencia del INEI³³ y la representación de las pastelerías en Lima³⁴, se procedió a trabajar con una participación del 0.5% anual.

Tabla 25
Mercado objetivo estimado

Año	Mercado efectivo	Participación de mercado	Mercado objetivo
2020	395,357	0.5%	1,977
2021	399,907		2,000
2022	404,510		2,023
2023	409,166		2,046
2024	413,877		2,069

Elaboración propia

4.2.5. Cuantificación anual de la demanda

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas (Pregunta 7 de la sección 4), se puede determinar que una persona asistirá al negocio 43.35 veces al año.

Tabla 26
Frecuencia de compra estimada

Frecuencia	%	Veces al año	Ponderado
3 x Semana	6%	156 días	9.36
2 x Semana	12%	104 días	12.48
1 x Semana	25%	52 días	13
1 x Quincena	21%	24 días	5.04
1 x Mes	28%	12 días	3.36
2 x Año	3%	2 días	0.06
1 x Año	5%	1 día	0.05
	100%	Resultado	43.35

Elaboración propia

4.2.5.1. Programa de ventas anual en unidades físicas

Con los datos obtenidos del mercado objetivo y la frecuencia de compra anual por cliente, es posible especificar el programa de ventas esperado anualmente.

³³ Instituto Nacional de Estadística e Informática - https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbi_trimestral_mayo2019.pdf

³⁴ Guillermo Quintana (2017) Panaderías y Pastelerías se expanden a través de franquicias

Tabla 27

Programa de venta anual estimada

Año	Mercado Objetivo	Frecuencia	Programa de ventas
2020	1,977	43.35	85,694
2021	2,000		86,680
2022	2,023		87,677
2023	2,046		88,687
2024	2,069		89,708

Elaboración propia

4.2.5.2. Programa de ventas del primer año (2020)

Para el programa de ventas del primer año, se optó por una estacionalidad con castigo del 50% para enero y febrero, 40% para marzo y abril, 30% para mayo y junio, 20% para Julio y agosto, 10% para septiembre y octubre, con la finalidad de proyectar un crecimiento progresivo a lo largo del primer año.

Tabla 28

Programa de ventas estimado para el año 2020

Mes	Estacionalidad	Programa de ventas 2020
Enero	4.17%	3,573
Febrero	4.17%	3,573
Marzo	5.00%	4,285
Abril	5.00%	4,285
Mayo	5.83%	4,996
Junio	5.83%	4,996
Julio	6.66%	5,707
Agosto	6.66%	5,707
Setiembre	7.50%	6,427
Octubre	7.50%	6,427
Noviembre	8.33%	7,138
Diciembre	8.33%	7,138

Elaboración propia

4.2.5.3. Programa de ventas del segundo al quinto año (2021 al 2024)

Por concepto de ser un negocio nuevo con alta tasa de competitiva, competidores potenciales y sustitutos, se optó por mantener una estacionalidad de 8.33% ya que no existe precedentes sobre un negocio similar y se busca mantener los estimados bajo conceptos conservadores.

Tabla 29

Programa de ventas estimado 2021 al 2024

Mes	Estacionalidad	Programa de ventas 2021	Programa de ventas 2022	Programa de ventas 2023	Programa de ventas 2024
Enero	8.33%	7,223	7,306	7,391	7,476
Febrero		7,223	7,306	7,391	7,476
Marzo		7,223	7,306	7,391	7,476
Abril		7,223	7,306	7,391	7,476
Mayo		7,223	7,306	7,391	7,476
Junio		7,223	7,306	7,391	7,476
Julio		7,223	7,306	7,391	7,476
Agosto		7,223	7,306	7,391	7,476
Setiembre		7,223	7,306	7,391	7,476
Octubre		7,223	7,306	7,391	7,476
Noviembre		7,223	7,306	7,391	7,476
Diciembre		7,223	7,306	7,391	7,476

Elaboración propia

4.3. MICROENTORNO (2019)

4.3.1. Competidores actuales: nivel de competitividad

En la actualidad no existe oferta en el mercado para este tipo de negocio. Por lo cual, tomaremos como competencia a las pastelerías. Es por esto que el nivel de competitividad es alto, debido a la gran cantidad de pastelerías en el mercado, pero este restaurante all you can eat de postres será la primera en el mercado.

Tabla 30

Competidores

Dolce Capriccio	Esta cafetería es una de las más famosas de Miraflores. Su plato estrella es su torta de chocolate con bizcochuelo de chocolate, manjar blanco y fudge. Otros recomendados son sus pasteles de acelga y choclo. Está ubicado en la Calle 2 de mayo 701.
La tiendecita Blanca	Restaurante – Café Suisse – Bar ubicado en la Avenida José Larco 111.
Vlady	Repostería Fina y fruta bar se dedica a vender pasteles enteros y en porciones junto con jugos de fruta en sus 4 locales ubicados en los distritos de Miraflores, La Molina y Surco.
Café 347	Cafetería ubicada en Miraflores. Entre la variedad de productos que ofrece, está el café brasileiro, chocolate caliente belga y variedad de postres.
Pastelería Ignacio Baladan	Pastelería ubicada en los distritos de San Borja, San Luis y Los Olivos.

Elaboración propia

4.3.2. Fuerza negociadora de los clientes

La fuerza de negociación de los clientes se puede determinar a partir de factores como la inexistencia de competidores directos en el mercado, los múltiples competidores potenciales y la gran oferta de productos sustitutos. Adicionalmente,

la sensibilidad de precios por parte de los clientes es elevado por el consumo cultural de postres.

Por consiguiente, se puede determinar que el poder de negociación que poseen los clientes en este mercado es alto, principalmente por la oferta de productos de pastelería en distintas pastelerías que serían nuestros competidores.

4.3.3. Fuerza negociadora de los proveedores

Los proveedores son un elemento clave durante el proceso productivo y a lo largo de este se generan grupos como:

- **Primarios:** conformados por proveedores de postres ya hechos como torta de chocolate, kekes de sabores, brownies y pies de distintos sabores, estos postres son los más comunes y la cantidad de proveedores es amplia por lo que su poder de negociación es bajo.
- **Insumos:** Ya que los proveedores de postres no comerciales tienen un poder de negociación alto, estos postres serán producidos en el restaurante. Son considerados como insumos harina, levadura, huevo, mantequilla, aceite y leche. Teniendo en cuenta la amplia disponibilidad de proveedores y las cantidades que necesitaremos para la producción podemos afirmar que su poder de negociación es bajo.
- **Local:** El local estará ubicado en el distrito de San Isidro. En esta zona no existen muchos locales en alquiler es por esto que la fuerza negociadora del local es alta, ya que si el dueño del local no decide alquilar más tendríamos que mudarnos a otro distrito o pagar más por otro local de la zona.

4.3.4. Amenazas de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es alta por la gran demanda y oferta de dulces y pasteles en el mercado. Dentro de nuestros sustitutos podemos encontrar tiendas take away, es decir tiendas en donde los clientes pedirán para llevar y no se sentarán a comer en el local, estos pueden ser tiendas como tambo y Oxxo, supermercados como Tottus, metro, Wong, plaza vea entre otros, al igual que panaderías donde ofrecen, además de panes, postres que son más consumidos.

Adicionalmente a la oferta y demanda, los precios varían según los segmentos por lo que, cada empresa mencionada tiene diferentes segmentaciones, mercados objetivos y precios. En consecuencia, crea una oportunidad latente de cambio para los consumidores.

4.3.5. Competidores potenciales: barreras de entrada

Se consideran como competidores potenciales a las cafeterías y pastelerías que se dedican a la producción y comercialización de postres, ya que tienen un grado de similitud debido al producto que ellos venden, mas no al servicio que este negocio planea brindar, pero tienen la posibilidad de cambiar al mismo servicio.

Es por esto que la gran cantidad de pastelerías y cafeterías disminuyen las barreras tanto de entrada como de salida por la posible incursión de estos actuales

competidores potenciales, empresas de productos sustitutos y ajenos al giro del negocio es por esto que las barreras de entrada y salida es baja.

5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO

– Estrategias offline:

Carteles y material POP: El material es la evidencia física que posibilitara al consumidor poder conocer el lugar, la ubicación y la variedad de postres, logrando captar la atención y generar curiosidad por probar el producto.

Jaladores: Fuera del local tendremos personas entregando folletos y el material POP que tendremos para así dar a conocer el restaurante a los transeúntes que pasen cerca al local.

Marcha blanca: tendremos una promoción de marcha blanca la primera semana de inauguración para así saber si nuestro negocio tendrá éxito o no y poder también darnos cuenta de los errores que cometamos y poder corregirlos rápidamente.

– Estrategias online:

El uso de las redes sociales es indispensable en estos tiempos, donde las tendencias tecnológicas influyen en la decisión de compra de los consumidores. Por tanto, se creará un Fan Page de Facebook y será utilizado para publicar fotos y videos que muestren imágenes de los postres y las instalaciones. El propósito es generar tráfico de usuarios que se encuentren interesados.

Asimismo, se mantendrá contacto con el cliente ante cualquier duda, consulta o reclamo. Se realizarán retos, con el fin de que puedan compartir las experiencias en las redes sociales; también premios como descuentos o postres gratis.

Se utilizará Instagram para subir historias y fotos de los postres y sus características, el servicio y otros videos interactivos. La finalidad es generar interacción de los clientes con la marca a través de esta red social.

5.2. MEZCLA DE MARKETING

5.2.1. Producto

a) Producto

“Dulce Adicción” ofrece una línea de postres nacionales e internacionales en porciones pequeñas para que los comensales puedan probar diferentes variedades a su gusto y elección.

Tabla 31
Tabla de productos

Presentación	Descripción
Mazamorra morada	Contiene maíz morado, cáscara de piña, membrillo, fruta picada, clavo de olor concentrado con fécula y harina de maíz servido en porciones de 60 gramos.

Arroz con leche	Contiene arroz, leche, canela, clavo de olor azúcar y leche condensada espolvoreado con canela en porciones de 60 gramos.
Arroz zambito	Derivado del arroz con leche más chancaca cubierto con coco rallado y pecanas en porciones de 60 gramos.
Picarones	Anillos hechos con masa de harina de trigo mezclada con zapallo y camote bañados en miel de chancaca aromatizada en porciones de 40 gramos.
Ranfañote	Trozos de pan duro bañados en miel de chancaca, mantequilla y clavo de olor mezclados con pecanas, pasas, queso, nueces y coco en porciones de 40 gramos.
Acuña	Contiene miel espesa de caña y maní en porciones de 40 gramos.
Sanguito	A base de harina de maíz, chancaca, anís y clavo de olor espolvoreado de grajeas de colores en porciones de 50 gramos.
Huevo chimbo	Esponjoso bizcocho de huevos remojado en almíbar de azúcar y pasas en porciones de 80 gramos.
Camotillo	Contiene camote machado, jugo de naranja, azúcar y canela bañadas en grajeas de colores en porciones de 30 gramos.
Maná	Consiste en una pasta elaborada con leche, yema y azúcar, a la que se le da diferentes formas en porciones de 30 gramos.

Elaboración propia

b) Marca

“Dulce Adicción” se obtuvo este nombre gracias al aporte de muchos entrevistados, lo que se busca es transmitir el gran y exquisito sabor de los dulces peruanos y extranjeros en presentaciones pequeñas para una mayor calidad y cantidad de postres combinándolos con un ambiente moderno y cálido en un formato “All you can eat.”

c) Logo

“Dulce Adicción” cuenta con un logo sencillo ya que se busca representar así la clase y elegancia de los productos.

Ilustración 4
Logo de la empresa



Elaboración propia

5.2.2. Precio

- a) Precios de la competencia al consumidor y su equivalencia con el producto del proyecto

Con el fin de conocer el mercado de postres, se realizará un diagnóstico de precios de los competidores y la disposición de los consumidores al pagar por un postre. A continuación, se presentará un cuadro de los competidores:

Tabla 32
Precios de la competencia por productos

Competidor	Producto	Precio
Dolce Capriccio	Pie de Manzana	S/ 12.00
	Pie de Pecanas	S/ 12.00
	Torta de chocolate	S/ 12.00
	Cheesecake de fresa	S/ 12.00
Vlady	Cheesecake de fresa	S/ 7.00
	Tartaleta de frutas	S/ 5.50
Pasteleria Ignacio Balada	Crocante de manzana	S/ 8.00
	Tartaleta de frutas	S/ 8.00
	Empanada de pollo	S/ 6.00
Don Mamino	Pastel de acelga	S/ 11.00
	Pie de pecanas	S/ 12.00
	Cheesecake de fresa	S/ 8.90
	Torta de chocolate	S/ 8.90
San Antonio	Strudel de manzana	S/ 8.50
	Torta de chocolate	S/ 9.50
	Alfajor de maicena	S/ 8.50

Elaboración propia

Se observa que, si algunas personas quisieran comer 4 postres en un lugar como en Dolce Capriccio, estaría pagando alrededor de S/.48 soles considerando que solo es una persona la que estaría consumiendo. Esto podría elevarse si en caso se agregaran más productos a su servicio, a comparación del All you can eat donde se puede consumir todos los postres que uno desee a un solo precio.

- b) Definición del precio según el benchmarking realizado.

Luego de haber realizado el análisis de los precios de la competencia con los precios de preferencia por los encuestados, se determinará el precio entre S/. 30 - S/.40 para el precio por persona en “Dulce Adicción” All you can eat, debido a que el rango de pago tiene mayor aceptación y es considerado un precio referencial para los consumidores. Asimismo, se ofrecerán descuentos y promociones al consumidor final en fechas específicas del año, como Fiestas Patrias, Día de la madre, Día de la canción criolla, Navidad, entre otras.

Descuentos por volumen

Debido a que cada vez más las personas están optando por salir en grupo, se ofrecerán descuento a la 6 persona del grupo, la cual será exonerada del pago, esto lo podemos ver tanto en días frecuentes después del trabajo o estudio como también en fechas especiales como los cumpleaños, entre otras.

Descuentos por promoción

Por las celebraciones y conmemoraciones especiales como:

- Día de los Enamorados
- Día de la Madre
- Día de la Mujer
- Día del Amigo
- Día del Padre
- Fiestas Patrias
- Día de los Profesores
- Día de la Canción criolla

Descuentos aleatorios

Para ganar cuota en el mercado se realizarán descuentos dando opciones de descuento o vales como del 10% en la próxima visita.

5.2.3. Plaza

- a) Describir los canales de comercialización que operan en el mercado y seleccionar la forma de comercialización del producto

Canal Productor-Consumidor: Debido a la naturaleza del servicio que se prestara, este canal es el más adecuado a fin de facilitar el encuentro con el cliente ahorrando tiempo y dinero debido a que la intangibilidad de los servicios requiere contactos personales entre el fabricante/productor y el consumidor.

Forma de comercialización: La comercialización del all you can eat se realizará en la tienda propia ofreciendo una experiencia única en un lugar agradable a la vista y con todos los requerimientos exigidos por las normas de sanidad, además de contar con última tecnología en medios de pago como la funcionalidad del pago sin contacto en el POS, además de contar con un gran espacio para el buffet y disfrute de los comensales.

Estrategias: “Dulce Adicción” utilizará diversas estrategias en cuanto a una distribución múltiple para que en cuanto el visitante entre al local, logre decidir la compra, o sino a través de un marketing intensivo como el tener presencia en redes sociales, blogs, campañas, etc, poder lograr que el cliente vaya.

La localización es una decisión de gran importancia, es por ello que el restaurante se ubicará en una avenida transitada de San isidro ya que es un lugar con buena visibilidad, fácil de llegar, y brindando el mejor aspecto para así poder alcanzar el público adecuado.

5.2.4. Promoción

- a) Desarrollar las formas de promoción y publicidad seleccionadas para el producto
 - Se hará uso de influencias para promocionar nuestro restaurante puesto que estos tienen gran cantidad de seguidores y pueden atraer a más público.
 - La publicidad por redes sociales tales como Twitter, Facebook e Instagram son fundamental puesto que es el principal medio de comunicación e interacción hoy en día y así se podrá difundir mucho más rápido las actualizaciones y promocione-s de los productos.
 - Ofrecer pases gratis a los clientes con fidelidad.
 - Habrá un día a la semana que se busque promover ciertos postres olvidados con el fin de establecerlos en la mente de nuestro consumidor
 - Se contactará a emisoras de radio más sintonizadas
 - Consideramos que nuestro producto cuenta con un equilibrado producto-precio, permitiendo así la aceptación del público además de aseguramos una de las formas más eficaces para la promoción, la publicidad “boca a boca”.
 - Como se mencionó líneas arriba, gracias a las redes sociales podemos actualizar a nuestros clientes, colgando promociones atractivas para ellos de las siguientes formas:

Formas de Promoción

Facebook

Se contará con una página oficial en Facebook, donde se mantendrá informados a nuestros clientes, con la intención de ser un blog activo, que nos permita conocer adecuadamente nuestro público, al mismo tiempo mediante esta página se irán colgando ciertas frases clave para los que estén pendientes a las publicaciones para descuentos o alguna promoción

Instagram

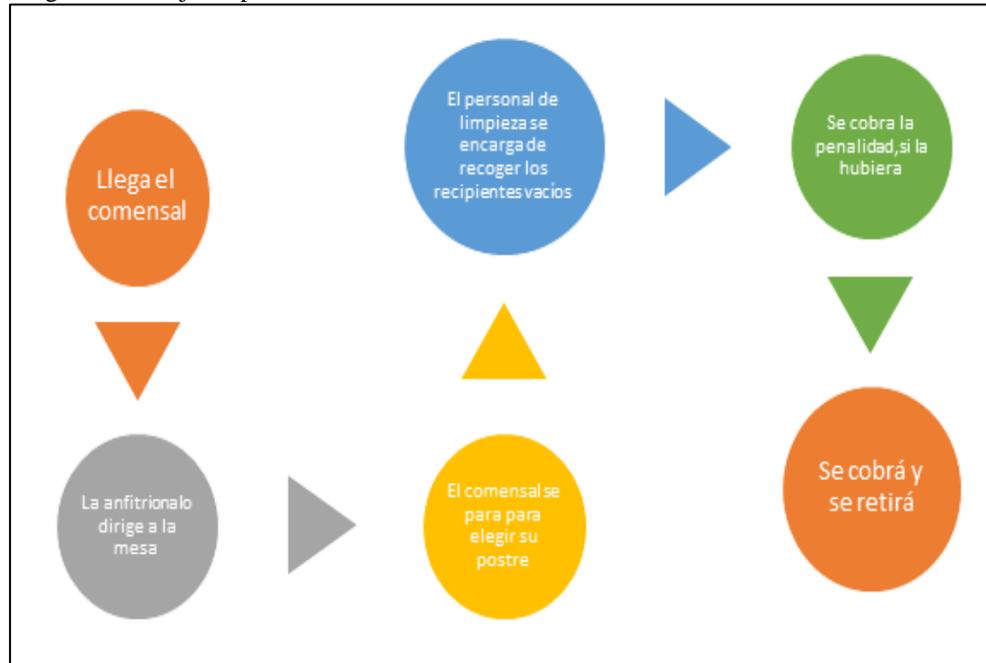
Se sabe del gran impacto que tiene esta plataforma actualmente, la misma que gracias a su fluidez, de amigable uso permite mostrar los productos y de igual forma promociones e información relevante acerca del restaurante.

A su vez se ofrecerá promociones y descuentos para aquellos que postean la mejor foto o historia y que esta acumule la mayor cantidad de likes y/o comentarios.

b) Diagrama de flujo de procesos de comercialización

Ilustración 5

Diagrama de flujo de procesos de comercialización



Elaboración propia

5.2.5. Personas, Evidencia Física y Proceso

5.2.5.1. Personas

“Dulce Adicción”, al ser un restaurante, cuenta con un alto contacto con los clientes, por ello, es muy importante que estos últimos tengan un alto conocimiento y habilidades de servicio al cliente; ya que, según las encuestas mencionadas, uno de los factores que más se valoraron en la elección fue la de la calidad en el servicio.

Cultura organizacional: Es necesario desarrollar una cultura sólida con valores y principios que sirvan de orientación a los empleados y así puedan ejercer sus funciones de acuerdo con los objetivos del restaurante. Además, es fundamental lograr una fuerte identidad de los empleados con la marca para que puedan transmitir la esencia de nuestra cultura a los clientes.

Reclutamiento:

Para obtener personal de calidad y con un alto conocimiento y habilidades, es necesario crear filtros que ayuden a seleccionar y colocar a cada persona en su respectiva área. Para ello, será necesario definir un perfil específico para cada posición de acuerdo con las necesidades del restaurante y a los estándares del mercado. Uno de los aspectos clave en el proceso de reclutamiento de personal para áreas operativas de contacto con los clientes, será el conocimiento de pastelería y de todos los postres que se sirven en el restaurante porque todos los empleados deben ser capaces de brindar información y satisfacer todas las dudas a los clientes.

Entrenamiento:

Luego del proceso de selección, se procede al entrenamiento de estos debido a que es necesario que los nuevos integrantes del restaurante se adecúen al ritmo de la empresa y al manejo de algunos procesos y sistemas. En muchos casos, esta etapa se suele dirigir por personal de los altos puestos de la empresa, otras veces, también se suele conseguir especializado y con altos conocimientos en el rubro. El programa de entrenamiento del restaurante incluirá capacitaciones tanto para el manejo de sistemas, calidad de servicio y constante actualización de las tendencias de pastelería.

Motivación:

Se ofrecerán bonos de descuento para empleados en el restaurante.

Control:

Se realizará un control semanal del cumplimiento de funciones para poder identificar y corregir errores a tiempo. Habrá un supervisor que llevará el control del equipo y para medir el desempeño se maneja un reporte de cumplimiento o “checklist” de las funciones que tiene el área. Este reporte deberá ser firmado por cada empleado y finalmente el jefe o supervisor validará que se cumpla cada una de las responsabilidades estipuladas en dicho documento.

Evaluación:

Condescendiente al control, se realizarán evaluaciones del desempeño dos veces al año y el jefe deberá proporcionar retroalimentación a sus empleados de manera personalizada para que puedan mejorar en aquellos aspectos que presentan debilidades.

5.2.5.2. Evidencia física

El estilo del restaurante será moderno para guardar armonía con la locación de este (San Isidro). Se contará con música instrumental agradable para armonizar el ambiente dentro del restaurante.

Se contará con una decoración tematizada mediante la exposición de cuadros y fotografías de postres. Se contarán con mesas y sillas de metal estilo vintage.

El uniforme del personal será formal. Los varones usarán pantalón negro, camisa blanca y mocasines o alpargatas negras. Las damas usaran falda o pantalón negro, blusa negra y alpargatas o ballerinas negras. Las blusas y camisas tendrán el símbolo de Dulce Adicción.

5.2.5.3. Proceso

Servicio: Cuando el comensal llega será recibido por una anfitriona que lo guiará a su mesa. El servicio será de buffet es por esto que ellos mismos se servirán los postres que deseen comer. El personal de servicio estará atento a la mesa para recoger los platos vacíos mientras los comensales estén comiendo, a su vez el personal de producción estará reponiendo los postres que se vayan acabando. Cuando los clientes hayan terminado el personal de servicio se acercará para que

pueda realizar el pago. El cliente se retirará y el personal de servicio limpiará y prepara la mesa para la llegada del siguiente comensal.

6. ASPECTOS TÉCNICOS

6.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad de producción en la planta es de 1682 porciones de postres al día, más los 6400 picarones que puede producir la maquina por si sola como máximo y la máquina de helado que puede producir 200 porciones. La demanda proyectada de postres al día es de 1784, con 3 operarios más la máquina de picarones y la de helado cubriremos dicha demanda.

Tabla 33
Capacidad de producción de los operarios

Postre	Tiempo de preparación	Porciones	Porciones al día
Huevo chimbo	1 hora	12	96
Arroz con leche	30 min	20	320
Mazamorra	2 horas	70	280
Arroz zambito	30 min	15	240
Sanguito	40 min	5	60
Camotillo	1 hora 10 min	15	102
Mana	1 hora 30 min	50	265
Ranfañote	45 min	15	159
Acuña	1 hora	20	160
Capacidad de producción total de planta			1682
Máquina de Picarones	1 hora	800	6400
Máquina de helados	1 hora	200	1600

Elaboración propia

Según las encuestas realizadas se concluyó que en promedio asistirían 250 personas al día quedándose 3 horas. El local atenderá de 3pm a 11pm, esto quiere decir que por hora aproximadamente estarán 93 personas.

El local consta de 24 mesas divididas en

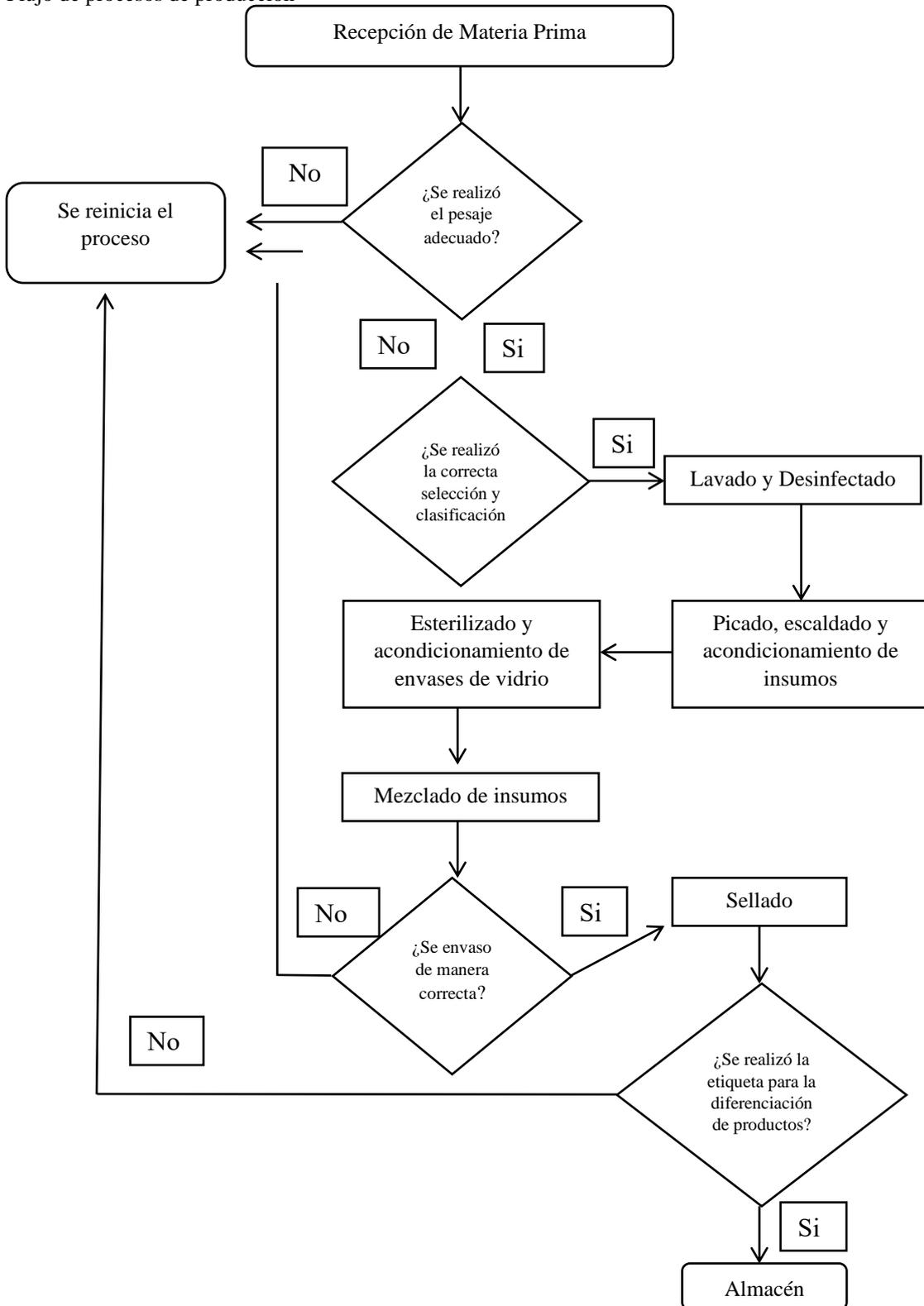
- 9 mesas de 6 personas
- 9 mesas de 4 personas
- 6 mesas de 2 personas

Eso es igual a un espacio hecho para 102 personas, por lo que, en promedio, un personal de servicio puede atender a 25 comensales. Es decir que con 4 personas en servicio se puede cubrir la atención de todos los clientes.

6.2. PROCESOS

6.2.1. Diagrama de flujo de procesos de producción

Ilustración 6
Flujo de procesos de producción



Elaboración propia

6.2.2. Programa de producción (2020 – 2024)

Tabla 34
Programa de producción

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año	2020	5.56%	5.56%	6.67%	6.67%	7.78%	7.78%	8.88%	8.88%	10.00%	10.00%	11.11%	11.11%
Programa de ventas	64,253	3,572	3,572	4,286	4,286	4,999	4,999	5,706	5,706	6,425	6,425	7,139	7,139
Estimado de consumo por persona (postres)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Producción total	642,530	35,725	35,725	42,857	42,857	49,989	49,989	57,057	57,057	64,253	64,253	71,385	71,385
Merma (1%)	6,425	357	357	429	429	500	500	571	571	643	643	714	714
Producción final	636,105	35,367	35,367	42,428	42,428	49,489	49,489	56,486	56,486	63,610	63,610	70,671	70,671

Año	2020	2021	2022	2023	2024
Programa de ventas	64,253	86,680	87,677	88,687	89,708
Estimado de consumo por persona (postres)	10	10	10	10	10
Producción total	642,530	866,800	876,770	886,870	897,080
Merma (1%)	6,425	8,668	8,768	8,869	8,971
Producción final	636,105	858,132	868,002	878,001	888,109

Producto	Preferencia	Distribución anual por preferencia				
Arroz con leche	16.37%	104,136	140,484	142,100	143,737	145,391
Mazamorra Morada	15.02%	95,529	128,872	130,354	131,856	133,374
Arroz Zambito	12.62%	80,289	108,313	109,559	110,821	112,097
Picarones	11.27%	71,682	96,702	97,814	98,941	100,080
Sanguito	3.33%	21,166	28,554	28,882	29,215	29,551
Camotillo	5.39%	34,289	46,257	46,789	47,328	47,873
Mana	8.54%	54,326	73,288	74,131	74,985	75,848
Huevo Chimbo	2.22%	14,111	19,036	19,255	19,477	19,701
Helado	9.89%	62,933	84,899	85,876	86,865	87,865
Ranfañote	6.48%	41,203	55,584	56,224	56,871	57,526
Acuña	8.87%	56,442	76,143	77,019	77,906	78,803

Elaboración propia

6.2.3. Relación de materias primas e insumos a utilizar

Los siguientes cuadros detallan la materia prima, cantidad, porcentaje de merma, precio y el costo final por producto final que se producirán.

Tabla 35
Consumo de materia prima: Arroz con leche

Arroz con leche						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Arroz	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 2.03	S/ 0.10
Leche Evaporada	Litro	0.25	0.00%	0.25	S/ 2.72	S/ 0.68
Azúcar	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 1.58	S/ 0.08
Canela entera	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 4.80	S/ 0.01
Canela en polvo	Kilo	0.0005	0.00%	0.0005	S/ 40.00	S/ 0.02
Limón (cascara)	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 1.45	S/ 0.07
Total						S/ 0.96

Elaboración propia

Tabla 36

Consumo de materia prima: Mazamorra Morada

Mazamorra Morada						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Agua	Litro	0.1	0.00%	0.1	Indefinido	Indefinido
Maíz Morado	Kilo	0.1	0.00%	0.1	S/ 1.30	S/ 0.13
Azúcar	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 1.58	S/ 0.08
Manzana	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 1.25	S/ 0.06
Melocotón	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 3.81	S/ 0.19
Membrillo	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 6.00	S/ 0.30
Maicena	Kilo	0.03	0.00%	0.03	S/ 11.80	S/ 0.35
Limón (zumo)	Litro	0.05	70.00%	0.015	S/ 1.45	S/ 0.02
Canela entera	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 4.80	S/ 0.01
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Canela en polvo	Kilo	0.0005	0.00%	0.0005	S/ 40.00	S/ 0.02
Total						S/ 1.28

Elaboración propia

Tabla 37

Consumo de materia prima: Arroz Zambito

Arroz zambito						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Agua	Litro	0.05	0.00%	0.05	Indefinido	Indefinido
Arroz	Kilo	0.015	0.00%	0.015	S/ 2.03	S/ 0.03
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Canela entera	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 4.80	S/ 0.01
Azúcar	Kilo	0.06	0.00%	0.06	S/ 1.58	S/ 0.09
Leche evaporada	Litro	0.1	0.00%	0.1	S/ 2.72	S/ 0.27
Leche condensada	Litro	0.1	0.00%	0.1	S/ 3.80	S/ 0.38
Coco rallado	Kilo	0.003	0.00%	0.003	S/ 31.90	S/ 0.10
Pasas rubias	Kilo	0.005	0.00%	0.005	S/ 45.00	S/ 0.23
Total						S/ 1.22

Elaboración propia

Tabla 38

Consumo de materia prima: Picarones

Picarones						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Camote	Kilo	0.05	15.00%	0.043	S/ 1.00	S/ 0.04
Zapallo	Kilo	0.05	30.00%	0.035	S/ 1.10	S/ 0.04
Azúcar	Kilo	0.01	0.00%	0.01	S/ 1.58	S/ 0.02
Levadura seca	Kilo	0.004	0.00%	0.004	S/ 12.00	S/ 0.05
Harina	Kilo	0.04	0.00%	0.04	S/ 1.77	S/ 0.07
Total						S/ 0.22

Elaboración propia

Tabla 39

Consumo de materia prima: Sanguito

Sanguito						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Harina	Kilo	0.02	0.00%	0.02	S/ 1.77	S/ 0.04
Pasas rubias	Kilo	0.01	0.00%	0.01	S/ 45.00	S/ 0.45
Chancaca	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 8.30	S/ 0.42
Agua	Lito	0.01	0.00%	0.01	Indefinido	Indefinido
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Mantequilla	Kilo	0.03	0.00%	0.03	S/ 28.75	S/ 0.86
Grageas de color	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 39.60	S/ 0.08
Total						S/ 1.95

Elaboración propia

Tabla 40

Consumo de materia prima: Camotillo

Camotillo						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Camote	Kilo	0.1	15.00%	0.09	S/ 1.00	S/ 0.09
Naranja (zumo)	Kilo	0.2	80.00%	0.04	S/ 1.10	S/ 0.04
Azucar	Kilo	0.005	0.00%	0.01	S/ 1.58	S/ 0.02
Canela entera	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 4.80	S/ 0.01
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Grageas de color	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 39.60	S/ 0.08
Total						S/ 0.35

Elaboración propia

Tabla 41

Consumo de materia prima: Mana

Mana						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Huevo entero	Kilo	0.063	15.00%	0.05	S/ 4.00	S/ 0.21
Huevo (Yema)	Kilo	0.063	70.00%	0.02	S/ 4.00	S/ 0.08
Leche	Litro	0.03	0.00%	0.03	S/ 2.72	S/ 0.08
Azúcar	Kilo	0.02	0.00%	0.02	S/ 1.58	S/ 0.03
Azúcar en polvo	Kilo	0.01	0.00%	0.01	S/ 8.00	S/ 0.08
Total						S/ 0.48

Elaboración propia

Tabla 42

Consumo de materia prima: Huevo chimbo

Huevo chimbo						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Huevo (Yema)	Kilo	0.063	70.00%	0.02	S/ 4.00	S/ 0.08
Mantequilla	Kilo	0.006	0.00%	0.006	S/ 28.75	S/ 0.17
Agua	Litro	0.18	0.00%	0.18	Indefinido	Indefinido
Azúcar	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 1.58	S/ 0.08
Esencia de vainilla	Litro	0.003	0.00%	0.003	S/ 20.00	S/ 0.06
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Pisco	Litro	0.005	0.00%	0.005	S/ 31.40	S/ 0.16
Pasas rubias	Kilo	0.005	0.00%	0.005	S/ 45.00	S/ 0.23
Total						S/ 0.88

Elaboración propia

Tabla 43

Consumo de materia prima: Helado

Helado						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Crema de leche	Litro	0.05	0.00%	0.05	S/ 15.90	S/ 0.80
Leche	Litro	0.05	0.00%	0.05	S/ 2.72	S/ 0.14
Huevo (Yema)	Kilo	0.063	70.00%	0.02	S/ 4.00	S/ 0.08
Azúcar	Kilo	0.015	0.00%	0.015	S/ 1.58	S/ 0.02
Esencia de Vainilla	Litro	0.003	0.00%	0.003	S/ 20.00	S/ 0.06
Total						S/ 1.09

Elaboración propia

Tabla 44

Consumo de materia prima: Ranfañote

Ranfañote						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Agua	Litro	0.04	0.00%	0.04	Indefinido	Indefinido
Chancaca	Kilo	0.03	0.00%	0.03	S/ 7.00	S/ 0.21
Clavo de olor	Kilo	0.002	0.00%	0.002	S/ 56.00	S/ 0.11
Pasas rubias	Kilo	0.005	0.00%	0.005	S/ 45.00	S/ 0.23
Mantequilla	Kilo	0.008	0.00%	0.008	S/ 28.75	S/ 0.23
Queso mantecoso	Kilo	0.01	0.00%	0.01	S/ 41.63	S/ 0.42
Pan frances	Unidad	0.5	0.00%	0.5	S/ 0.20	S/ 0.10
Coco rallado	Kilo	0.003	0.00%	0.003	S/ 31.90	S/ 0.10
Oporto	Litro	0.005	0.00%	0.005	S/ 35.27	S/ 0.18
Canela en polvo	Kilo	0.0005	0.00%	0.0005	S/ 40.00	S/ 0.02
Total						S/ 1.59

Elaboración propia

Tabla 45

Consumo de materia prima: Acuña

Acuña						
Ingredientes	Unidad métrica	Cantidad	Merma	Cantidad real	Precio x Kg/Lt	Costo real
Chancaca	Kilo	0.08	0.00%	0.08	S/ 7.00	S/ 0.56
Maní	Kilo	0.05	0.00%	0.05	S/ 12.00	S/ 0.60
Mantequilla	Kilo	0.008	0.00%	0.008	S/ 28.75	S/ 0.23
Total						S/ 1.39

Elaboración propia

6.2.4. Programa de compras de materias prima e insumos (2020 – 2024)

Tabla 46

Programa de compras en kilos 2020 - 2024

Materia Prima	Unidad Métrica	Precio por Kg/Li	Requerimiento Anual (2020)	Stock de seguridad	Estacionalidad												Dic-20	Requerimiento Anual (2023)	Requerimiento Anual (2024)			
					5.56%	6.67%	6.67%	6.67%	7.78%	7.78%	7.78%	8.88%	8.88%	8.88%	10.00%	10.00%				10.00%	11.11%	11.11%
					Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20							
Arroz	Kilo	S/ 2.03	6,411	18	356	356	428	428	499	499	569	569	641	641	712	712	8,849	8,951				
Leche Evaporada	Litro	S/ 2.72	37,210	102	2,069	2,069	2,482	2,482	2,895	2,895	3,304	3,304	3,721	3,721	4,134	4,134	52,396	54,226				
Azúcar	Kilo	S/ 1.58	18,425	50	1,024	1,024	1,229	1,229	1,433	1,433	1,636	1,636	1,843	1,843	2,047	2,047	24,856	25,724				
Canela entera	Kilo	S/ 4.80	628	2	35	35	42	42	49	49	56	56	63	63	70	70	848	867				
Canela en polvo	Kilo	S/ 40.00	120	0.3	7	7	8	8	9	9	11	11	12	12	13	13	162	166				
Limón	Kilo	S/ 1.45	9,983	27	555	555	666	666	777	777	886	886	998	998	1,109	1,109	13,468	13,780				
Maíz Morado	Kilo	S/ 1.30	9,553	26	531	531	637	637	743	743	848	848	955	955	1,061	1,061	12,887	13,186				
Manzana	Kilo	S/ 1.25	4,776	13	266	266	319	319	372	372	424	424	478	478	531	531	6,444	6,593				
Melocotón	Kilo	S/ 3.81	4,776	13	266	266	319	319	372	372	424	424	478	478	531	531	6,444	6,669				
Membrillo	Kilo	S/ 6.00	4,776	13	266	266	319	319	372	372	424	424	478	478	531	531	6,444	6,669				
Mateca	Kilo	S/ 11.80	2,866	8	159	159	191	191	223	223	255	255	287	287	318	318	3,866	4,001				
Clavo de olor	Kilo	S/ 56.00	573	2	32	32	38	38	45	45	51	51	57	57	64	64	773	791				
Lecche condensada	Litro	S/ 3.80	8,029	22	446	446	536	536	625	625	713	713	803	803	892	892	10,831	11,210				
Coco rallado	Kilo	S/ 31.90	364	1	20	20	24	24	28	28	32	32	36	36	40	40	492	503				
Papas rubias	Kilo	S/ 45.00	890	2	49	49	59	59	69	69	79	79	89	89	99	99	1,200	1,228				
Camote	Kilo	S/ 1.00	7,013	19	390	390	468	468	546	546	623	623	701	701	779	779	9,461	9,680				
Zapallo	Kilo	S/ 1.10	3,584	10	199	199	239	239	279	279	318	318	358	358	398	398	4,835	4,947				
Levadura seca	Kilo	S/ 12.00	287	1	16	16	19	19	22	22	25	25	29	29	32	32	387	396				
Harina	Kilo	S/ 1.77	3,291	9	183	183	219	219	256	256	292	292	329	329	366	366	4,439	4,542				
Chancaca	Kilo	S/ 8.30	6,810	19	379	379	454	454	530	530	605	605	681	681	757	757	9,187	9,399				
Manequilla	Kilo	S/ 28.75	1,501	4	83	83	100	100	117	117	133	133	150	150	167	167	2,025	2,072				
Gragas de color	Kilo	S/ 39.60	111	0.3	6	6	7	7	9	9	10	10	11	11	12	12	150	153				
Naranja	Kilo	S/ 1.10	6,858	19	381	381	457	457	534	534	609	609	686	686	762	762	9,251	9,466				
Huevo entero	Kilo	S/ 4.00	11,699	32	650	650	780	780	910	910	1,039	1,039	1,170	1,170	1,300	1,300	15,782	16,148				
Azúcar en polvo	Kilo	S/ 8.00	543	1	30	30	36	36	42	42	48	48	54	54	60	60	733	750				
Esencia de vainilla	Litro	S/ 20.00	231	1	13	13	15	15	18	18	21	21	23	23	26	26	312	319				
Pisco	Litro	S/ 31.40	71	0.2	4	4	5	5	6	6	6	6	7	7	8	8	95	97				
Crema de leche	Litro	S/ 15.90	3,147	9	175	175	210	210	245	245	279	279	315	315	350	350	4,245	4,343				
Queso mantecoso	Kilo	S/ 41.63	412	1	23	23	27	27	32	32	37	37	41	41	46	46	556	569				
Pan frances	Unidad	S/ 0.20	20,601	56	1,145	1,145	1,374	1,374	1,603	1,603	1,829	1,829	2,060	2,060	2,289	2,289	27,792	28,436				
Oporto	Litro	S/ 35.27	206	1	11	11	14	14	16	16	18	18	21	21	23	23	278	284				
Maní	Kilo	S/ 12.00	2,822	8	157	157	188	188	220	220	251	251	282	282	314	314	3,807	3,851				

Elaboración propia

Tabla 47

Programa de compras en soles 2020 - 2024

Materia Prima	Unidad	Precio por Kg/Lt	Requerimiento Anual (2020)	Stock de seguridad	Estacionalidad												Requerimiento Anual (2021)	Requerimiento Anual (2022)	Requerimiento Anual (2023)	Requerimiento Anual (2024)	
					5.56%	5.56%	6.67%	6.67%	7.78%	7.78%	7.78%	8.88%	8.88%	8.88%	10.00%	10.00%					10.00%
Arroz	Kilo	S/ 2.03	S/ 13,014.61	S/ 35.66	S/ 868.07	S/ 868.07	S/ 1,012.54	S/ 1,012.54	S/ 1,155.70	S/ 1,155.70	S/ 1,301.46	S/ 1,301.46	S/ 1,445.92	S/ 1,445.92	S/ 1,591.38	S/ 1,591.38	S/ 1,736.84	S/ 1,736.84	S/ 1,881.30	S/ 1,881.30	
Leche Evaporada	Litro	S/ 2.72	S/ 101,210.07	S/ 277.29	S/ 6,750.71	S/ 6,750.71	S/ 7,874.14	S/ 7,874.14	S/ 8,987.45	S/ 8,987.45	S/ 10,121.01	S/ 10,121.01	S/ 11,244.44	S/ 11,244.44	S/ 12,367.87	S/ 12,367.87	S/ 13,491.30	S/ 13,491.30	S/ 14,614.73	S/ 14,614.73	
Azúcar	Kilo	S/ 1.58	S/ 29,111.69	S/ 79.76	S/ 1,618.61	S/ 1,618.61	S/ 2,264.89	S/ 2,264.89	S/ 2,881.12	S/ 2,881.12	S/ 3,507.40	S/ 3,507.40	S/ 4,133.67	S/ 4,133.67	S/ 4,759.94	S/ 4,759.94	S/ 5,386.21	S/ 5,386.21	S/ 6,012.48	S/ 6,012.48	
Cañela entera	Kilo	S/ 4.80	S/ 3,016.73	S/ 8.27	S/ 167.73	S/ 167.73	S/ 234.70	S/ 234.70	S/ 301.67	S/ 301.67	S/ 368.64	S/ 368.64	S/ 435.61	S/ 435.61	S/ 502.58	S/ 502.58	S/ 569.55	S/ 569.55	S/ 636.52	S/ 636.52	
Cañela en polvo	Kilo	S/ 4.00	S/ 4,817.35	S/ 13.20	S/ 267.84	S/ 267.84	S/ 374.79	S/ 374.79	S/ 481.74	S/ 481.74	S/ 588.69	S/ 588.69	S/ 695.64	S/ 695.64	S/ 802.59	S/ 802.59	S/ 909.54	S/ 909.54	S/ 1,016.49	S/ 1,016.49	
Limón	Kilo	S/ 1.45	S/ 14,475.35	S/ 39.66	S/ 804.83	S/ 804.83	S/ 965.51	S/ 1,126.18	S/ 1,286.85	S/ 1,447.54	S/ 1,608.21	S/ 1,768.88	S/ 1,929.55	S/ 2,090.22	S/ 2,250.89	S/ 2,411.56	S/ 2,572.23	S/ 2,732.90	S/ 2,893.57	S/ 3,054.24	
Maíz Morado	Kilo	S/ 1.30	S/ 12,418.90	S/ 34.02	S/ 690.49	S/ 690.49	S/ 966.19	S/ 1,126.18	S/ 1,286.85	S/ 1,447.54	S/ 1,608.21	S/ 1,768.88	S/ 1,929.55	S/ 2,090.22	S/ 2,250.89	S/ 2,411.56	S/ 2,572.23	S/ 2,732.90	S/ 2,893.57	S/ 3,054.24	
Manzana	Kilo	S/ 1.25	S/ 5,970.54	S/ 16.36	S/ 331.96	S/ 331.96	S/ 464.51	S/ 530.18	S/ 595.85	S/ 661.58	S/ 727.31	S/ 793.04	S/ 858.77	S/ 924.50	S/ 990.23	S/ 1,055.96	S/ 1,121.69	S/ 1,187.42	S/ 1,253.15	S/ 1,318.88	
Melocotón	Kilo	S/ 3.81	S/ 18,198.20	S/ 49.86	S/ 1,011.82	S/ 1,213.82	S/ 1,415.82	S/ 1,617.82	S/ 1,819.82	S/ 2,021.82	S/ 2,223.82	S/ 2,425.82	S/ 2,627.82	S/ 2,829.82	S/ 3,031.82	S/ 3,233.82	S/ 3,435.82	S/ 3,637.82	S/ 3,839.82	S/ 4,041.82	
Membrillo	Kilo	S/ 6.00	S/ 28,658.58	S/ 78.52	S/ 1,593.42	S/ 1,593.42	S/ 2,229.64	S/ 2,229.64	S/ 2,865.86	S/ 2,865.86	S/ 3,502.08	S/ 3,502.08	S/ 4,138.30	S/ 4,138.30	S/ 4,774.52	S/ 4,774.52	S/ 5,410.74	S/ 5,410.74	S/ 6,046.96	S/ 6,046.96	
Morcena	Kilo	S/ 11.80	S/ 33,818.80	S/ 92.65	S/ 1,880.33	S/ 1,880.33	S/ 2,631.10	S/ 2,631.10	S/ 3,381.88	S/ 3,381.88	S/ 4,132.66	S/ 4,132.66	S/ 4,883.44	S/ 4,883.44	S/ 5,634.22	S/ 5,634.22	S/ 6,384.99	S/ 6,384.99	S/ 7,135.77	S/ 7,135.77	
Clavo de olor	Kilo	S/ 56.00	S/ 32,097.61	S/ 87.94	S/ 1,784.63	S/ 1,784.63	S/ 2,497.19	S/ 2,497.19	S/ 3,209.76	S/ 3,209.76	S/ 3,922.33	S/ 3,922.33	S/ 4,634.90	S/ 4,634.90	S/ 5,347.47	S/ 5,347.47	S/ 6,059.04	S/ 6,059.04	S/ 6,771.61	S/ 6,771.61	
Leche condensada	Litro	S/ 3.80	S/ 30,510.20	S/ 83.59	S/ 1,696.37	S/ 2,035.03	S/ 2,473.69	S/ 2,912.35	S/ 3,351.01	S/ 3,789.67	S/ 4,228.33	S/ 4,666.99	S/ 5,105.65	S/ 5,544.31	S/ 5,982.97	S/ 6,421.63	S/ 6,860.29	S/ 7,298.95	S/ 7,737.61	S/ 8,176.27	
Coco rallado	Kilo	S/ 31.90	S/ 11,626.79	S/ 31.85	S/ 646.45	S/ 646.45	S/ 904.56	S/ 904.56	S/ 1,162.68	S/ 1,162.68	S/ 1,420.80	S/ 1,420.80	S/ 1,678.92	S/ 1,678.92	S/ 1,937.04	S/ 1,937.04	S/ 2,195.16	S/ 2,195.16	S/ 2,453.28	S/ 2,453.28	
Papas rubias	Kilo	S/ 45.00	S/ 40,035.23	S/ 109.69	S/ 2,225.96	S/ 2,225.96	S/ 3,114.74	S/ 3,114.74	S/ 4,003.52	S/ 4,003.52	S/ 4,892.30	S/ 4,892.30	S/ 5,781.08	S/ 5,781.08	S/ 6,669.86	S/ 6,669.86	S/ 7,558.64	S/ 7,558.64	S/ 8,447.42	S/ 8,447.42	
Canote	Kilo	S/ 1.00	S/ 7,012.96	S/ 19.21	S/ 389.92	S/ 389.92	S/ 545.61	S/ 545.61	S/ 701.30	S/ 701.30	S/ 857.00	S/ 857.00	S/ 1,012.69	S/ 1,012.69	S/ 1,168.38	S/ 1,168.38	S/ 1,324.07	S/ 1,324.07	S/ 1,479.76	S/ 1,479.76	
Zapallo	Kilo	S/ 1.10	S/ 3,942.40	S/ 10.80	S/ 219.20	S/ 219.20	S/ 306.72	S/ 306.72	S/ 394.24	S/ 394.24	S/ 481.76	S/ 481.76	S/ 569.28	S/ 569.28	S/ 656.80	S/ 656.80	S/ 744.32	S/ 744.32	S/ 831.84	S/ 831.84	
Levadura seca	Kilo	S/ 12.00	S/ 3,444.00	S/ 9.44	S/ 191.49	S/ 191.49	S/ 267.94	S/ 267.94	S/ 344.40	S/ 344.40	S/ 420.86	S/ 420.86	S/ 497.32	S/ 497.32	S/ 573.78	S/ 573.78	S/ 650.24	S/ 650.24	S/ 726.70	S/ 726.70	
Harina	Kilo	S/ 1.77	S/ 5,824.34	S/ 15.96	S/ 323.83	S/ 323.83	S/ 453.13	S/ 453.13	S/ 582.43	S/ 582.43	S/ 711.73	S/ 711.73	S/ 841.03	S/ 841.03	S/ 970.33	S/ 970.33	S/ 1,099.63	S/ 1,099.63	S/ 1,228.93	S/ 1,228.93	
Chocacaca	Kilo	S/ 8.30	S/ 56,521.04	S/ 154.85	S/ 3,142.57	S/ 3,142.57	S/ 4,397.34	S/ 4,397.34	S/ 5,652.10	S/ 5,652.10	S/ 6,906.86	S/ 6,906.86	S/ 8,161.62	S/ 8,161.62	S/ 9,416.38	S/ 9,416.38	S/ 10,671.14	S/ 10,671.14	S/ 11,925.90	S/ 11,925.90	
Mantequilla	Kilo	S/ 28.75	S/ 43,148.02	S/ 118.21	S/ 2,399.03	S/ 2,399.03	S/ 3,356.92	S/ 3,356.92	S/ 4,314.80	S/ 4,314.80	S/ 5,272.69	S/ 5,272.69	S/ 6,230.58	S/ 6,230.58	S/ 7,188.47	S/ 7,188.47	S/ 8,146.36	S/ 8,146.36	S/ 9,104.25	S/ 9,104.25	
Gaseas de color	Kilo	S/ 39.60	S/ 4,392.00	S/ 12.03	S/ 244.20	S/ 244.20	S/ 341.70	S/ 341.70	S/ 439.20	S/ 439.20	S/ 536.70	S/ 536.70	S/ 634.20	S/ 634.20	S/ 731.70	S/ 731.70	S/ 829.20	S/ 829.20	S/ 926.70	S/ 926.70	
Naranja	Kilo	S/ 1.10	S/ 7,543.80	S/ 20.67	S/ 419.44	S/ 419.44	S/ 586.91	S/ 586.91	S/ 754.38	S/ 754.38	S/ 921.85	S/ 921.85	S/ 1,089.32	S/ 1,089.32	S/ 1,256.79	S/ 1,256.79	S/ 1,424.26	S/ 1,424.26	S/ 1,591.73	S/ 1,591.73	
Huevo entero	Kilo	S/ 4.00	S/ 46,795.18	S/ 128.21	S/ 2,601.81	S/ 2,601.81	S/ 3,640.67	S/ 3,640.67	S/ 4,679.52	S/ 4,679.52	S/ 5,718.38	S/ 5,718.38	S/ 6,757.23	S/ 6,757.23	S/ 7,796.08	S/ 7,796.08	S/ 8,834.94	S/ 8,834.94	S/ 9,873.79	S/ 9,873.79	
Azúcar en polvo	Kilo	S/ 8.00	S/ 4,344.00	S/ 11.90	S/ 241.53	S/ 241.53	S/ 339.96	S/ 339.96	S/ 438.39	S/ 438.39	S/ 536.82	S/ 536.82	S/ 635.25	S/ 635.25	S/ 733.68	S/ 733.68	S/ 832.11	S/ 832.11	S/ 930.54	S/ 930.54	
Esencia de vainilla	Litro	S/ 20.00	S/ 4,622.62	S/ 12.66	S/ 257.02	S/ 257.02	S/ 359.64	S/ 359.64	S/ 462.26	S/ 462.26	S/ 564.88	S/ 564.88	S/ 667.50	S/ 667.50	S/ 770.12	S/ 770.12	S/ 872.74	S/ 872.74	S/ 975.36	S/ 975.36	
Pisco	Litro	S/ 31.40	S/ 2,229.40	S/ 6.11	S/ 123.95	S/ 123.95	S/ 173.45	S/ 173.45	S/ 222.94	S/ 222.94	S/ 272.44	S/ 272.44	S/ 321.94	S/ 321.94	S/ 371.44	S/ 371.44	S/ 420.94	S/ 420.94	S/ 470.44	S/ 470.44	
Crema de leche	Litro	S/ 15.90	S/ 50,037.30	S/ 137.09	S/ 2,782.07	S/ 2,782.07	S/ 3,892.90	S/ 3,892.90	S/ 5,003.73	S/ 5,003.73	S/ 6,114.56	S/ 6,114.56	S/ 7,225.39	S/ 7,225.39	S/ 8,336.22	S/ 8,336.22	S/ 9,447.05	S/ 9,447.05	S/ 10,557.88	S/ 10,557.88	
Queso mantecoso	Kilo	S/ 41.63	S/ 17,152.76	S/ 46.99	S/ 953.69	S/ 953.69	S/ 1,334.48	S/ 1,334.48	S/ 1,715.28	S/ 1,715.28	S/ 2,096.08	S/ 2,096.08	S/ 2,476.88	S/ 2,476.88	S/ 2,857.68	S/ 2,857.68	S/ 3,238.48	S/ 3,238.48	S/ 3,619.28	S/ 3,619.28	
Panfrances	Unidad	S/ 0.20	S/ 4,120.20	S/ 11.29	S/ 229.09	S/ 229.09	S/ 320.56	S/ 320.56	S/ 412.03	S/ 412.03	S/ 503.50	S/ 503.50	S/ 594.97	S/ 594.97	S/ 686.44	S/ 686.44	S/ 777.91	S/ 777.91	S/ 869.38	S/ 869.38	
Oporto	Litro	S/ 35.27	S/ 7,266.13	S/ 19.91	S/ 404.00	S/ 404.00	S/ 565.30	S/ 565.30	S/ 726.60	S/ 726.60	S/ 887.90	S/ 887.90	S/ 1,049.20	S/ 1,049.20	S/ 1,210.50	S/ 1,210.50	S/ 1,371.80	S/ 1,371.80	S/ 1,533.10	S/ 1,533.10	
Mami	Kilo	S/ 12.00	S/ 33,865.38	S/ 92.78	S/ 1,882.92	S/ 1,882.92	S/ 2,634.73	S/ 2,634.73	S/ 3,386.54	S/ 3,386.54	S/ 4,138.35	S/ 4,138.35	S/ 4,890.16	S/ 4,890.16	S/ 5,641.97	S/ 5,641.97	S/ 6,393.78	S/ 6,393.78	S/ 7,145.59	S/ 7,145.59	
Total		S/ 475.46	S/ 681,242.24	S/ 1,866.42	S/ 37,877.07	S/ 45,438.86	S/ 53,000.65	S/ 60,494.31	S/ 68,124.22	S/ 75,686.01	S/ 83,247.80	S/ 90,809.59	S/ 98,371.38	S/ 105,933.17	S/ 113,494.96	S/ 121,056.75	S/ 128,618.54	S/ 136,180.33	S/ 143,742.12	S/ 151,303.91	S/ 158,865.70

Elaboración propia

6.2.5. Requerimiento de mano de obra (2020 – 2024)

Tabla 48

Requerimiento de mano de obra

Tipo de mano de obra	Planilla de mano de obra	Cantidad de personas año 1	Cantidad de personas año 2	Cantidad de personas año 3	Cantidad de personas año 4	Cantidad de personas año 5
Administrativo	Gerente General	1	1	1	1	1
Producción	Jefe de producción	1	1	1	1	1
Producción	Operario	3	4	5	5	6
Servicio	Jefe de servicio	1	1	1	1	1
Servicio	Personal de servicio	4	4	4	5	5

Elaboración propia

Para el inicio de este proyecto, se contará con 01 gerente general, 01 jefe de ventas y marketing, 01 jefe de producción, 03 operarios, 01 jefe de servicio y 4 personas para servicio, de las cuales 1 es anfitriona.

Con el avance del proyecto para los años 4 y 5 (2023 y 2024) se incrementará el número de operarios a 6 y el número de personal de servicio a 5, esto debido al incremento proyectado de la demanda que tendremos, por lo que necesitaremos más producción y nuestros anteriores 4 operarios no se darán a basto, al igual que el caso del personal de servicio.

En el caso de los operarios cada uno tiene una capacidad de producción de 595 postres individuales. Se puede producir 10 kilos de mazamorra, arroz con leche y arroz zambito en dos horas es decir 17 unidades, la máquina de picarones nos reducirá tiempo ya que produce hasta 800 unidades por día y lo que le tomara de tiempo al operario es de 20 minutos para introducir los ingredientes y luego retirar los picarones. Cada operario puede producir hasta 4 moldes de postres en el horno cada 2 horas lo que da un total de 192 postres individuales al día.

6.3. TECNOLOGÍA PARA EL PROCESO

Dado el proceso de producción y el volumen establecido, se detalla el requerimiento de maquinarias, equipos y herramientas. Además, se requerirá de maquinaria de conservación y muebles para los postres que estarán en el salón.

6.3.1. Maquinarias

a) Cocina industrial

La cocina industrial será utilizada para hervir y luego ser útil en el proceso de elaboración de postres como mazamorra, arroz con leche, arroz zambito, acuña, sanguito, y mana. Por las funciones que desempeñar, se necesita una cocina de cuatro hornillas por las dimensiones de las ollas que se utilizaran.

Para esta máquina los factores de decisión fueron la capacidad de la cocina en número de hornillas, quemadores, tamaño y precio por sobre las opciones presentadas.

Con esta cocina se lograría hacer 10 kilos de mazamorra, arroz con leche, arroz zambito y sanguito cada 2 horas, para la producción de la acuña solo necesita

de 10 minutos para hervir uno de los ingredientes al igual que con el postre mana. **Ver anexo 1.**

b) Máquina de picarones

Debido al tamaño de producción de picarones se utilizará una maquina especial productora de picaron donde ingresaran los insumos se hará la mezcla, se freira y se despachara todo en la misma máquina.

La capacidad de producción de esta cocina es de 500 a 800 unidades de picarones por hora. **Ver anexo 2.**

c) Freidora

Esta freidora se utilizará para elaboración del ranfañote. Es una freidora de piso de 2 canastas, esta freidora brindará la facilidad y rapidez a la preparación de este postre, ya que se necesitará freír uno de los ingredientes para continuar con la preparación. **Ver anexo 3**

d) Batidora industrial

La batidora se utilizará para la preparación de los postres como mana y huevo chimbo. La capacidad de la batidora es de 15 litros, esto nos da la oportunidad de mezclar los ingredientes y además de amasar, lo que nos reducirá tiempo. En total se puede producir 15 kilos de maza de mana y huevo chimbo por hora alternando cada postre lo que nos da un total de capacidad de producción de 60 kilos de cada postre como máximo. **Ver anexo 4**

e) Mesa de trabajo

Se usarán 2 mesas de trabajo para la preparación de los postres dentro de la cocina, se comprarán dos mesas de trabajo debido a la cantidad de producción de todos los postres que se elaborarán. En estas mesas podrán trabajar 2 personas en cada una lo que nos da un total de 4 personas. **Ver anexo 5**

f) Horno

Se utilizará el horno de 4 pisos para la elaboración de los postres como huevo chimbo, mana y camotillo. Debido a la cantidad de producción de estos 3 postres se optó por la utilización de dos hornos. Con estos hornos la capacidad de producción es de 8 bandejas de postres cada 2 horas con un total de producción por día de 16 bandejas de postres. **Ver anexo 6**

g) Armario de refrigeración

El armario de refrigeración se utilizará para el almacenamiento de los postres que se compraran ya elaborados y los postres que se preparan el local. Debido a la cantidad de postres que se necesitaran refrigerar se optó por una máquina de refrigeración de dos puertas de 6 pisos con capacidad de volumen de 730 litros, la capacidad promedio será de 24 tortas en total. **Ver anexo 7.**

h) Vitrinas expositoras

Las vitrinas expositoras se ubicarán en el salón principal como parte del buffet, en ellas se colocarán los postres que necesiten refrigeración, es por esto el tipo

de vitrina refrigerada además este modelo es self - service es ideal para que los comensales puedan obtener los postres que deseen por ellos mismos.

Debido a la cantidad de postres que necesitan refrigeración se utilizarán dos vitrinas que se colocaran una a cada lado de la mesa de buffet principal. La capacidad de cada vitrina es de 5 fuentes de postres por piso lo que da un total de 15 fuentes y ya que serán dos en el local será un total de 30 fuentes de postres. **Ver anexo 8**

i) Máquina self - service

Las mesas de buffet se ubicarán en el salón principal, en estas se servirán los postres calientes o que necesiten estar a cierta temperatura para su conservación. Se colocarán 2 mesas juntas a lo largo el salón. La capacidad total de las dos mesas es de 12 bandejas. **Ver anexo 9**

j) Máquina de helado

La máquina de helado se ubicará en el salón principal para que los comensales puedan servirse por ellos mismos las cantidades que deseen debido a la cantidad de personas se optó por un modelo con 3 dispensadores. La máquina demora en producir el helado 15 minutos luego de ponerle los ingredientes y tiene una capacidad de 18 a 25 litros. **Ver anexo 10**

k) Lavadero de 2 pozas

El lavadero se ubicará en la concina. Se optó por una de dos pozas debido a la cantidad de menaje y utensilios que se lavaran por día y/o turno. **Ver anexo 11**

Tabla 49

Resumen del presupuesto de maquinaria

Maquinarias	Cantidad	Precio de venta unitario	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Máquina para picarones	1	S/ 4,197.00	S/ 3,556.78	S/ 3,556.78	S/ 640.22	S/ 4,197.00
Freidora	1	S/ 3,800.00	S/ 3,220.34	S/ 3,220.34	S/ 579.66	S/ 3,800.00
Batidora	1	S/ 1,949.00	S/ 1,651.69	S/ 1,651.69	S/ 297.31	S/ 1,949.00
Mesa de trabajo	2	S/ 600.00	S/ 508.47	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00
Cocina industrial	1	S/ 1,300.00	S/ 1,101.69	S/ 1,101.69	S/ 198.31	S/ 1,300.00
Horno	2	S/ 1,400.00	S/ 1,186.44	S/ 2,372.88	S/ 427.12	S/ 2,800.00
Armario de refrigeración	1	S/ 3,600.00	S/ 3,050.85	S/ 3,050.85	S/ 549.15	S/ 3,600.00
Vitrinas expositoras	2	S/ 2,900.00	S/ 2,457.63	S/ 4,915.25	S/ 884.75	S/ 5,800.00
Máquina self - service	2	S/ 4,000.00	S/ 3,389.83	S/ 6,779.66	S/ 1,220.34	S/ 8,000.00
Máquina de helado	1	S/ 6,500.00	S/ 5,508.47	S/ 5,508.47	S/ 991.53	S/ 6,500.00
Lavadero 2 pozas	1	S/ 1,350.00	S/ 1,144.07	S/ 1,144.07	S/ 205.93	S/ 1,350.00
				S/ 34,318.64	S/ 6,177.36	S/ 40,496.00

Elaboración propia

6.3.2. Equipos

a) Licuadora

La licuadora se utilizará para la elaboración de postres como: camotillo y sanguito, es por esta razón de que solo se compraran 2 licuadoras. La decisión de la marca es por la relación precio calidad del equipo. La capacidad de la licuadora es de 2 litros. **Ver anexo 12**

b) Balanza

La balanza reposterera se utilizará para controlar las cantidades de ingredientes a utilizar para la elaboración de los postres y también para garantizar el correcto contenido de las porciones que se servirá. Por lo cual, las necesidades básicas son especificación de gramos, tamaño compacto y alimentación a base de pilas o baterías. Puede pesar productos de hasta 10 kilos. **Ver anexo 13**

c) Batidora

La batidora será utilizada para preparar el huevo chimbo, camotillo, mana, y sanguito. Por lo que decidió en comprar 2 batidoras de mano. **Ver anexo 14**

d) Caja computarizada de restaurante

Dulce adicción tendrá dos cajas debido al flujo de personas por día/turno para la rapidez a la hora de pagar. La caja consta de una computadora, una gaveta de dinero y una impresora de boletas.

e) Pantalla táctil de pedidos

En la cocina se colocarán 2 pantallas táctiles donde se verá la lista de producción, instrucciones de elaboración, horarios de trabajo y otra información necesaria. **Ver anexo 16**

Tabla 50
Resumen del presupuesto de equipos

Equipos	Cantidad	Precio de venta unitario	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Licuadaora	2	S/ 300.00	S/ 254.24	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
Balanza	2	S/ 22.99	S/ 19.48	S/ 38.97	S/ 7.01	S/ 45.98
Batidoras	2	S/ 109.99	S/ 93.21	S/ 186.42	S/ 33.56	S/ 219.98
Computadora restaurante	2	S/ 2,900.00	S/ 2,457.63	S/ 4,915.25	S/ 884.75	S/ 5,800.00
Pantalla táctil de pedidos	2	S/ 1,099.00	S/ 931.36	S/ 1,862.71	S/ 335.29	S/ 2,198.00
Mesas	24	S/ 230.00	S/ 194.92	S/ 4,677.97	S/ 842.03	S/ 5,520.00
Tapetes piso cocina	6	S/ 100.00	S/ 84.75	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
Terminal punto de venta (POS)	4	S/ 350.00	S/ 296.61	S/ 1,186.44	S/ 213.56	S/ 1,400.00
				S/ 13,884.71	S/2,499.25	S/16,383.96

Elaboración propia

6.3.3. Herramientas

Como parte de las herramientas empleadas durante los procedimientos productivos, se incluyeron útiles de trabajo como medida de protección para los trabajadores ante incidentes y para asegurar la higiene y calidad de los procesos.

a) Útiles de trabajo

Los útiles de trabajo están conformados por aquellos que sirven para garantizar la higienización y los cuidados propios que los productos necesitan como guantes, mandiles, gorros descartables y mascarillas.

Tabla 51
Resumen del presupuesto de útiles de trabajo

Útiles de trabajo	Cantidad	Precio de venta unitario	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia
Guantes x 100 und	2	S/ 15.00	S/ 12.71	S/ 25.42	S/ 4.58	S/ 30.00	Mensual
Gorros descartables x 50 und	1	S/ 7.00	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 1.07	S/ 7.00	Mensual
Mandil de plástico	4	S/ 15.90	S/ 13.47	S/ 53.90	S/ 9.70	S/ 63.60	Semestral
Mascarillas x 50 und	1	S/ 6.00	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 0.92	S/ 6.00	Mensual
				S/ 90.34	S/ 16.26	S/ 106.60	

Elaboración propia

Tabla 52
Reposición de útiles de trabajo 2020

Reposición de útiles de trabajo	2020												
	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Guantes x 100 unidades	S/ 25.42	S/25.42	S/ 25.42	S/25.42	S/25.42	S/25.42	S/25.42	S/25.42	S/ 25.42				
Gorros descartables x 50 unidades	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93	S/ 5.93				
Mandil de plástico	S/ 53.90						S/ 53.90						S/ 53.90
Mascarillas x 50 unidades	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08	S/ 5.08				
Total Valor de Venta	S/ 90.34	S/ 36.44	S/ 36.44	S/ 36.44	S/ 36.44	S/36.44	S/ 90.34	S/36.44	S/36.44	S/36.44	S/36.44	S/36.44	S/ 90.34
IGV	S/ 16.26	S/ 6.56	S/ 6.56	S/ 6.56	S/ 6.56	S/ 6.56	S/ 16.26	S/ 6.56	S/ 16.26				
Monto total	S/106.60	S/ 43.00	S/ 43.00	S/ 43.00	S/ 43.00	S/43.00	S/106.60	S/43.00	S/43.00	S/43.00	S/43.00	S/43.00	S/106.60

Elaboración propia

Tabla 53
Reposición de útiles de trabajo 2021 - 2024

Reposición de útiles de trabajo	2021	2022	2023	2024
Guantes x 100 unidades	S/305.04	S/305.04	S/305.04	S/305.04
Gorros descartables x 50 unidades	S/ 71.16	S/ 71.16	S/ 71.16	S/ 71.16
Mandil de plástico	S/107.80	S/107.80	S/107.80	S/107.80
Mascarillas x 50 unidades	S/ 60.96	S/ 60.96	S/ 60.96	S/ 60.96
Total Valor de Venta	S/545.08	S/545.08	S/545.08	S/545.08
IGV	S/ 98.12	S/ 98.12	S/ 98.12	S/ 98.12
Monto total	S/643.20	S/643.20	S/643.20	S/643.20

Elaboración propia

b) Utensilios

Como apoyo a la maquinaria y equipos requeridos para la creación de los productos, son indispensables utensilios como ollas industriales, bowls metálicos, cucharas de madera, cuchillos, tabla para cortar, rallador, moldes rectangulares, cernidora, set de tazas medidoras, guantes para horno, espátulas de silicona, menaje y cubiertos.

Tabla 54
Resumen del presupuesto de utensilios

Utensilios	Cantidad	Precio de venta unitario	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia
Olla industrial	8	S/ 452.00	S/ 383.05	S/ 3,064.41	S/ 551.59	S/3,616.00	Semestral
Bowls metálicos	8	S/ 7.90	S/ 6.69	S/ 53.56	S/ 9.64	S/ 63.20	Semestral
Cucharas de madera	10	S/ 4.90	S/ 4.15	S/ 41.53	S/ 7.47	S/ 49.00	Semestral
Cuchillo	2	S/ 39.90	S/ 33.81	S/ 67.63	S/ 12.17	S/ 79.80	Semestral
Tabla para cortar	2	S/ 14.90	S/ 12.63	S/ 25.25	S/ 4.55	S/ 29.80	Semestral
Rallador	2	S/ 10.00	S/ 8.47	S/ 16.95	S/ 3.05	S/ 20.00	Semestral
Moldes rectangulares	6	S/ 8.00	S/ 6.78	S/ 40.68	S/ 7.32	S/ 48.00	Semestral
Cernidora	2	S/ 30.00	S/ 25.42	S/ 50.85	S/ 9.15	S/ 60.00	Semestral
Set de tazas medidoras	3	S/ 34.90	S/ 29.58	S/ 88.73	S/ 15.97	S/ 104.70	Semestral
Guantes para horno	3	S/ 168.00	S/ 142.37	S/ 427.12	S/ 76.88	S/ 504.00	Semestral
Espátulas de silicona	10	S/ 18.00	S/ 15.25	S/ 152.54	S/ 27.46	S/ 180.00	Semestral
Menaje	1	S/ 614.00	S/ 520.34	S/ 520.34	S/ 93.66	S/ 614.00	Semestral
Cubiertos set 48 piezas	10	S/ 79.00	S/ 66.95	S/ 669.49	S/ 120.51	S/ 790.00	Semestral
Uniforme personal	14	S/ 35.00	S/ 29.66	S/ 415.25	S/ 74.75	S/ 490.00	Semestral
				S/ 5,634.32	S/1,014.18	S/6,648.50	

Elaboración propia

Tabla 55
Reposición de los utensilios 2020

Reposición utensilios	Dic-19	2020												
		Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	
Olla industrial	S/ 3,064.41						S/3,064.41							S/3,064.41
Bowls metálicos	S/ 53.56						S/ 53.56							S/ 53.56
Cucharas de madera	S/ 41.53						S/ 41.53							S/ 41.53
Cuchillo	S/ 67.63						S/ 67.63							S/ 67.63
Tabla para cortar	S/ 25.25						S/ 25.25							S/ 25.25
Rallador	S/ 16.95						S/ 16.95							S/ 16.95
Moldes rectangulares	S/ 40.68						S/ 40.68							S/ 40.68
Cernidora	S/ 50.85						S/ 50.85							S/ 50.85
Set de tazas medidoras	S/ 88.73						S/ 88.73							S/ 88.73
Guantes para horno	S/ 427.12						S/ 427.12							S/ 427.12
Espátulas de silicona	S/ 152.54						S/ 152.54							S/ 152.54
Menaje	S/ 520.34						S/ 520.34							S/ 520.34
Cubiertos set 48 piezas	S/ 669.49						S/ 669.49							S/ 669.49
Uniforme personal	S/ 415.25						S/ 415.25							S/ 415.25
Total Valor de Venta	S/ 5,634.32						S/5,634.32							S/5,634.32
IGV	S/ 1,014.18						S/1,014.18							S/1,014.18
Monto total	S/ 6,648.50						S/6,648.50							S/6,648.50

Elaboración propia

Tabla 56
Reposición de los utensilios 2021 - 2024

Reposición utensilios	2021	2022	2023	2024
Olla industrial	S/ 6,128.81	S/ 6,128.81	S/ 6,128.81	S/ 6,128.81
Bowls metálicos	S/ 107.12	S/ 107.12	S/ 107.12	S/ 107.12
Cucharas de madera	S/ 83.05	S/ 83.05	S/ 83.05	S/ 83.05
Cuchillo	S/ 135.25	S/ 135.25	S/ 135.25	S/ 135.25
Tabla para cortar	S/ 50.51	S/ 50.51	S/ 50.51	S/ 50.51
Rallador	S/ 33.90	S/ 33.90	S/ 33.90	S/ 33.90
Moldes rectangulares	S/ 81.36	S/ 81.36	S/ 81.36	S/ 81.36
Cernidora	S/ 101.69	S/ 101.69	S/ 101.69	S/ 101.69
Set de tazas medidoras	S/ 177.46	S/ 177.46	S/ 177.46	S/ 177.46
Guantes para horno	S/ 854.24	S/ 854.24	S/ 854.24	S/ 854.24
Espátulas de silicona	S/ 305.08	S/ 305.08	S/ 305.08	S/ 305.08
Menaje	S/ 1,040.68	S/ 1,040.68	S/ 1,040.68	S/ 1,040.68
Cubiertos set 48 piezas	S/ 1,338.98	S/ 1,338.98	S/ 1,338.98	S/ 1,338.98
Uniforme personal	S/ 830.51	S/ 830.51	S/ 830.51	S/ 830.51
Total Valor de Venta	S/11,268.64	S/11,268.64	S/11,268.64	S/11,268.64
IGV	S/ 2,028.36	S/ 2,028.36	S/ 2,028.36	S/ 2,028.36
Monto total	S/13,297.00	S/13,297.00	S/13,297.00	S/13,297.00

Elaboración propia

c) Útiles de limpieza

Como complemento a los útiles de trabajo, se especifican los útiles de limpieza imprescindibles para el correcto desarrollo de procesos como lejía, guantes plásticos, escoba, recogedor, desinfectante, limpia vidrios, paños para secar, esponja verde, papel sanitario, jabón, gel antibacterial, papel toalla, papel aluminio y papel filme.

Tabla 57
Resumen del presupuesto de útiles de limpieza

Útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia
Lejía	2	S/ 13.30	S/ 11.27	S/ 22.54	S/ 4.06	S/ 26.60	Quincenal
Guantes	2	S/ 9.90	S/ 8.39	S/ 16.78	S/ 3.02	S/ 19.80	Mensual
Escoba + Recogedor	2	S/ 19.90	S/ 16.86	S/ 33.73	S/ 6.07	S/ 39.80	Trimestral
Desinfectante	2	S/ 10.90	S/ 9.24	S/ 18.47	S/ 3.33	S/ 21.80	Quincenal
Limpia vidrios	2	S/ 9.90	S/ 8.39	S/ 16.78	S/ 3.02	S/ 19.80	Quincenal
Paño seca todo	1	S/ 11.90	S/ 10.08	S/ 10.08	S/ 1.82	S/ 11.90	Mensual
Esponja verde	1	S/ 6.90	S/ 5.85	S/ 5.85	S/ 1.05	S/ 6.90	Mensual
Papel Higienico	1	S/ 13.95	S/ 11.82	S/ 11.82	S/ 2.13	S/ 13.95	Semanal
Jabon	2	S/ 2.10	S/ 1.78	S/ 3.56	S/ 0.64	S/ 4.20	Quincenal
Gel Antibacterial	2	S/ 13.90	S/ 11.78	S/ 23.56	S/ 4.24	S/ 27.80	Semanal
Papel toalla	3	S/ 5.95	S/ 5.04	S/ 15.13	S/ 2.72	S/ 17.85	Semanal
Trapeador	2	S/ 59.90	S/ 50.76	S/ 101.53	S/ 18.27	S/ 119.80	Trimestral
Papel aluminio	3	S/ 12.90	S/ 10.93	S/ 32.80	S/ 5.90	S/ 38.70	Mensual
Papel filme	3	S/ 6.90	S/ 5.85	S/ 17.54	S/ 3.16	S/ 20.70	Mensual
				S/ 330.17	S/ 59.43	S/ 389.60	

Elaboración propia

Tabla 58
Reposición de los útiles de limpieza 2020

Reposición de útiles de limpieza	2020												
	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Lejía	S/ 45.08												
Guantes	S/ 16.78												
Escoba + Recogedor	S/ 33.73			S/ 33.73									
Desinfectante	S/ 36.95												
Limpia vidrios	S/ 33.56												
Paño seco todo	S/ 10.08												
Esponja verde	S/ 5.85												
Papel Higiénico	S/ 47.29												
Jabón	S/ 7.12												
Gel Antibacterial	S/ 94.24												
Papel toalla	S/ 60.51												
Trapeador	S/101.53			S/101.53			S/101.53			S/101.53			S/101.53
Papel aluminio	S/ 32.80												
Papel film	S/ 17.54												
Total Valor de Venta	S/543.05	S/407.80	S/407.80	S/543.05									
IGV	S/ 97.75	S/ 73.40	S/ 73.40	S/ 97.75	S/ 73.40	S/ 73.40	S/ 97.75	S/ 73.40	S/ 73.40	S/ 97.75	S/ 73.40	S/ 73.40	S/ 97.75
Monto total	S/640.80	S/481.20	S/481.20	S/640.80									

Elaboración propia

Tabla 59
Reposición de útiles de limpieza 2021 - 2024

Reposición de útiles de limpieza	2021	2022	2023	2024
Lejía	S/ 541.02	S/ 541.02	S/ 541.02	S/ 541.02
Guantes	S/ 201.36	S/ 201.36	S/ 201.36	S/ 201.36
Escoba + Recogedor	S/ 134.92	S/ 134.92	S/ 134.92	S/ 134.92
Desinfectante	S/ 443.39	S/ 443.39	S/ 443.39	S/ 443.39
Limpia vidrios	S/ 402.71	S/ 402.71	S/ 402.71	S/ 402.71
Paño seco todo	S/ 121.02	S/ 121.02	S/ 121.02	S/ 121.02
Esponja verde	S/ 70.17	S/ 70.17	S/ 70.17	S/ 70.17
Papel Higiénico	S/ 567.46	S/ 567.46	S/ 567.46	S/ 567.46
Jabón	S/ 85.42	S/ 85.42	S/ 85.42	S/ 85.42
Gel Antibacterial	S/1,130.85	S/1,130.85	S/1,130.85	S/1,130.85
Papel toalla	S/ 726.10	S/ 726.10	S/ 726.10	S/ 726.10
Trapeador	S/ 406.10	S/ 406.10	S/ 406.10	S/ 406.10
Papel aluminio	S/ 393.56	S/ 393.56	S/ 393.56	S/ 393.56
Papel film	S/ 210.51	S/ 210.51	S/ 210.51	S/ 210.51
Total Valor de Venta	S/5,434.58	S/5,434.58	S/5,434.58	S/5,434.58
IGV	S/ 978.22	S/ 978.22	S/ 978.22	S/ 978.22
Monto total	S/6,412.80	S/6,412.80	S/6,412.80	S/6,412.80

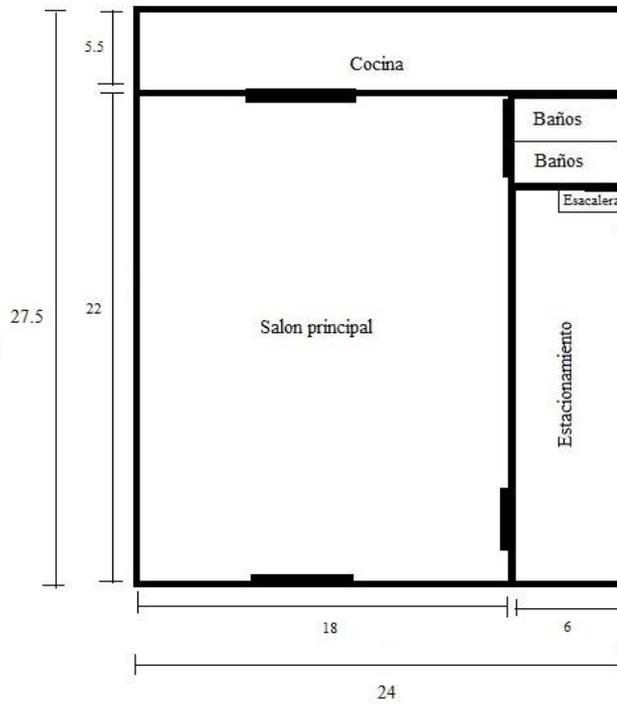
Elaboración propia

6.4. LOCACIÓN

6.4.1. Plano del proyecto: distribución de las máquinas y equipos

6.4.1.1. Plano de la primera planta

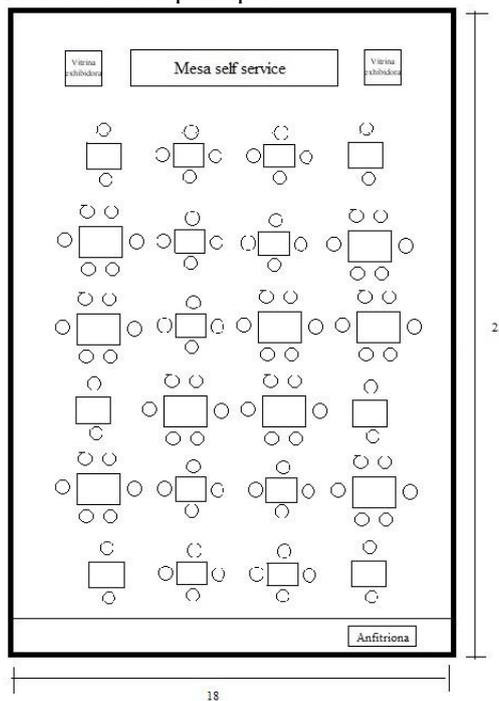
Ilustración 7
Plano de la primera planta



Elaboración propia

6.4.1.2. Plano del salón principal

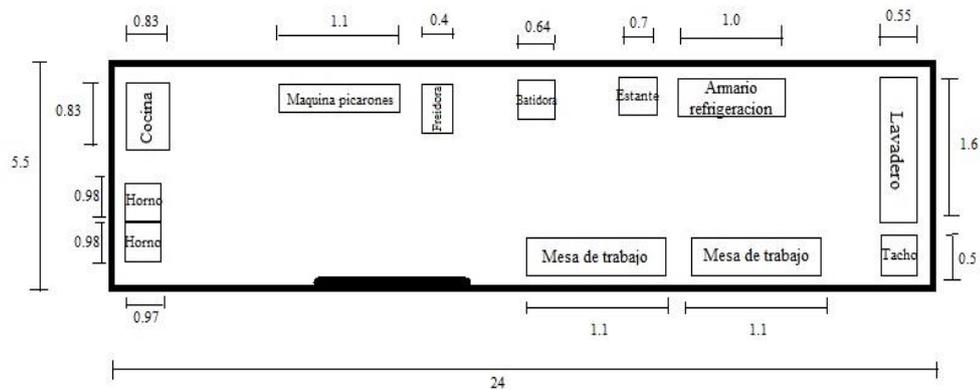
Ilustración 8
Plano del salón principal



Elaboración propia

6.4.1.3. Plano de la cocina

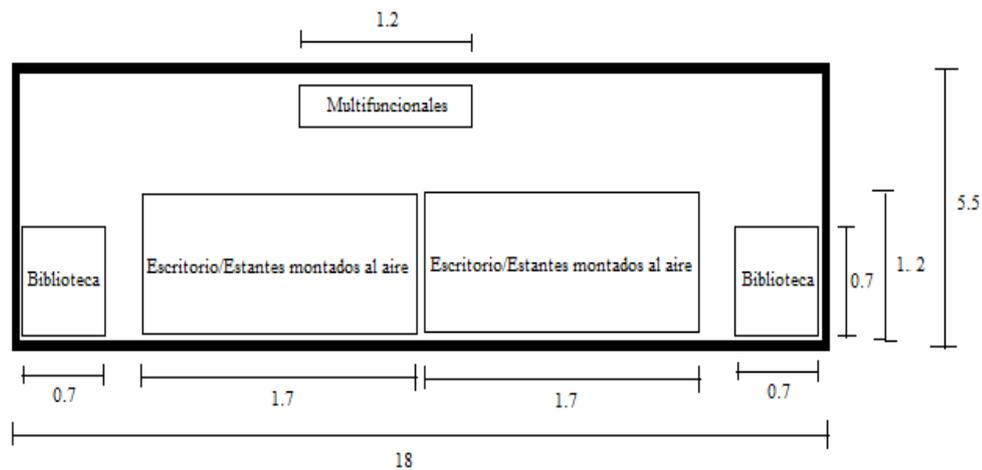
Ilustración 9
Plano de la cocina



Elaboración propia

6.4.1.4. Plano de la oficina

Ilustración 10
Plano de la oficina



Elaboración propia

6.4.2. Descripción del centro de operaciones

El centro de operaciones estará ubicado en el distrito de San Isidro. El local consta de dos pisos, en el primero se encuentran el comedor, la cocina, los baños para los comensales y el estacionamiento y en el segundo piso estará las oficinas y los baños de los trabajadores.

El área de la cocina tiene una distribución de 5.5 metros x 24 metros, el del comedor es de 22 metros x 18 metros y el de las oficinas es de 22 metros x 8 metros.

Se aprovecharán la división preexistente del local para poder dividir el local del centro de operaciones, con centro de funciones administrativas.

6.4.2.1. Funciones administrativas

Las funciones administrativas serán desarrolladas por 3 personas: el gerente general, el jefe de venta y el jefe de producción, quienes se desenvolverán en un ambiente donde podrán encontrar bibliotecas donde podrán guardar todos los documentos necesarios, así como 2 estantes aéreos montados. Habrá 2 escritorios para poder desarrollar sus funciones y una impresora multifuncional compartida.

6.4.2.2. Centro de operaciones

En la cocina se preparan los postres, se servirá y se llevará al comedor. El espacio consta de 132 metros² donde se encontrará una máquina para picarones, una freidora, una batidora, 2 mesas de trabajo, una cocina industrial, 2 hornos, un armario de refrigeración, un estante y un lavadero de 2 pozas.

En el comedor se atenderán a los comensales que vengan por el all you can eat, además cuenta con dos baños; uno para damas y otro para varones, este espacio constara de 396 metro², ahí se encontrarán 24 mesas: 9 mesas de 4 personas, 9 mesas de 6 personas y 6 mesas de 2 personas; además de 2 mesas self service para buffet juntas a lo largo y 2 vitrinas expositoras refrigeradas ubicadas una a cada lado de la mesa buffet.

6.5. LOCALIZACIÓN

6.5.1. Macro localización

Se ha analizado la ubicación que tendrá Dulce Adicción, de esta manera se ha considerado un entorno geográfico amplio que permita llegar a una mayor cantidad de clientes y proveedores para tener un flujo eficiente. En este sentido, Dulce Adicción, se ubicará en el departamento de Lima, provincia de Lima, distrito de San Isidro.

6.5.2. Micro localización

Para la elección del distrito y local donde Dulce Adicción iniciara operaciones se realizó diferentes evaluaciones en las zonas 6 y 7 de Lima; ya que es importante que se ubique en un distrito donde el público objetivo frecuente.

Se consideró las siguientes opciones:

Tabla 60
Opciones y características de locales

Distrito	Metraje	Alquiler	Garantía	Adelanto
Jesús María	610m ²	\$10,200.00	2 meses	1 mes
Miraflores	650m ²	\$12,900.00	2 meses	1 mes
San isidro	660 m ²	\$9,700.00	1 mes	1 mes
Surquillo	600m ²	\$5,500.00	2 meses	1 mes
San Borja	664m ²	\$10,000.00	1 meses	1 mes

Elaboración propia

De esta manera se asignó calificaciones por cada característica, de acuerdo con la siguiente leyenda:

Ilustración 11

Leyenda de calificación

Leyenda	
1	Muy Malo
2	Malo
3	Normal
4	Bueno
5	Muy Bueno

Elaboración propia

Finalmente, se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 61

Selección de local y distrito por ponderación de características

Distrito	Ubicación 30%		Precio 20%		Metraje 20 %		Acabados 10%		Condiciones 10%		Seguridad 10%		100%
	Cal.	Ponderación	Cal.	Ponderación	Cal.	Ponderación	Cal.	Ponderación	Cal.	Ponderación	Cal.	Ponderación	
Jesús María	1	0.6	3	0.6	1	0.2	4	0.4	4	0.4	1	0.1	2
Miraflores	2	0.4	2	0.4	2	0.4	3	0.1	1	0.1	4	0.4	2.2
Surquillo	3	0.9	1	0.2	3	0.6	2	0.3	3	0.3	2	0.2	2.5
San Isidro	5	1.5	4	0.8	4	0.8	5	0.5	5	0.5	5	0.5	4.6
San Borja	4	1.2	5	1	5	1	1	0.2	2	0.2	3	0.3	3.8

Elaboración propia

Como se puede observar, el distrito y el local con mayor puntaje es San Isidro. Por lo tanto, Dulce Adicción iniciara operaciones en el local ubicado en la Avenida Augusto Pérez Aranibar 1716, San Isidro.

Ilustración 12

Ubicación geográfica del local



Fuente: Google Maps

6.6. DIAGRAMA DE GANTT

Tabla 62

Diagrama de Gantt del proyecto

Actividad	Nº de días	9-Dic	10-Dic	11-Dic	12-Dic	13-Dic	14-Dic	15-Dic	16-Dic	17-Dic	18-Dic	19-Dic	20-Dic	21-Dic	22-Dic	23-Dic	24-Dic	25-Dic	26-Dic	27-Dic	28-Dic	29-Dic	30-Dic	31-Dic
Desarrollo de idea de negocio	7	■	■	■	■	■	■																	
Investigación de mercados	4			■	■	■	■																	
Constitución de la empresa	3								■	■	■													
Registro de marca	2											■	■											
Búsqueda y alquiler de local	7											■	■	■	■	■	■							
Compra de IME	5																■	■	■	■	■			
Acondicionamiento del local	5																		■	■	■	■	■	
Licencia y autorizaciones	4																				■	■	■	■
Inicio de operaciones		2020																						

Elaboración propia

6.7. RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.7.1. Con los trabajadores

Se estima contar con personal de producción el cual serán Señoras mayores las cuales han sido siendo relegadas por la sociedad, aquellas ambulantes de postres típicos las cuales se encontraban en una esquina o en algún punto de la ciudad. Con la principal intención de reinsertar aquellos postres que se han ido perdiendo con el tiempo tanto la elaboración como producción de estos, para ello se escogerá mediante una búsqueda selectiva a estas Señoras quienes a su vez recibirán capacitaciones para un correcto manejo del producto, así como también un conocimiento del trabajo masivo y en equipo.

Muchas de estas personas son adultos mayores quienes cada vez tienen menos oportunidades de crecimiento en el país. Se estima que cada año el incremento de desempleo en adultos mayores asciende 17% cada año, por lo que la propuesta para apoyar a la comunidad es de reinsertarlos en la sociedad, asegurando la prestación de ciertas asesorías o capacitaciones para estas personas.

6.7.2. Con la comunidad

Para apoyar a la comunidad, la propuesta será una programación por parte de todos los colaboradores para preservar el distrito, mediante grupos organizados que irán a las calles a brindar trabajos de mantenimiento sobre todo en el perímetro donde se ubicará el restaurante, a eso sumar el apoyo constante a entidades públicas y privadas, brindando ayuda social a estas entidades las cuales muchas veces no reciben apoyo por parte de las empresas.

Finalmente, se brindarán los productos del día que no se vendieron, destinándolos a este tipo de entidades para que estas personas también puedan probar los productos y por último se estima una recaudación de fondos anual de S/1200.00 para la caridad.

6.8. IMPACTO AMBIENTAL

Se considera de suma importancia la preservación de nuestros recursos, los mismos que nos permitirán ofrecer siempre lo mejor a nuestros clientes, es por ello que se estudiará a fondo la calidad y procedencia de nuestros proveedores, trabajando así

con personas capacitadas y al mismo tiempo conscientes con medio ambiente, de esta manera nos aseguramos de ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad y con la certeza que el ciclo Proveedor – Restaurante – Cliente, será el que menos o nada impacto generara en nuestro entorno ambiental.

Así mismo dentro del local se contará con diversas propuestas con el fin de reducir dicho impacto, tal es el caso de la reducción de plástico, una correcta gestión de residuos ya sean de alimentos, aceite y grasas usadas, estas no serán vertidas directamente a la red pública. Estos residuos se entregarán a los gestores autorizados DMA, para ello se deberá previamente filtrar y almacenar de forma adecuada, lo mismo con los detergentes y desinfectantes los cuales además de estar correctamente identificados y guardados.

Adicionalmente, la Ley N° 27446 que da conformidad con la Primera Disposición Complementaria Transitoria del Decreto Legislativo N° 1278, publicado el 23 diciembre 2016, se dispone que en el marco del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), la cual se encarga de regular, coordinar, prevenir, supervisar, controlar y corregir de manera anticipada aquellos impactos ambientales negativos que puedan estar relacionados a las acciones humanas expresadas por medio del proyecto de inversión

6.9. CERTIFICACIONES

– Buenas prácticas de manipulación

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), constituyen un conjunto de normas que establecen los requisitos y actividades relacionadas entre sí, que aseguran que los productos o dispositivos son manufacturados y controlados consistentemente de acuerdo con los estándares de calidad adecuados al uso que se les pretende dar y conforme a las condiciones exigidas para su comercialización. (D.S. N° 014-2011-SA)

Ilustración 13
Sistema de buenas prácticas de manipulación



Elaboración propia

Fuente: Ministerio Nacional de salud: Dirección general de medicamentos, insumos y drogas³⁵

³⁵ MINSAs -

http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/Establecimientos/Reuniones/Reunion_II/II_BPM_Aseguramiento_de_la_Calidad.pdf

7. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZACIONALES

7.1. ASPECTOS LEGALES

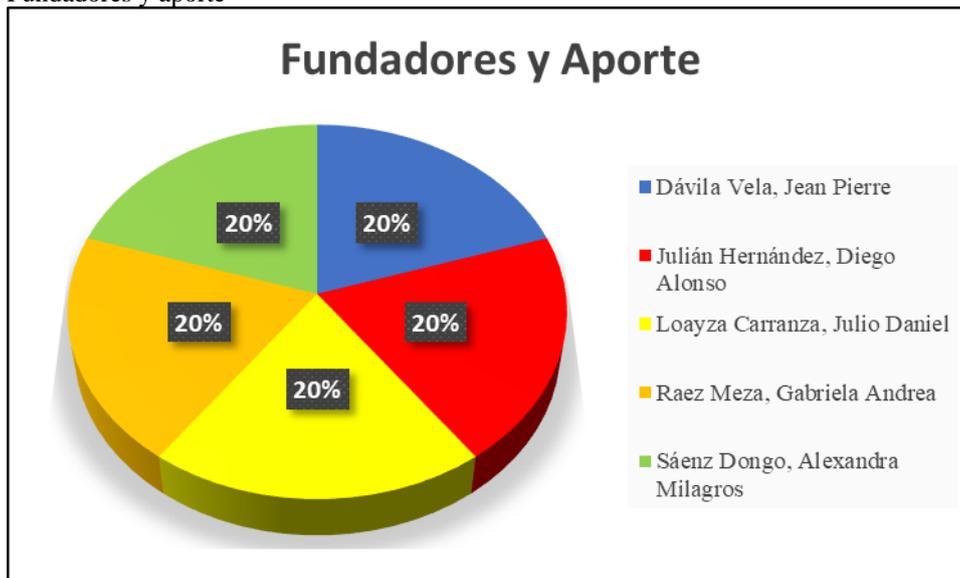
7.1.1. Forma societaria

De acuerdo con la ley N° 26887 o Ley General de Sociedades³⁶, Dulce Adicción será creada y constituida bajo la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) por las siguientes razones.

- De acuerdo con el Artículo 234 de la Ley General de Sociedades (L.G.S), el régimen de S.A.C cuenta con mínimo 2 accionistas y máximo 20 y, adicionalmente, no debe tener acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. Dulce Adicción está conformada actualmente por 5 accionistas.
- De acuerdo con el Artículo 247 de la L.G.S, la S.A.C tiene la facultad de establecer en el estatuto social que la sociedad no tiene directorio. Las funciones y responsabilidades serán ejercidas por el gerente general. Bajo esta opción, Dulce Adicción pretende reducir costos y gastos, debido a que, según el artículo 166 de la L.G.S, el cargo de director es retribuido.
- Según el Artículo 242 de la L.G.S, se otorga la opción de disponer de auditorías anuales externas. Sin embargo, de igual forma que la razón antes mencionada, con la finalidad de reducir costos y gastos, la sociedad se constituye S.A.C porque no está obligada a pagar por servicios de auditoría anualmente.

Dulce Adicción estará conformado por 5 fundadores, a los cuales les corresponderá aportar en partes iguales el total de los aportes.

Tabla 63
Fundadores y aporte



Elaboración propia

³⁶ Ley General de sociedades - <http://www.smv.gob.pe/sil/LEY0000199726887001.pdf>

De acuerdo con la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)³⁷, se deben seguir 6 pasos para la constitución de una empresa.

1. Como primer paso, se recomienda asistir a la oficina de registros públicos SUNARP más cercana, con el fin de buscar y reservar el nombre que adquiriría la persona jurídica. A pesar de no ser obligatorio, es necesario para evitar coincidencias con nombres o razones sociales de empresas preexistentes. El costo por la reserva es de 21 soles y el costo de la búsqueda es de 5 soles.
2. Como segundo paso, es obligatoria la elaboración de una minuta de constitución, el cual contendrá el pacto social y el estatuto de la sociedad.
3. Como tercer paso, se deberá realizar el aporte de capital a una cuenta de banco previamente habilitada.
4. Como cuarto paso, se llevará la minuta de constitución ante un notario público, el cual revisará y elevará a Escritura pública el acta de constitución.
5. Como quinto paso, el notario se encargará de la inscripción de la sociedad en los registros públicos de la SUNARP. A partir de este momento, la persona jurídica existe.
6. Como último paso, la persona jurídica debe ser inscrita en el Registro único de contribuyentes (RUC), el cual es emitido por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

7.1.2. Registro de marca y patentes

El ente regulador encargado de administrar los derechos de las marcas de productos o servicios, nombres y lemas comerciales, denominaciones de origen y cualquier otro signo que el ente tenga sujeto a su responsabilidad, es la Dirección de Signos Distintivos (DSD), esta es una instancia especializada del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)³⁸. La vigencia de una marca es de 10 años a partir en que se expide la resolución que otorga el registro y solo está protegida dentro del ámbito nacional

Para el registro de marca Dulce Adicción, se acudirá a INDECOPI con el fin de realizar los procedimientos recomendados y obligatorios para registrar correctamente la marca que identificara y diferenciara el negocio del presente proyecto. Adicionalmente, se debe tener en cuenta la clase a la que el negocio corresponde según la clasificación internacional de productos y servicios. Para el servicio de restaurantes, la clase es 43³⁹.

³⁷ Superintendencia Nacional de Registros Públicos (2018) *Constituye tu empresa*. Obtenido de: <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

³⁸ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/presentacion>

³⁹ Clasificación internacional de productos y servicios -

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20795/0/TitulosClasificacionNiza2017.pdf/2ac6ef66-96c8-4d8b-8656-57d749103fa8>

Los procedimientos para el registro de marca, de acuerdo con INDECOPI, son los siguientes⁴⁰:

1. Se recomienda realizar una solicitud de búsqueda de antecedentes, para el caso particular del proyecto será una búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos, con el fin de conocer la existencia de una marca idéntica o similar que pueda impedir el registro de la marca del negocio.

Tabla 64
Búsqueda de antecedentes y costo

Tipo de búsqueda	Número de clases sujetas a pesquisa	Costo (soles)	Equivalencia en %UIT
Fonético	1	30.99 soles	0.84%
Figurativo		38.46 soles	1.4%

Elaboración propia

Fuente: INDECOPI⁴¹

2. Completar y presentar 3 copias del formato correspondiente a la solicitud (Solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio).
3. Para el caso de personas jurídicas, consignar el número de RUC.
4. Señalar el domicilio para envío de notificaciones en el Perú.
5. Indicar el signo que se pretende registrar. Para el caso del proyecto, se registrará un signo mixto (Denominativo y figurativo). Al ser mixta, se debe adjuntar 3 copias de 5cm de largo por 5cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores. Adicionalmente, se recomienda enviar una copia del logotipo con formato JPG a 300pi y bordes entre 1 a 3 pixeles, al correo electrónico logos-dsd@indecopi.gob.pe.
6. Consignar detalladamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenece.
7. Firmar la solicitud por el solicitante
8. Adjuntar la constancia de pago por el derecho de trámite equivalente a 13.90% de la UIT o 534.99 soles, el cual debe ser abonado en una sucursal del banco de la nación.

Nota: El trámite, desde la fecha de registro del expediente, puede demorar hasta 180 días como máximo. Además, luego de ser registrada la marca, se publicará en la página web oficial del INDECOPI con la finalidad de que, durante los siguientes 30 días, cualquier persona pueda oponerse al registro de la marca⁴².

⁴⁰ INDECOPI - <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#nombre>

⁴¹ INDECOPI - <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentes-foneticos>

⁴² Plataforma digital única del estado peruano - <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio>

7.1.3. Licencias y autorizaciones

7.1.3.1. Licencia de funcionamiento

Según el Artículo 3 del Título II de la ley N° 28976 o Ley Marco de Licencia de Funcionamiento⁴³, la licencia de funcionamiento es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado. De tal forma, son las municipalidades distritales y las provinciales las encargadas de evaluar, otorgar y fiscalizar las licencias de funcionamiento, y sancionar de darse el caso, según el artículo 5.

De acuerdo con el Artículo 7 de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, los requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento son los siguientes:

1. Formulario de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya el número de R.U.C de la persona jurídica y el D.N.I del representante(s) legal.
2. Vigencia de poder de representante legal en caso de ser una persona jurídica.
3. Certificado de la inspección técnica de seguridad de edificaciones (en el caso de restaurantes se requiere una inspección técnica de seguridad en edificaciones básicas – Ex Ante).
4. Pago por el derecho de trámite de 370.20 soles.

7.1.3.2. Certificado de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones (ITSE)

De acuerdo con el Artículo 7 del Decreto Supremo N° 058-2014-PCM o Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones⁴⁴, la ITSE se encarga de verificar la normativa en materia de seguridad en edificaciones estructurales, no estructurales, funcionales y del entorno inmediato con el fin de prevenir y/o reducir el riesgo ocasionado por fenómenos naturales o inducido por el accionar humano.

De este modo, en el artículo 9.2 del mismo decreto, se especifica en el inciso a.1 que las edificaciones de hasta 2 niveles con un área mayor de a 100 metros² hasta 500 metros² tales como restaurantes, deben ser inspeccionados bajo la modalidad de ITSE básica ex ante, es decir, antes de la entrega de la licencia de funcionamiento.

Los requisitos establecidos por la municipalidad de San Isidro para la certificación del ITSE de acuerdo con el tipo ex ante son los siguientes⁴⁵:

1. Formulario de solicitud de inspección
2. Copia del plano de ubicación
3. Copia de los planos de arquitectura

⁴³ Ley Marco de Licencia de Funcionamiento - <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51759/1562796/TUO+Ley+Marco+de+Licencia+de+Funcionamiento.pdf/162f254c-8996-55ab-768b-ba1d5eecd5>

⁴⁴ Decreto Supremo N° 058-2014-PCM - <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2014/09/DS-058-2014-PCM.pdf>

⁴⁵ Municipalidad de San Isidro - <http://msi.gob.pe/portal/wp-content/uploads/2015/10/4.2.RequisitosITSE-Ex-Ante.pdf>

4. Copia de los protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad
5. Copia del plan de seguridad
6. Copia del certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra
7. Copia del certificado de conformidad emitidos por OSINERGMIN, cuando corresponda (solo para cantidades mayores a 0.45 metros³ hasta 1m³).
8. Pago del derecho de trámite por 157.85 soles

7.1.3.3. Certificado sanitario de principios generales de higiene (PGH)

De acuerdo con la Norma sanitaria para restaurantes y servicios afines⁴⁶, los restaurantes y servicios afines deben aplicar a la certificación de principios generales de higiene que comprenden el programa de las buenas prácticas de manipulación (BPM) y el programa de higiene y saneamiento (PHS), las cuales deben estar correctamente detallados, tanto en formato virtual como en documentación física.

La solicitud y entrega de certificación PGH están bajo la autoridad municipal donde se encuentre el restaurante. Para el caso de la municipalidad de San Isidro, los requisitos para la certificación PGH son los siguientes⁴⁷:

1. Presentar el programa de las BPM donde se detalle los procesos desde la adquisición de las materias primas hasta el servido al consumidor
2. Los manipuladores de alimentos deben contar con un carné sanitario emitido por la autoridad competente. Estos deben tener una certificación recomendada de 6 meses.
3. Presentar el programa PHS donde se detalle los procedimientos de limpieza y desinfección de ambientes, instalaciones, equipos, mobiliarios de cocina, utensilios, superficie de trabajo, prevención y control de plagas.
4. Un análisis microbiológico de alimentos y bebidas (2 alimentos y/o bebidas, 1 superficie viva, 1 superficie inerte y 1 muestra de agua de consumo).
5. Pago del derecho de trámite por 186.60 soles y 557.00 soles para el análisis microbiológico.

7.1.4. Legislación laboral

De acuerdo con los requerimientos de mano de obra y personal administrativo que dispondrá el negocio a lo largo del horizonte de evaluación y, según el decreto supremo N° 013-2013-PRODUCE o Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial⁴⁸, el régimen laboral más adecuado para el proyecto es el régimen micro y pequeña empresa (MYPE). Siendo específicamente el

⁴⁶ Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios afines -

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/197614/Resolucion-Ministerial_N-822-2018-MINSA.PDF

⁴⁷ Municipalidad de San Isidro - <http://msi.gob.pe/portal/servicios-sociales/vigilancia-sanitaria/certificacion-sanitaria/>

⁴⁸ Decreto supremo N° 013-2013-PRODUCE - <http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/ds013-2013-produce.pdf>

régimen de pequeña empresa el cual se optará para el proyecto en cuestión, bajo las siguientes razones.

- El personal de trabajo, a lo largo del horizonte del proyecto, supera los 10 trabajadores (requerimiento máximo para considerarse microempresa).
- Las ventas anuales proyectadas superan las 150 unidades impositivas tributarias (UIT) mas no supera las 1700 UIT.
- Al no requerir de personal altamente especializado, el régimen laboral pequeña empresa ayuda a la empresa a reducir gastos anuales de sueldos. Además, el negocio de los restaurantes tiende a percibir una alta rotación de personal y el régimen laboral pequeña empresa otorga el beneficio de pago por indemnización de 20 remuneraciones diarias, lo cual ayuda nuevamente a reducir gastos para la empresa.

El régimen pequeña empresa considera los siguientes beneficios para los trabajadores:

Tabla 65

Descripción de los beneficios laborales

Beneficio de los trabajadores	Descripción
Remuneración mínima vital	Todos los trabajadores tienen derecho a recibir una remuneración mínima vital.
Jornada laboral	Jornadas diarias de 8 horas o semanales de 48 horas.
Derecho al refrigerio	Derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.
Descanso semana obligatorio	Derecho a mínimo 24 horas consecutivas de descanso por semana y a descanso remunerado por días feriado.
Licencia pre y post natal	Derecho de 49 días de descanso pre y post natal a trabajadoras gestantes más 1 hora diaria para dar de lactar al bebe hasta que el menor cumpla 1 año.
Licencia por paternidad	Derecho a ausentarse durante 10 días por concepto del nacimiento de su hijo.
Vacaciones	Derecho a 15 días calendario de descanso vacacional remunerado por año completo de servicio.
Jornada nocturna (10:00 pm – 6:00 am)	Derecho a un incremento del 35% de la remuneración mínima vital.
Compensación por tiempo de servicio	Derecho a 15 remuneraciones diarias depositadas en 2 ocasiones (mayo y noviembre).
Gratificaciones	Derecho a percibir media remuneración en 2 ocasiones (julio y diciembre).

Seguro de salud y SCTR	Derecho a percibir un seguro de salud en EsSalud (9% de la remuneración, lo aporta el empleador. Derecho a recibir un seguro complementario de trabajo de riesgo, en caso sea necesario.
Indemnización por despido arbitrario	Derecho a una indemnización de 20 remuneraciones diarias por año de servicio (siendo 120 días el tope).
Derechos adicionales	Ser afiliado a un sistema de pensiones de su preferencia. Derecho a participar en las utilidades de la empresa. Derecho colectivo (Formación de sindicato)

Elaboración propia

Fuente: Plataforma digital única del estado peruano⁴⁹, Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo⁵⁰ y Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributación⁵¹

7.1.5. Legislación tributaria

De acuerdo con lo explicado en el punto 7.1.4. acerca de la legislación laboral, para la legislación tributaria aplican las mismas razones: el requerimiento de personal de trabajo supera los 10 trabajadores y las ventas anuales proyectadas superan las 150 UIT mas no supera las 1700 UIT y el régimen RMT proporciona beneficios especiales para el pago de impuestos durante el año y a fin de año, lo que permite el crecimiento progresivo de la empresa y el ahorro a diferencia del régimen general. Por tal motivo, el régimen tributario adecuado para el proyecto es el régimen Mype tributario (RMT)

Los conceptos y descripciones de pertenecer al RMT están presentadas en la siguiente tabla.

Tabla 66

Descripción de los conceptos del régimen RMT

Concepto	Descripción
Comprobantes de pago	Se pueden emitir todo tipo de comprobante de pago.
Impuesto a la renta mensual	– Si los ingresos netos anuales son menores a los 300 UIT, se declara y se paga 1%. Pero si supera los 300 UIT, se declara y se paga 1.5% o el coeficiente.
Impuesto a la renta anual	– Si las ganancias anuales alcanzan hasta los 15 UIT, se paga el 10%

⁴⁹ Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa -

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf

⁵⁰ Beneficios laborales del régimen laboral de la micro y pequeña empresa -

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_peque%C3%B1a_empresa_-_Final.pdf

⁵¹ Régimen laboral de la micro y pequeña empresa -

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

	<ul style="list-style-type: none"> – Por el exceso de 15 UIT, el pago es del 29.5%
Impuesto general a las ventas	Es un pago mensual del 18% de las ventas realizadas.
Libros contables	<ul style="list-style-type: none"> – Ingresos netos anuales hasta 300 UIT: registro de ventas, registro de compras, libro diario de formato simplificado. – Ingresos brutos anuales de 300 y menos de 500 UIT: registro de ventas, registro de compras, libro diario y libro mayor. – Ingresos brutos mayores a 500 y menos de 1700 UIT: registro de ventas, registro de compras, libro diario, libro mayor y libro de inventarios y balances.

Elaboración propia

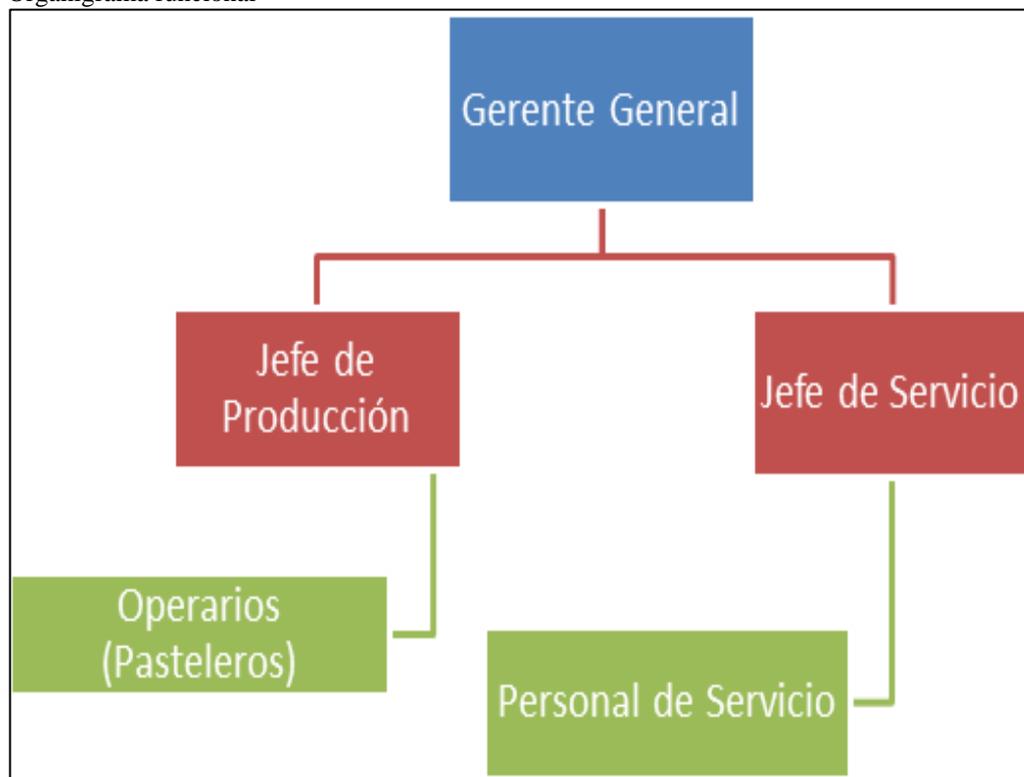
Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria⁵².

7.2. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

7.2.1. Organigrama funcional

Ilustración 14

Organigrama funcional



Elaboración propia

⁵² SUNAT - <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6826-02-personas-no-comprendidas>

7.2.2. Puestos de trabajo: Tareas, funciones y responsabilidades

Puesto de trabajo	Tareas, funciones y responsabilidades
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> – Representar legalmente a la sociedad ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales. – Ejecutar el plan de negocios aprobado por los socios fundadores. – Organizar el régimen interno de la sociedad. – Planear, organizar, dirigir y controlar estrategias y objetivos a corto y largo plazo. – Abrir, cerrar y administrar cuentas bancarias y girar cheques. – Ser responsable de la veracidad de los informes que proporcione a los dueños fundadores. – Encargado y responsable del plan de marketing y las estrategias para la captación de clientes. – Planificar y gestionar el uso adecuado del presupuesto asignado. – Fomentar e incrementar las relaciones públicas – Ser responsable de la veracidad de los informes que proporcione al gerente general. – Planificar, adaptar y gestionar estrategias de publicidad y de venta.
Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> – Responsable del cumplimiento del programa de buenas prácticas de manipulación. – Supervisar el correcto proceso de preparación de los productos. – Encargado de los inventarios, la entrega de productos y el uso adecuado de ellos. – Ser responsable de la veracidad de los informes que proporcione al gerente general. – Responsable del adecuado control del programa de higiene y sanidad.
Operarios (pasteleros)	<ul style="list-style-type: none"> – Responsable del correcto proceso para el preparado de postres. – Responsable de cumplir con el programa de BPM y el programa de HS. – Encargado de rotular y guardar adecuadamente la materia prima. – Encargado de mantener el área de cocina limpia antes, durante y después del horario de trabajo. – Lavar, desinfectar y ordenar los utensilios de cocina.
Jefe de servicio	<ul style="list-style-type: none"> – Responsable del cumplimiento del programa de buenas prácticas de manipulación de los meseros. – Supervisar el correcto proceso de atención al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> – Ser responsable de la veracidad de los informes que proporcione al gerente general. – Encargado de la contabilidad de la caja y adecuado proceso para ingresar dinero en efectivo y/o tarjeta.
Personal de servicio	<ul style="list-style-type: none"> – Encargado de la correcta atención al cliente. – Responsable de la limpieza del salón. – Encargado de recoger el menaje usado y llevarlo a la cocina para el respectivo lavado de estos.

7.2.3. Aspectos laborales

7.2.3.1. Forma de contratación

Dulce Adicción contará con una forma de contratación según el puesto que se esté solicitando. Excepto para el gerente general porque este es considerado un puesto de confianza y contará con un contrato de tiempo indefinido.

- Contratación a plazo fijo: Según el cargo que se esté solicitando, el tiempo de contrato variará. Para el puesto de jefe de cualquiera de las áreas, el plazo de contrato será de 1 año mientras que para los operarios y personal de servicio será de 6 meses debido que son puesto de trabajo de mayor rotación.

7.2.3.2. Remuneración

La remuneración variará de acuerdo con puesto de trabajo. Los operarios y el personal de servicio recibirán la remuneración básica vital de 930 soles, el jefe de cada área recibirá 1500 soles y, finalmente, el gerente general recibirá 2000 soles.

Tabla 67
Detalle de la planilla laboral

	Gerente General	Jefe de producción	Jefe de servicio	Operarios	Personal de servicio
Sueldo mensual bruta	S/ 2,000.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 930.00	S/ 930.00
AFP (11.53%)	S/ 230.60	S/ 172.95	S/ 172.95	S/ 107.23	S/ 107.23
Sueldo mensual neto	S/ 1,769.40	S/ 1,327.05	S/ 1,327.05	S/ 822.77	S/ 822.77
Gratificaciones	S/ 2,000.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 930.00	S/ 930.00
EsSalud (9%)	S/ 180.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 83.70	S/ 83.70
Bono ley (9%)	S/ 180.00	S/ 135.00	S/ 135.00	S/ 83.70	S/ 83.70
CTS	S/ 1,000.00	S/ 750.00	S/ 750.00	S/ 465.00	S/ 465.00
Costo total anual	S/ 29,340.00	S/ 22,005.00	S/ 22,005.00	S/ 13,643.10	S/ 13,643.10
Vacaciones	S/ 1,000.00	S/ 750.00	S/ 750.00	S/ 465.00	S/ 465.00
Costo total anual 2021 - 2024	S/ 30,340.00	S/ 22,755.00	S/ 22,755.00	S/ 14,108.10	S/ 14,108.10

Elaboración propia

7.2.3.3. Horario de trabajo

El horario de trabajo de todos los trabajadores será de 2:00pm hasta las 11:00pm, considerando una hora de refrigerio 5:00pm a 6:00pm.

8. ASPECTOS ECONÓMICOS – FINANCIEROS

8.1. INVERSIONES (2020 – 2024)

8.1.1. Inversiones en activo fijo

El activo fijo está conformado por los muebles y equipos usados para el área administrativa, los cuales fueron seleccionados mayormente por sobre las opciones consideradas en la cotización de cada artículo por ser vendidos a un menos precio y ser de tamaño mediano para brindar comodidad y practicidad dentro del espacio destinado al área administrativa y ventas.

A continuación, se detalla cada una de las opciones seleccionadas con las características más resaltantes.

Tabla 68

Presupuesto de activo fijo de oficina y equipos mobiliarios

Activo fijo de oficina y equipos mobiliarios	Cantidad	Costo unitario	Valor de compra total	IGV	Monto total
Laptops	4	S/ 1,186.00	S/ 4,020.34	S/ 723.66	S/4,744.00
Multifuncional	2	S/ 186.00	S/ 315.25	S/ 56.75	S/ 372.00
Escritorios	4	S/ 339.00	S/ 1,149.15	S/ 206.85	S/1,356.00
Bibliotecas	3	S/ 152.00	S/ 386.44	S/ 69.56	S/ 456.00
Estante montado al aire	3	S/ 47.00	S/ 119.49	S/ 21.51	S/ 141.00
Sillas giratorias	4	S/ 85.00	S/ 288.14	S/ 51.86	S/ 340.00
Sillas fijas	6	S/ 136.00	S/ 691.53	S/ 124.47	S/ 816.00
Monto total			S/ 6,970.34	S/1,254.66	S/8,225.00

Elaboración propia

A continuación, se detalla el monto total en inversión de activos fijos.

Tabla 69

Total de inversión en activo fijo

	Valor de compra total	IGV	Monto total
Maquinaria	S/ 34,318.64	S/ 6,177.36	S/ 40,496.00
Equipos	S/ 13,884.71	S/ 2,499.25	S/ 16,383.96
Activo fijo de oficina y equipos mobiliarios	S/ 6,970.34	S/ 1,254.66	S/ 8,225.00
Total de inversión en activo fijo	S/ 55,173.69	S/ 9,931.26	S/ 65,104.95

Elaboración propia

8.1.2. Inversiones en activo intangible

Se han considerado como activos intangibles el registro del acta constitucional a registros públicos, el registro de marca, la licencia de funcionamiento, los certificados sanitarios y el sistema integrado de gestión. Si bien son activos que no son percibidos físicamente, le dan valor a la empresa frente a las autoridades correspondientes y a los clientes.

Tabla 70
Inversión en Activo Intangible

Descripción	Cantidad	Costo unitario	IGV	Costo total
Constitución de la empresa				
Búsqueda del nombre en SUNARP	1	S/ 5.00	S/ -	S/ 5.00
Reserva del nombre	1	S/ 21.00	S/ -	S/ 21.00
Servicios de notaria	1	S/ 500.00	S/ -	S/ 500.00
Marca				
Búsqueda de antecedentes	1	S/ 69.45	S/ -	S/ 69.45
Registro de marca	1	S/ 534.99	S/ -	S/ 534.99
Licencias y autorizaciones				
Licencia de funcionamiento	1	S/ 370.20	S/ -	S/ 370.20
Certificado ITSE	1	S/ 157.85	S/ -	S/ 157.85
Certificado PGH	1	S/ 186.60	S/ -	S/ 186.60
Análisis microbiológico	1	S/ 557.00	S/ -	S/ 557.00
Softwares				
Sistema integrado de gestión	1	S/ 296.52	S/ 53.38	S/ 349.90
Total		S/ 2,698.61	S/ 53.38	S/ 2,751.99

Elaboración propia

8.1.3. Inversiones en capital de trabajo

Tabla 71
Inversión en capital de trabajo

Concepto	5.56%	5.56%	6.67%	6.67%	7.78%	7.78%	8.88%	8.88%	10.00%	10.00%	11.11%	11.11%
	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Sep-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Ingresos												
Programa de ventas	3573	3573	4285	4285	4996	4996	5707	5707	6427	6427	7138	7138
Precio	S/ 40.00											
Total de Ingresos	S/ 142,920.00	S/ 142,920.00	S/ 171,400.00	S/ 171,400.00	S/ 199,840.00	S/ 199,840.00	S/ 228,280.00	S/ 228,280.00	S/ 257,080.00	S/ 257,080.00	S/ 285,520.00	S/ 285,520.00
Egresos												
Materia prima	S/ 37,877.07	S/ 37,877.07	S/ 45,438.86	S/ 45,438.86	S/ 53,000.65	S/ 53,000.65	S/ 60,494.31	S/ 60,494.31	S/ 68,124.22	S/ 68,124.22	S/ 75,686.01	S/ 75,686.01
Materiales	S/ 524.20	S/ 524.20	S/ 683.80	S/ 524.20	S/ 524.20	S/ 7,395.90	S/ 524.20	S/ 524.20	S/ 683.80	S/ 524.20	S/ 524.20	S/ 7,395.90
Mano de obra directa	S/ 3,041.10	S/ 3,041.10	S/ 3,041.10	S/ 3,041.10	S/ 3,738.60	S/ 3,041.10	S/ 4,561.65	S/ 3,041.10	S/ 3,041.10	S/ 3,041.10	S/ 3,738.60	S/ 4,561.65
Mano de obra indirecta	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 2,010.00	S/ 1,635.00	S/ 2,452.50	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 2,010.00	S/ 2,452.50
Personal administrativo	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,680.00	S/ 2,180.00	S/ 3,270.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,680.00	S/ 3,270.00
Personal de servicio	S/ 4,054.80	S/ 4,054.80	S/ 4,054.80	S/ 4,054.80	S/ 4,984.80	S/ 4,054.80	S/ 6,082.20	S/ 4,054.80	S/ 4,054.80	S/ 4,054.80	S/ 4,984.80	S/ 6,082.20
Jefe de servicio	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,680.00	S/ 2,180.00	S/ 3,270.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,180.00	S/ 2,680.00	S/ 3,270.00
Luz	S/ 1,200.00	S/ 1,300.00	S/ 1,400.00	S/ 1,550.00	S/ 1,600.00	S/ 1,700.00	S/ 1,750.00	S/ 1,800.00	S/ 1,850.00	S/ 1,900.00	S/ 1,950.00	S/ 2,000.00
Agua	S/ 890.00	S/ 900.00	S/ 1,000.00	S/ 1,100.00	S/ 1,200.00	S/ 1,300.00	S/ 1,400.00	S/ 1,500.00				
Teléfono + internet	S/ 95.00											
Alquiler del local	S/ 26,623.00											
Servicio Contable	S/ 500.00											
Gastos de Prom. y publicidad	S/ 500.00											
Activ. de Responsabilidad social												S/ 1,200.00
Depreciación												S/ 7,115.10
Total de egresos	S/ 81,300.17	S/ 81,410.17	S/ 89,331.56	S/ 89,421.96	S/ 100,136.25	S/ 104,205.45	S/ 111,522.86	S/ 105,127.41	S/ 112,966.92	S/ 112,857.32	S/ 123,471.61	S/ 142,251.36
Ingresos - egresos	S/ 61,619.83	S/ 61,509.83	S/ 82,068.44	S/ 81,978.04	S/ 99,703.75	S/ 95,634.55	S/ 116,757.14	S/ 123,152.59	S/ 144,113.08	S/ 144,222.68	S/ 162,048.39	S/ 143,268.64
Pago a cuenta del impuesto a la renta	S/ 616.20	S/ 615.10	S/ 820.68	S/ 819.78	S/ 997.04	S/ 956.35	S/ 1,167.57	S/ 1,231.53	S/ 1,441.13	S/ 1,442.23	S/ 1,620.48	S/ 2,149.03
Impuesto a la renta												S/ 362,080.59
Ingreso neto después de impuestos	S/ 53,598.91	S/ 39,153.33	S/ 55,221.38	S/ 55,072.47	S/ 68,282.62	S/ 65,284.01	S/ 80,827.20	S/ 87,158.70	S/ 103,516.38	S/ 103,624.89	S/ 116,934.05	S/ 263,371.52
Maximo Deficit Mensual Acumal	S/ -	S/ -263,371.52										
Inversion en capital de trabajo												S/ 263,371.52

Elaboración propia

8.1.4. Estructura de inversiones

Tabla 72

Presupuesto preoperativo (en soles)

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor Total	I.G.V	Importe Total
Útiles de trabajo			90.31	16.26	106.57
Guantes x100 und	2	12.71	25.42	4.58	30.00
Gorro descartable x50 und	1	5.93	5.93	1.07	7.00
Mandil de plástico	4	13.47	53.88	9.70	63.58
Mascarillas x50 und	1	5.08	5.08	0.91	5.99
Utensilios			5,634.19	1,014.15	6,648.34
Olla industrial	8	383.05	3,064.40	551.59	3,615.99
Bowls metálicos	8	6.69	53.52	9.63	63.15
Cucharas de madera	10	4.15	41.50	7.47	48.97
Cuchillo	2	33.81	67.62	12.17	79.79
Tabla para cortar	2	12.63	25.26	4.55	29.81
Rallador	2	8.47	16.94	3.05	19.99
Moldes rectangulares	6	6.78	40.68	7.32	48.00
Cernidora	2	25.42	50.84	9.15	59.99
Set de tazas medidoras	3	29.58	88.74	15.97	104.71
Guantes para horno	3	142.37	427.11	76.88	503.99
Espátulas de silicona	10	15.25	152.50	27.45	179.95
Menaje	1	520.34	520.34	93.66	614.00
Cubiertos set 48 piezas	10	66.95	669.50	120.51	790.01
Uniforme personal	14	29.66	415.24	74.74	489.98
Útiles de oficina			368.00	66.24	434.24
Papel fotocopia	6	7.00	42.00	7.56	49.56
Archivador	12	2.00	24.00	4.32	28.32
Bolígrafo Faber Trilux 4 colores	4	3.00	12.00	2.16	14.16
Corrector	8	1.50	12.00	2.16	14.16
Lápiz Grip 2001 x12	4	3.00	12.00	2.16	14.16
Resaltador Grip x4	4	8.00	32.00	5.76	37.76
Engrapador 30 hojas	2	11.00	22.00	3.96	25.96
Perforador 30 hojas	2	12.00	24.00	4.32	28.32
Dispensador de cinta	2	6.00	12.00	2.16	14.16
cinta adhesiva	4	2.00	8.00	1.44	9.44
Sobres manila pack x 50	1	6.00	6.00	1.08	7.08
Folder manila	2	5.00	10.00	1.80	11.80
Fastener	2	4.00	8.00	1.44	9.44
Grapas	4	2.00	8.00	1.44	9.44
Botiquín	1	40.00	40.00	7.20	47.20
Tacho de oficina	3	12.00	36.00	6.48	42.48
Post-it x500H ultra colors 3M	4	15.00	60.00	10.80	70.80
Útiles de limpieza			389.60	70.13	459.73
Lejía	2	13.30	26.60	4.79	31.39
Guantes	2	9.90	19.80	3.56	23.36
Escoba + Recogedor	2	19.90	39.80	7.16	46.96
Desinfectante	2	10.90	21.80	3.92	25.72
Limpia vidrios	2	9.90	19.80	3.56	23.36
Paño seco todo	1	11.90	11.90	2.14	14.04
Esponja verde	1	6.90	6.90	1.24	8.14
Papel Higiénico	1	13.95	13.95	2.51	16.46
Jabón	2	2.10	4.20	0.76	4.96
Gel Antibacterial	2	13.90	27.80	5.00	32.80
Papel toalla	3	5.95	17.85	3.21	21.06
Trapeador	2	59.90	119.80	21.56	141.36
Papel aluminio	3	12.90	38.70	6.97	45.67
Papel film	3	6.90	20.70	3.73	24.43
Acondicionamiento del local			17,971.50	3,234.87	21,206.37
Cámaras de Vigilancia Hikvision	4	650.00	2,600.00	468.00	3,068.00
Luces de Seguridad + instalación	4	172.00	688.00	123.84	811.84
Extintores + instalación	15	42.50	637.50	114.75	752.25
Instalación de repisas	2	25.00	50.00	9.00	59.00
Instalación de puntos de red	4	149.00	596.00	107.28	703.28
Instalación de puntos de electricidad	16	800.00	12,800.00	2,304.00	15,104.00
Instalación de fluorescentes	5	120.00	600.00	108.00	708.00
Marketing de Lanzamiento			2,780.00	500.40	3,280.40
Degustaciones	1	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Pago promocional de Facebook	7	30.00	210.00	37.80	247.80
Pago promocional en Instagram	7	10.00	70.00	12.60	82.60
TOTAL			27,233.60	4,902.05	32,135.65

Elaboración propia

Tabla 73

Presupuesto de activos diferidos

Activos diferidos	Valor	IGV	Monto
Alquiler Adelantado (diciembre)	S/22,561.86	S/4,061.14	S/26,623.00
Garantía de alquiler	S/22,561.86	S/4,061.14	S/26,623.00
Total activos diferidos	S/45,123.73	S/8,122.27	S/53,246.00

Elaboración propia

Tabla 74

Estructura de inversiones

Inversión	Valor unitario	IGV	Valor total	%
Activo fijo	S/ 55,173.69	S/ 9,931.26	S/ 65,104.95	16%
Activo intangible	S/ 2,698.61	S/ 53.38	S/ 2,751.99	1%
Gastos preoperativos	S/ 27,233.60	S/ 4,902.05	S/ 32,135.65	8%
Activos diferidos	S/ 45,123.73	S/ 8,122.27	S/ 53,246.00	13%
Capital de trabajo	S/263,371.52	S/ -	S/263,371.52	63%
Total	S/393,601.15	S/23,008.96	S/416,610.11	100%

Elaboración propia

8.2. FINANCIAMIENTO (2019 – 2024)

8.2.1. Estructura de financiamiento

Tabla 75

Estructura de financiamiento de activo fijo, intangibles y gastos preoperativos y capital de trabajo

Concepto	Monto	Deuda	Patrimonio
Activo Fijo	S/ 65,104.95	S/ 39,062.97	S/ 26,041.98
Capital de trabajo	S/263,371.52	S/158,022.91	S/105,348.61
Intangibles	S/ 2,751.99		S/ 2,751.99
Gastos Pre Operativos	S/ 32,135.65		S/ 32,135.65
Activos diferidos	S/ 53,246.00		S/ 53,246.00
Total	S/416,610.11	S/197,085.88	S/219,524.23

Elaboración propia

8.2.2. Financiamiento del activo fijo

Tabla 76

Tasa de préstamo de activo fijo

Préstamo para el activo fijo	S/39,062.97
TCEA (Mi banco)	91.12%
TCEM	5.55%
Plazo	3 años
Plazo	42 meses
Periodo de gracia parcial	6 meses
Cuota Mensual	S/2,528.69

Elaboración propia

Tabla 77

Cronograma de pago del préstamo de activo fijo (en soles)

Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Escudo fiscal
0				39,062.97	
1	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
2	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
3	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
4	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
5	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
6	2,166.47	2,166.47	0.00	39,062.97	639.11
7	2,528.69	2,166.47	362.22	38,700.75	639.11
8	2,528.69	2,146.38	382.31	38,318.43	633.18
9	2,528.69	2,125.18	403.52	37,914.91	626.93
10	2,528.69	2,102.80	425.90	37,489.02	620.33
11	2,528.69	2,079.18	449.52	37,039.50	613.36
12	2,528.69	2,054.25	474.45	36,565.05	606.00
13	2,528.69	2,027.93	500.76	36,064.29	598.24
14	2,528.69	2,000.16	528.53	35,535.75	590.05
15	2,528.69	1,970.85	557.85	34,977.91	581.40
16	2,528.69	1,939.91	588.79	34,389.12	572.27
17	2,528.69	1,907.25	621.44	33,767.68	562.64
18	2,528.69	1,872.79	655.91	33,111.77	552.47
19	2,528.69	1,836.41	692.28	32,419.49	541.74
20	2,528.69	1,798.02	730.68	31,688.81	530.41
21	2,528.69	1,757.49	771.20	30,917.61	518.46
22	2,528.69	1,714.72	813.97	30,103.63	505.84
23	2,528.69	1,669.58	859.12	29,244.52	492.53
24	2,528.69	1,621.93	906.77	28,337.75	478.47
25	2,528.69	1,571.64	957.06	27,380.70	463.63
26	2,528.69	1,518.56	1,010.13	26,370.56	447.98
27	2,528.69	1,462.54	1,066.16	25,304.40	431.45
28	2,528.69	1,403.41	1,125.29	24,179.11	414.00
29	2,528.69	1,341.00	1,187.70	22,991.42	395.59
30	2,528.69	1,275.13	1,253.57	21,737.85	376.16
31	2,528.69	1,205.60	1,323.09	20,414.75	355.65
32	2,528.69	1,132.22	1,396.47	19,018.28	334.01
33	2,528.69	1,054.77	1,473.92	17,544.36	311.16
34	2,528.69	973.03	1,555.67	15,988.69	287.04
35	2,528.69	886.75	1,641.95	14,346.75	261.59
36	2,528.69	795.68	1,733.01	12,613.74	234.73
37	2,528.69	699.57	1,829.12	10,784.61	206.37
38	2,528.69	598.12	1,930.57	8,854.04	176.45
39	2,528.69	491.05	2,037.64	6,816.40	144.86
40	2,528.69	378.04	2,150.65	4,665.75	111.52
41	2,528.69	258.77	2,269.93	2,395.82	76.34
42	2,528.69	132.87	2,395.82	0.00	39.20

Elaboración propia

Tabla 78

Tasa de préstamo de capital de trabajo

Préstamo para el capital de trabajo	S/158,022.91
TCEA (Mi banco)	91.12%
TCEM	5.55%
Plazo	3 años
Plazo	42 meses
Periodo de gracia parcial	6 meses
Cuota Mensual	S/10,229.43

Elaboración propia

Tabla 79

Cronograma de pago préstamo de capital de trabajo (en soles)

Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Escudo fiscal
0				158,022.91	
1	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
2	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
3	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
4	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
5	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
6	8,764.10	8,764.10	0.00	158,022.91	2,585.41
7	10,229.43	8,764.10	1,465.32	156,557.59	2,585.41
8	10,229.43	8,682.84	1,546.59	155,011.00	2,561.44
9	10,229.43	8,597.06	1,632.36	153,378.64	2,536.13
10	10,229.43	8,506.53	1,722.90	151,655.74	2,509.43
11	10,229.43	8,410.97	1,818.45	149,837.29	2,481.24
12	10,229.43	8,310.12	1,919.30	147,917.99	2,451.49
13	10,229.43	8,203.67	2,025.75	145,892.24	2,420.08
14	10,229.43	8,091.32	2,138.10	143,754.13	2,386.94
15	10,229.43	7,972.74	2,256.68	141,497.45	2,351.96
16	10,229.43	7,847.59	2,381.84	139,115.61	2,315.04
17	10,229.43	7,715.49	2,513.94	136,601.68	2,276.07
18	10,229.43	7,576.06	2,653.36	133,948.31	2,234.94
19	10,229.43	7,428.90	2,800.52	131,147.79	2,191.53
20	10,229.43	7,273.58	2,955.84	128,191.95	2,145.71
21	10,229.43	7,109.65	3,119.78	125,072.17	2,097.35
22	10,229.43	6,936.62	3,292.80	121,779.37	2,046.30
23	10,229.43	6,754.00	3,475.42	118,303.95	1,992.43
24	10,229.43	6,561.25	3,668.17	114,635.78	1,935.57
25	10,229.43	6,357.81	3,871.61	110,764.16	1,875.55
26	10,229.43	6,143.09	4,086.34	106,677.83	1,812.21
27	10,229.43	5,916.46	4,312.97	102,364.86	1,745.35
28	10,229.43	5,677.25	4,552.17	97,812.69	1,674.79
29	10,229.43	5,424.79	4,804.64	93,008.05	1,600.31
30	10,229.43	5,158.32	5,071.11	87,936.94	1,521.70
31	10,229.43	4,877.07	5,352.36	82,584.58	1,438.74
32	10,229.43	4,580.22	5,649.20	76,935.38	1,351.17
33	10,229.43	4,266.91	5,962.51	70,972.86	1,258.74
34	10,229.43	3,936.22	6,293.20	64,679.66	1,161.19
35	10,229.43	3,587.20	6,642.23	58,037.43	1,058.22
36	10,229.43	3,218.81	7,010.61	51,026.82	949.55
37	10,229.43	2,830.00	7,399.43	43,627.39	834.85
38	10,229.43	2,419.62	7,809.81	35,817.58	713.79
39	10,229.43	1,986.48	8,242.95	27,574.64	586.01
40	10,229.43	1,529.32	8,700.11	18,874.53	451.15
41	10,229.43	1,046.80	9,182.63	9,691.90	308.81
42	10,229.43	537.52	9,691.90	0.00	158.57

Elaboración propia

8.3. INGRESOS ANUALES (2020 – 2024)

8.3.1. Ingreso por ventas

Tabla 80
Ingreso por ventas 2020

Número de personas	Año 2020	3573	3573	4285	4285	4996	4996	5707	5707	6427	6427	7138	7138
Precio de venta	40	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Total sin IGV		S/ 121,118.64	S/ 121,118.64	S/ 145,254.24	S/ 145,254.24	S/ 169,355.93	S/ 169,355.93	S/ 193,457.63	S/ 193,457.63	S/ 217,864.41	S/ 217,864.41	S/ 241,966.10	S/ 241,966.10
IGV		S/ 21,801.36	S/ 21,801.36	S/ 26,145.76	S/ 26,145.76	S/ 30,484.07	S/ 30,484.07	S/ 34,822.37	S/ 34,822.37	S/ 39,215.59	S/ 39,215.59	S/ 43,553.90	S/ 43,553.90
Total con IGV		S/ 142,920.00	S/ 142,920.00	S/ 171,400.00	S/ 171,400.00	S/ 199,840.00	S/ 199,840.00	S/ 228,280.00	S/ 228,280.00	S/ 257,080.00	S/ 257,080.00	S/ 285,520.00	S/ 285,520.00

Elaboración propia

Tabla 81
Ingreso por ventas 2021 - 2024

	2021	2022	2023	2024
Número de personas	86,680	87,677	88,687	89,708
Precio de venta	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 40.00
Total sin IGV	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15
IGV	S/ 528,894.92	S/ 534,978.31	S/ 541,141.02	S/ 547,370.85
Total con IGV	S/ 3,467,200.00	S/ 3,507,080.00	S/ 3,547,480.00	S/ 3,588,320.00

Elaboración propia

8.3.2. Recuperación del capital de trabajo

Tabla 82
Recuperación de capital de trabajo

Concepto	0	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		S/ 2,570,080.00	S/ 3,467,200.00	S/ 3,507,080.00	S/ 3,547,480.00	S/ 3,588,320.00
Variación de ventas			34.91%	1.15%	1.15%	1.15%
Capital de trabajo necesario		S/ 158,022.91	S/ 213,182.87	S/ 215,634.92	S/ 218,118.94	S/ 220,630.01
Inversión capital de trabajo	-S/ 158,022.91	-S/ 55,159.96	-S/ 2,452.05	-S/ 2,484.02	-S/ 2,511.07	
Recuperación de capital de trabajo						S/ 220,630.01

Elaboración propia

8.3.3. Valor de desecho neto del activo fijo

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) en su directiva N° 005-2016-EF/51.1 o Metodología para el reconocimiento, medición, registro y presentación de los elementos de propiedades, planta y equipo de las entidades gubernamentales⁵³, para que un activo fijo sea reconocido y depreciado, este debe ser mayor a 1/4 de la UIT y su vida útil debe ser mayor a 1 año.

⁵³ MEF - <https://www.mef.gob.pe/es/normatividad-sp-2134/por-instrumentos/directivas/14503-05-rdn-006-2012-pip-transporte-estudios-en-paquete-mod-anexo-snip-09-10-y-16-2-2-final-1202/file>

Tabla 83
Valor de desecho neto

Activo	Cantidad	Valor de adquisición s/IGV	IGV	Valor de adquisición c/IGV	Valor Total	Vida útil (años)	Depreciación	Valor libro (año 5)	Valor de salvamento	Utilidad/Perdida	Impuesto	Valor de desecho neto
Máquina de picarones	1	S/ 3,556.78	S/ 640.22	S/ 4,197.00	S/ 4,197.00	10	S/ 419.70	S/ 2,098.50	S/ 2,098.50	S/ -	S/ -	S/ 2,098.50
Freidora	1	S/ 3,220.34	S/ 579.66	S/ 3,800.00	S/ 3,800.00	10	S/ 380.00	S/ 1,900.00	S/ 1,900.00	S/ -	S/ -	S/ 1,900.00
Batidora	1	S/ 1,651.69	S/ 297.31	S/ 1,949.00	S/ 1,949.00	10	S/ 194.90	S/ 974.50	S/ 974.50	S/ -	S/ -	S/ 974.50
Cocina industrial	1	S/ 1,101.69	S/ 198.31	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	10	S/ 130.00	S/ 650.00	S/ 650.00	S/ -	S/ -	S/ 650.00
Horno	2	S/ 1,186.44	S/ 213.56	S/ 1,400.00	S/ 2,800.00	10	S/ 280.00	S/ 1,400.00	S/ 1,400.00	S/ -	S/ -	S/ 1,400.00
Armario de refrigeración	1	S/ 3,050.85	S/ 549.15	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	10	S/ 360.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ -	S/ -	S/ 1,800.00
Vitrinas expositoras	2	S/ 2,457.63	S/ 442.37	S/ 2,900.00	S/ 5,800.00	10	S/ 580.00	S/ 2,900.00	S/ 2,900.00	S/ -	S/ -	S/ 2,900.00
Máquina self - service	2	S/ 3,389.83	S/ 610.17	S/ 4,000.00	S/ 8,000.00	10	S/ 800.00	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00	S/ -	S/ -	S/ 4,000.00
Máquina de helado	1	S/ 5,508.47	S/ 991.53	S/ 6,500.00	S/ 6,500.00	10	S/ 650.00	S/ 3,250.00	S/ 3,250.00	S/ -	S/ -	S/ 3,250.00
Lavadero 2 pozas	1	S/ 1,144.07	S/ 205.93	S/ 1,350.00	S/ 1,350.00	10	S/ 135.00	S/ 675.00	S/ 675.00	S/ -	S/ -	S/ 675.00
Computadora restaurante	2	S/ 2,457.63	S/ 442.37	S/ 2,900.00	S/ 5,800.00	4	S/ 1,450.00	S/ -	S/ 1,450.00	S/ 1,450.00	S/ 427.75	S/ 1,022.25
Pantalla táctil de pedidos	2	S/ 931.36	S/ 167.64	S/ 1,099.00	S/ 2,198.00	4	S/ 549.50	S/ -	S/ 549.50	S/ 549.50	S/ 162.10	S/ 387.40
Laptop	4	S/ 1,005.08	S/ 180.92	S/ 1,186.00	S/ 4,744.00	4	S/ 1,186.00	S/ -	S/ 1,186.00	S/ 1,186.00	S/ 349.87	S/ 836.13
Total		S/ 30,661.86	S/ 5,519.14	S/ 36,181.00	S/ 52,038.00		S/ 7,115.10			S/ 3,185.50	S/ 939.72	S/ 21,893.78

Elaboración propia

8.4. COSTOS Y GASTOS ANUALES (2020 – 2024)

8.4.1. Egresos desembolsables

8.4.1.1. Presupuesto de materias prima y materiales

Tabla 84

Presupuesto de compras de materia prima y materiales 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Materias primas	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73
Materiales	S/ 20,353.00				
Total	S/ 701,595.24	S/ 945,326.54	S/ 955,965.66	S/ 966,743.50	S/ 977,638.73

Elaboración propia

8.4.1.2. Presupuesto de compras de materia primas y materiales

Tabla 85

Presupuesto de compra de materia prima y materiales 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Materias primas	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73
Materiales	S/ 20,353.00	S/ 20,353.00	S/ 20,353.00	S/ 20,353.00	S/ 20,353.00
Total s/IGV	S/ 701,595.24	S/ 945,326.54	S/ 955,965.66	S/ 966,743.50	S/ 977,638.73
IGV	S/ 126,287.14	S/ 170,158.78	S/ 172,073.82	S/ 174,013.83	S/ 175,974.97
Total c/IGV	S/ 827,882.39	S/ 1,115,485.32	S/ 1,128,039.48	S/ 1,140,757.33	S/ 1,153,613.70

Elaboración propia

8.4.1.3. Presupuesto de mano de obra directa

Tabla 86

Presupuesto mano de obra directa 2020

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Operarios	S/3,041.10	S/3,041.10	S/3,041.10	S/3,041.10	S/3,738.60	S/3,041.10	S/ 4,561.65	S/3,041.10	S/3,041.10	S/3,041.10	S/3,738.60	S/ 4,561.65
Personal de servicio	S/4,054.80	S/4,054.80	S/4,054.80	S/4,054.80	S/4,984.80	S/4,054.80	S/ 6,082.20	S/4,054.80	S/4,054.80	S/4,054.80	S/4,984.80	S/ 6,082.20
Total	S/7,095.90	S/7,095.90	S/7,095.90	S/7,095.90	S/8,723.40	S/7,095.90	S/10,643.85	S/7,095.90	S/7,095.90	S/7,095.90	S/8,723.40	S/10,643.85

Elaboración propia

Tabla 87

Presupuesto de mano de obra directa 2021 - 2024

	2021	2022	2023	2024
Operarios	S/ 56,432.40	S/ 70,540.50	S/ 70,540.50	S/ 84,648.60
Personal de servicio	S/ 56,432.40	S/ 56,432.40	S/ 70,540.50	S/ 70,540.50
Total	S/114,885.80	S/128,994.90	S/143,104.00	S/157,213.10

Elaboración propia

8.4.1.4. Presupuesto de costos indirectos

Tabla 88
Presupuesto de costos indirectos (en soles)

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de obra indirecta					
Jefe de producción	22,005.00	22,755.00	22,755.00	22,755.00	22,755.00
Jefe de servicio	22,005.00	22,755.00	22,755.00	22,755.00	22,755.00
Total	44,010.00	45,510.00	45,510.00	45,510.00	45,510.00
Materiales					
Olla industrial	6,128.81	6,128.81	6,128.81	6,128.81	6,128.81
Bowls metálicos	107.12	107.12	107.12	107.12	107.12
Cucharas de madera	83.05	83.05	83.05	83.05	83.05
Cuchillo	135.25	135.25	135.25	135.25	135.25
Tabla para cortar	50.51	50.51	50.51	50.51	50.51
Rallador	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9
Moldes rectangulares	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36
Cernidora	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69
Set de tazas medidoras	177.46	177.46	177.46	177.46	177.46
Guantes para horno	854.24	854.24	854.24	854.24	854.24
Espátulas de silicona	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08
Menaje	1,040.68	1,040.68	1,040.68	1,040.68	1,040.68
Cubiertos set 48 piezas	1,338.98	1,338.98	1,338.98	1,338.98	1,338.98
Uniforme personal	830.51	830.51	830.51	830.51	830.51
Lejía	541.02	541.02	541.02	541.02	541.02
Guantes	201.36	201.36	201.36	201.36	201.36
Escoba + Recogedor	134.92	134.92	134.92	134.92	134.92
Desinfectante	443.39	443.39	443.39	443.39	443.39
Limpia vidrios	402.71	402.71	402.71	402.71	402.71
Paño seca todo	121.02	121.02	121.02	121.02	121.02
Espanja verde	70.17	70.17	70.17	70.17	70.17
Papel Higiénico	567.46	567.46	567.46	567.46	567.46
Jabón	85.42	85.42	85.42	85.42	85.42
Gel Antibacterial	1,130.85	1,130.85	1,130.85	1,130.85	1,130.85
Papel toalla	726.1	726.1	726.1	726.1	726.1
Trapeador	406.1	406.1	406.1	406.1	406.1
Papel aluminio	393.56	393.56	393.56	393.56	393.56
Papel film	210.51	210.51	210.51	210.51	210.51
Guantes x 100 unidades	305.08	305.08	305.08	305.08	305.08
Gorros descartables x 50 unidades	71.19	71.19	71.19	71.19	71.19
Mandil de plástico	107.8	107.8	107.8	107.8	107.8
Mascarillas x 50 unidades	61.02	61.02	61.02	61.02	61.02
Total Materiales	17,248.32	17,248.32	17,248.32	17,248.32	17,248.32
IGV Materiales	3,104.70	3,104.70	3,104.70	3,104.70	3,104.70
Servicios	6,493.60	6,896.00	7,360.00	7,868.00	8,424.40
Energía Eléctrica 20%	4,000.00	4,400.00	4,840.00	5,324.00	5,856.40
Agua 20%	213.6	216	240	264	288
Teléfono e internet 20%	2,280.00	2,280.00	2,280.00	2,280.00	2,280.00
Alquiler del local 20%	5,324.60	5,324.60	5,324.60	5,324.60	5,324.60
IGV alquiler del local	958.428	958.428	958.428	958.428	958.428
Total sin IGV	69,013	70,916	71,380	71,888	72,444
Total con IGV	77,140	79,042	79,506	80,014	80,570
IGV del CIF	8,126	8,126	8,126	8,126	8,126

Elaboración propia

8.4.1.5. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 89
Presupuesto de gastos administrativos 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	S/29,881.11	S/30,881.11	S/30,881.11	S/30,881.11	S/30,881.11
Luz (20%)	S/ 4,000.00				
Agua (20%)	S/ 3,058.00				
Teléfono e internet	S/ 228.00				
Servicio contable	S/ 6,000.00				
Alquiler del local	S/ 5,324.60				
Útiles de oficina	S/ 4,416.00				
Total c/IGV	S/52,907.71	S/53,907.71	S/53,907.71	S/53,907.71	S/53,907.71
Total s/IGV	S/50,310.43	S/51,310.43	S/51,310.43	S/51,310.43	S/51,310.43
IGV	S/ 2,597.28				

Elaboración propia

8.4.1.6. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 90
Presupuesto de gasto de ventas

	2020	2021	2022	2023	2024
Luz	S/ 4,000.00	S/ 5,396.40	S/ 5,458.46	S/ 5,521.23	S/ 5,584.73
Agua	S/ 3,058.00	S/ 4,125.55	S/ 4,172.99	S/ 4,220.98	S/ 4,269.52
Teléfono e internet	S/ 228.00				
Alquiler del local	S/ 5,324.60				
Pagos promocionales	S/ 2,520.00	S/ 3,399.73	S/ 3,438.83	S/ 3,478.38	S/ 3,518.38
Total c/IGV	S/15,130.60	S/18,474.28	S/18,622.88	S/18,773.19	S/18,925.22
Total s/IGV	S/12,822.54	S/15,656.17	S/15,782.10	S/15,909.48	S/16,038.33
IGV	S/ 2,308.06	S/ 2,818.11	S/ 2,840.78	S/ 2,863.71	S/ 2,886.90

Elaboración propia

8.4.1.7. Presupuesto Liquidación de IGV

Tabla 91
Liquidación de IGV

Liquidación de IGV	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
IGV de ventas		-21,801.36	-21,801.36	-26,145.76	-26,145.76	-30,484.07	-30,484.07	-34,822.37	-34,822.37	-39,215.59	-39,215.59	-43,553.90	-43,553.90
IGV maquinaria	6,148.53												
IGV equipo	2,499.25												
IGV utensilios	1,014.18						1,014.18						1,014.18
IGV útiles de limpieza	59.43			59.43	0.00	0.00	59.43						59.43
IGV útiles de trabajo	16.26	6.56	6.56	6.56	6.56	6.56	16.26	6.56	6.56	6.56	6.56	6.56	16.26
IGV mobiliarios	1,254.66												
IGV útiles de oficina	56.14												
IGV acondicionamiento	3,234.87												
IGV intangible	53.37	53.38	53.39	53.40	53.41	53.42	S/53.43	53.44	53.45	53.46	53.47	53.48	53.49
Escudo fiscal	14,336.69	59.94	59.95	119.39	59.97	59.98	1,089.87	60.00	60.01	60.02	60.03	60.04	1,143.36
IGV por pagar		-7,405	-21,741	-26,026	-26,086	-30,424	-29,394	-34,762	-34,762	-39,156	-39,156	-43,494	-42,411

Elaboración propia

8.4.2. Egresos no desembolsables

8.4.2.1. Depreciación

Tabla 92
Depreciación de activos 2020 - 2024

Activo	Valor Total	Vida útil (años)	2020	2021	2022	2023	2024
Máquina de picarones	S/ 4,197.00	10	S/ 419.70				
Freidora	S/ 3,800.00	10	S/ 380.00				
Batidora	S/ 1,949.00	10	S/ 194.90				
Cocina industrial	S/ 1,300.00	10	S/ 130.00				
Horno	S/ 2,800.00	10	S/ 280.00				
Armario de refrigeración	S/ 3,600.00	10	S/ 360.00				
Vitrinas expositoras	S/ 5,800.00	10	S/ 580.00				
Máquina self - service	S/ 8,000.00	10	S/ 800.00				
Máquina de helado	S/ 6,500.00	10	S/ 650.00				
Lavadero 2 pozas	S/ 1,350.00	10	S/ 135.00				
Computadora restaurante	S/ 5,800.00	4	S/1,450.00	S/1,450.00	S/1,450.00	S/1,450.00	S/ -
Pantalla táctil de pedidos	S/ 2,198.00	4	S/ 549.50	S/ 549.50	S/ 549.50	S/ 549.50	S/ -
Laptop	S/ 4,744.00	4	S/1,186.00	S/1,186.00	S/1,186.00	S/1,186.00	S/ -
Total	S/52,038.00		S/7,115.10	S/7,115.10	S/7,115.10	S/7,115.10	S/3,929.60

Elaboración propia

8.4.2.2. Amortización de intangibles

Tabla 93
Amortización de intangibles

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Amortización de activos intangibles	S/2,698.61	S/ 539.72				

Elaboración propia

8.4.3. Costos fijos y variables

Tabla 94
Resumen de los costos fijos y variables

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Costos fijos					
Materiales	S/ 20,353.00				
Alquiler del local	S/ 319,476.00				
Depreciación	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60
Total costos fijos	S/ 346,944.10	S/ 346,944.10	S/ 346,944.10	S/ 346,944.10	S/ 343,758.60
Costos variables					
Materia prima	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73
Mano de obra directa	S/ 40,929.30	S/ 56,432.40	S/ 70,540.50	S/ 70,540.50	S/ 84,648.60
Mano de obra indirecta	S/ 22,005.00				
Personal de servicio	S/ 54,572.40	S/ 56,432.40	S/ 56,432.40	S/ 70,540.50	S/ 70,540.50
Luz	S/ 20,000.00	S/ 22,000.00	S/ 24,000.00	S/ 26,000.00	S/ 28,000.00
Agua	S/ 15,290.00	S/ 15,500.00	S/ 15,780.00	S/ 15,950.00	S/ 16,200.00
Total costos variables	S/ 834,038.94	S/1,097,343.34	S/1,124,370.56	S/1,151,426.50	S/1,178,679.83
Total	S/1,180,983.04	S/1,444,287.44	S/1,471,314.66	S/1,498,370.60	S/1,522,438.43

Elaboración propia

8.4.4. Costo de producción unitario y costo total unitario

Tabla 95

Costo de producción unitario

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Producción en unidades	64,252	86,680	87,677	88,687	89,708
Materia prima	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73
Mano de obra directa	S/ 40,929.30	S/ 56,432.40	S/ 70,540.50	S/ 70,540.50	S/ 84,648.60
Costos indirectos	S/ 69,013.00	S/ 70,916.00	S/ 71,380.00	S/ 71,888.00	S/ 72,444.00
Total costo de producción	S/ 791,184.54	S/ 1,052,321.94	S/ 1,077,533.16	S/ 1,088,819.00	S/ 1,114,378.33
Costo de producción unitario	S/ 12.31	S/ 12.14	S/ 12.29	S/ 12.28	S/ 12.42

Elaboración propia

Tabla 96

Costo total unitario

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Producción en unidades	64,252	86,680	87,677	88,687	89,708
Gastos administrativos	S/ 50,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43
Gasto de ventas	S/ 12,822.54	S/ 15,978.43	S/ 16,108.07	S/ 16,239.20	S/ 16,371.83
Depreciación	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60
Amortización de intangibles	S/ 539.72				
Total de gastos operativos	S/ 70,787.80	S/ 74,943.69	S/ 75,073.32	S/ 75,204.45	S/ 72,151.59
Costo de producción unitario	S/ 12.31	S/ 12.14	S/ 12.29	S/ 12.28	S/ 12.42
Costo total unitario	S/ 13.42	S/ 13.00	S/ 13.15	S/ 13.13	S/ 13.23

Elaboración propia

8.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.5.1. Estado de ganancias y pérdidas proyectado (costeo absorbente)

Tabla 97

Estado de ganancias y pérdidas por costeo absorbente

	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ventas	S/ 2,570,080.00	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15	
(-) Costo de ventas	S/ 823,359.94	S/ 1,088,378.34	S/ 1,113,590.56	S/ 1,138,985.50	S/ 1,164,545.82	
(-) Materia prima	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73	
(-) Mano de obra directa	S/ 95,501.70	S/ 114,885.80	S/ 128,994.90	S/ 143,104.00	S/ 157,213.10	
(-) Costos indirectos	S/ 69,013.00	S/ 70,916.00	S/ 71,380.00	S/ 71,888.00	S/ 72,444.00	
Utilidad bruta	S/ 1,746,720.06	S/ 1,849,926.75	S/ 1,858,511.14	S/ 1,867,353.49	S/ 1,876,403.33	
(-) Gastos operativos	S/ 70,787.80	S/ 74,621.42	S/ 74,747.36	S/ 74,874.74	S/ 71,818.08	
(-) Gastos administrativos	S/ 50,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43	S/ 51,310.43	
(-) Gastos de venta	S/ 12,822.54	S/ 15,656.17	S/ 15,782.10	S/ 15,909.48	S/ 16,038.33	
(-) Depreciación activo fijo	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60	
(-) Amortización de intangibles	S/ 539.72					
Resultado operativo	S/ 1,675,932.26	S/ 1,775,305.32	S/ 1,783,763.78	S/ 1,792,478.75	S/ 1,804,585.25	
(+) Ingresos financieros	S/ -					
(-) Gastos financieros	S/ 25,673.07	S/ 22,117.04	S/ 14,620.32	S/ 2,558.43	S/ -	
(+) Otro ingresos						S/ 22,833.50
Resultado antes de I.R.	S/ 1,650,259.19	S/ 1,753,188.28	S/ 1,769,143.46	S/ 1,789,920.32	S/ 1,804,585.25	S/ 22,833.50
(-) Impuesto a la Renta	S/ 486,826.46	S/ 517,190.54	S/ 521,897.32	S/ 528,026.49	S/ 532,352.65	S/ 939.72
Resultado Neto	S/ 1,163,432.73	S/ 1,235,997.74	S/ 1,247,246.14	S/ 1,261,893.82	S/ 1,272,232.60	S/ 21,893.78

Elaboración propia

8.5.2. Estado de ganancias y pérdidas proyectado (costeo directo)

Tabla 98
Estado de ganancias y pérdidas por costeo directo

	2020	2021	2022	202	2024	Liquidación
Ventas	S/ 2,570,080.00	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15	
(-) Costo de ventas	S/ 845,756.94	S/ 1,110,775.34	S/ 1,135,987.56	S/ 1,161,382.50	S/ 1,186,942.83	
(-) Materia prima	S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73	
(-) Mano de obra directa	S/ 95,501.70	S/ 114,885.80	S/ 128,994.90	S/ 143,104.00	S/ 157,213.10	
(-) Costos indirectos	S/ 69,013.00	S/ 70,916.00	S/ 71,380.00	S/ 71,888.00	S/ 72,444.00	
Utilidad bruta	S/ 1,724,323.06	S/ 1,827,529.74	S/ 1,836,114.13	S/ 1,844,956.48	S/ 1,854,006.33	
(-) Gastos operativos	S/ 34,906.69	S/ 37,740.31	S/ 37,866.24	S/ 37,993.62	S/ 34,936.97	
(-) Gastos administrativos	S/ 14,429.32					
(-) Gastos de venta	S/ 12,822.54	S/ 15,656.17	S/ 15,782.10	S/ 15,909.48	S/ 16,038.33	
(-) Depreciación activo fijo	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60	
(-) Amortización de intangibles	S/ 539.72					
Resultado operativo	S/ 1,689,416.37	S/ 1,789,789.43	S/ 1,798,247.89	S/ 1,806,962.86	S/ 1,819,069.36	
(+) Ingresos financieros	S/ -					
(-) Gastos financieros	S/ 25,673.07	S/ 22,117.04	S/ 14,620.32	S/ 2,558.43	S/ -	
(+) Otro ingresos						S/ 22,833.50
Resultado antes de I.R.	S/ 1,663,743.30	S/ 1,767,672.39	S/ 1,783,627.57	S/ 1,804,404.42	S/ 1,819,069.36	S/ 22,833.50
(-) Impuesto a la Renta	S/ 490,804.27	S/ 521,463.35	S/ 526,170.13	S/ 532,299.30	S/ 536,625.46	S/ 939.72
Resultado Neto	S/ 1,172,939.02	S/ 1,246,209.03	S/ 1,257,457.43	S/ 1,272,105.12	S/ 1,282,443.90	S/ 21,893.78

Elaboración propia

8.5.3. Flujo de caja operativo proyectado

Tabla 99
Flujo de caja proyectado 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	202	2024	Liquidación
Ventas		S/ 2,570,080.00	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15	
(-) Costo de ventas		S/ 845,756.94	S/ 1,110,775.34	S/ 1,135,987.56	S/ 1,161,382.50	S/ 1,186,942.83	
(-) Materia prima		S/ 681,242.24	S/ 924,973.54	S/ 935,612.66	S/ 946,390.50	S/ 957,285.73	
(-) Mano de obra directa		S/ 95,501.70	S/ 114,885.80	S/ 128,994.90	S/ 143,104.00	S/ 157,213.10	
(-) Costos indirectos		S/ 69,013.00	S/ 70,916.00	S/ 71,380.00	S/ 71,888.00	S/ 72,444.00	
Utilidad bruta		S/ 1,724,323.06	S/ 1,827,529.74	S/ 1,836,114.13	S/ 1,844,956.48	S/ 1,854,006.33	
(-) Gastos operativos		S/ 34,906.69	S/ 37,740.31	S/ 37,866.24	S/ 37,993.62	S/ 34,936.97	
(-) Gastos administrativos		S/ 14,429.32					
(-) Gastos de venta		S/ 12,822.54	S/ 15,656.17	S/ 15,782.10	S/ 15,909.48	S/ 16,038.33	
(-) Depreciación activo fijo		S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60	
(-) Amortización de intangibles		S/ 539.72					
Resultado operativo		S/ 1,689,416.37	S/ 1,789,789.43	S/ 1,798,247.89	S/ 1,806,962.86	S/ 1,819,069.36	
(+) Otros ingresos							S/ 22,833.50
Resultado antes de I.R.		S/ 1,689,416.37	S/ 1,789,789.43	S/ 1,798,247.89	S/ 1,806,962.86	S/ 1,819,069.36	S/ 22,833.50
(-) Impuesto a la Renta		S/ 498,377.83	S/ 527,987.88	S/ 530,483.13	S/ 533,054.04	S/ 536,625.46	S/ 939.72
Resultado Neto		S/ 1,191,038.54	S/ 1,261,801.55	S/ 1,267,764.76	S/ 1,273,908.81	S/ 1,282,443.90	S/ 21,893.78
Depreciación activo fijo		S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 7,115.10	S/ 3,929.60	S/ -
Amortización de intangibles		S/ 539.72	S/ -				
Flujo de caja operativo		S/ 1,198,693.36	S/ 1,269,456.37	S/ 1,275,419.58	S/ 1,281,563.64	S/ 1,286,913.22	S/ 21,893.78

Elaboración propia

8.5.4. Flujo de capital proyectado

Tabla 100
Flujo de caja proyectado 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Activo tangible	-S/ 65,104.95						
Activo intangible	-S/ 2,751.99						
Gastos preoperativos	-S/ 32,135.65						
Activos diferidos	-S/ 53,246.00						
Capital de trabajo	-S/ 158,022.91	-S/ 55,159.96	-S/ 2,452.05	-S/ 2,484.02	-S/ 2,511.07		
Recuperación de garantía							S/ 26,623.00
VSN							S/ 21,893.78
Recuperación del capital de trabajo							S/ 220,630.01
Flujo de capital proyectado	-S/ 311,261.51	-S/ 55,159.96	-S/ 2,452.05	-S/ 2,484.02	-S/ 2,511.07		S/ 269,146.79

Elaboración propia

8.5.5. Flujo de caja económico proyectado

Tabla 101
Flujo de caja económico 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja operativo		S/ 1,198,693.36	S/ 1,269,456.37	S/ 1,275,419.58	S/ 1,281,563.64	S/ 1,286,913.22	S/ 21,893.78
Flujo de capital	-S/ 311,261.51	-S/ 55,159.96	-S/ 2,452.05	-S/ 2,484.02	-S/ 2,511.07	S/ -	S/ 269,146.79
Flujo de caja económico	-S/ 311,261.51	S/ 1,143,533.40	S/ 1,267,004.32	S/ 1,272,935.57	S/ 1,279,052.56	S/ 1,286,913.22	S/ 291,040.56

Elaboración propia

8.5.6. Flujo del servicio de la deuda

Tabla 102
Flujo del servicio de la deuda del activo fijo tangible 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Préstamo	S/ 39,062.97						
Servicio de la deuda		-S/ 28,170.99	-S/ 30,344.34	-S/ 30,344.34	-S/ 15,172.17	S/ -	
Escudo fiscal		S/ 7,573.56	S/ 6,524.53	S/ 4,313.00	S/ 754.74	S/ -	
Flujo de la deuda	S/ 39,062.97	-S/ 20,597.43	-S/ 23,819.81	-S/ 26,031.34	-S/ 14,417.43	S/ -	

Elaboración propia

Tabla 103
Flujo del servicio de la deuda del capital de trabajo 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Préstamo	S/ 158,022.91						
Servicio de la deuda		-S/ 113,961.17	-S/ 122,753.10	-S/ 122,753.10	-S/ 61,376.55	S/ -	
Escudo fiscal		S/ 30,637.59	S/ 26,393.91	S/ 17,447.52	S/ 3,053.17	S/ -	
Flujo de la deuda	S/ 158,022.91	-S/ 83,323.58	-S/ 96,359.19	-S/ 105,305.58	-S/ 58,323.38	S/ -	

Elaboración propia

8.5.7. Flujo de caja financiero

Tabla 104
Flujo de caja financiero 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de la deudas	S/ 197,085.88	-S/ 103,921.02	-S/ 120,179.00	-S/ 131,336.92	-S/ 72,740.81	S/ -	
Flujo de caja económico	-S/ 311,261.51	S/ 1,143,533.40	S/ 1,267,004.32	S/ 1,272,935.57	S/ 1,279,052.56	S/ 1,286,913.22	S/ 291,040.56
Flujo de caja financiero	-S/ 114,175.62	S/ 1,039,612.38	S/ 1,146,825.32	S/ 1,141,598.64	S/ 1,206,311.75	S/ 1,286,913.22	S/ 291,040.56

Elaboración propia

9. EVALUACIÓN ECONÓMICO – FINANCIERA

9.1. CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

9.1.1. Costo de oportunidad (Ke)

Tabla 105
Costo de oportunidad para los Estados Unidos de América

Concepto	Tasa
Tasa Libre de Riesgo EE. UU.	1.88%
Rendimiento del Mercado EE. UU.	5.96%
Beta apalancada del sector	0.80
Prima de riesgo EE. UU.	4.08%
COK nominal EE. UU.	5.14%

Elaboración propia

Tabla 106
Costo de oportunidad para el Perú (Método CAPM)

Concepto	Tasa
Beta desapalancada	0.67
Deuda del proyecto	47.31%
Capital del proyecto	52.69%
Beta apalancada c/ deuda y capital	1.09
COK c/ deuda y capital del proyecto	6.34%
Inflación EE. UU.	1.80%
COK real EE. UU.	4.46%
Riesgo País	1.27%
COK Perú	5.73%

Elaboración propia

9.1.2. Costo de la deuda (Kd)

Tabla 107
Costo de la deuda

Concepto	Tasa
TEA nominal (Mi Banco)	91.12%
Inflación Perú	2.00%
TEA real (Mi Banco)	87.37%
Tasa impuesto a la renta	29.50%
Costo de la deuda (Kd)	61.60%

Elaboración propia

9.1.3. Costo promedio ponderado del capital (WACC)

Tabla 108
Distribución de la deuda y el capital del proyecto

Concepto	Monto	Tasa
Deuda del proyecto	S/ 197,085.88	47.31%
Capital del proyecto	S/ 219,524.23	52.69%
Total	S/ 416,610.11	100.00%

Elaboración propia

Tabla 109
Costo de capital promedio ponderado (CCPP)

Concepto	Tasa
Costo de la deuda (Kd)	61.60%
Deuda del proyecto	47.31%
Costo de oportunidad (Ke)	5.73%
Capital del proyecto	52.69%
Costo de capital promedio ponderado	32.16%

Elaboración propia

9.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

9.2.1. Indicadores de rentabilidad

Tabla 110
Flujos anuales proyectados

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja económico	-S/311,261.51	S/1,143,533.40	S/1,267,004.32	S/1,272,935.57	S/1,279,052.56	S/1,286,913.22	S/291,040.56
Flujo de caja financiero	-S/114,175.62	S/1,039,612.38	S/1,146,825.32	S/1,141,598.64	S/1,206,311.75	S/1,286,913.22	S/291,040.56

Elaboración propia

9.2.1.1. VANE y VANF

Tabla 111
VAN económico y financiero

Concepto	VAN
VAN Económico	S/2,518,806.19
VAN Financiero	S/1,480,036.52

Elaboración propia

9.2.1.2. TIRE, TIRF y TIRM

Tabla 112
Tasa interna de retorno económico, financiero y modificado

Concepto	TIR
TIR Económico	359.81%
TIR Financiero	875.68%
TIRE Modificada	90.93%
TIRF Modificada	98.12%

Elaboración propia

9.2.1.3. PRIE y PRIF

Tabla 113
Periodo de recuperación de la inversión económica

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja económico	-S/311,261.51	S/1,092,482.88	S/1,217,755.81	S/1,228,972.23	S/1,243,592.86	S/1,256,442.71	S/291,040.56
Flujos descontados	-S/311,261.51	S/ 826,628.46	S/ 697,190.77	S/ 532,389.16	S/ 407,625.24	S/ 311,617.08	S/ 54,616.99
Falta por recuperar	-S/311,261.51	S/ 515,366.95					
PRI económico	4 meses y 10 días						

Elaboración propia

Tabla 114
Periodo de recuperación de la inversión financiera

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja financiero	-S/114,175.62	S/ 988,561.86	S/1,097,576.81	S/1,097,635.31	S/1,170,852.05	S/1,256,442.71	S/291,040.56
Flujos descontados	-S/114,175.62	S/ 934,954.05	S/1,038,057.32	S/1,038,112.65	S/1,107,358.99	S/1,188,308.23	S/275,257.99
Falta por recuperar	-S/114,175.62	S/ 820,778.42					
PRIF financiero	1 mes y 13 días						

Elaboración propia

9.2.1.4. B/C – E y B/C – F

Tabla 115
Beneficio/costo económico y financiero

Concepto	Monto
Beneficio/costo económico	S/ 9.09
Beneficio/costo financiero	S/ 48.89

Elaboración propia

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio

9.2.2.1. Costos variables y fijos

Tabla 116
Costos fijos y variables financieros

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/ 2,570,080.00	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15
(-) Costo de ventas	S/ 845,756.94	S/ 1,110,775.34	S/ 1,135,987.56	S/ 1,161,382.50	S/ 1,186,942.83
Utilidad bruta	S/ 1,724,323.06	S/ 1,827,529.74	S/ 1,836,114.13	S/ 1,844,956.48	S/ 1,854,006.33
(-) Gastos operativos	S/ 63,132.98	S/ 66,966.60	S/ 67,092.53	S/ 67,219.91	S/ 67,348.76
Resultado operativo	S/ 1,661,190.08	S/ 1,760,563.14	S/ 1,769,021.60	S/ 1,777,736.57	S/ 1,786,657.57
Resultado antes de I.R.	S/ 490,051.07	S/ 519,366.13	S/ 521,861.37	S/ 524,432.29	S/ 527,063.98
Resultado Neto	S/ 1,171,139.01	S/ 1,241,197.01	S/ 1,247,160.23	S/ 1,253,304.28	S/ 1,259,593.59

Elaboración propia

Tabla 117
Costos fijos y variables económicos

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/ 2,570,080.00	S/ 2,938,305.08	S/ 2,972,101.69	S/ 3,006,338.98	S/ 3,040,949.15
(-) Costo de ventas	S/ 845,756.94	S/ 1,110,775.34	S/ 1,135,987.56	S/ 1,161,382.50	S/ 1,186,942.83
Utilidad bruta	S/ 1,724,323.06	S/ 1,827,529.74	S/ 1,836,114.13	S/ 1,844,956.48	S/ 1,854,006.33
(-) Gastos operativos	S/ 70,787.80	S/ 74,621.42	S/ 74,747.36	S/ 74,874.74	S/ 71,818.08
(-) Costo de oportunidad	S/ 22,766.27	S/ 23,999.22	S/ 24,039.72	S/ 24,080.69	S/ 23,097.63
Resultado operativo	S/ 1,630,768.98	S/ 1,728,909.10	S/ 1,737,327.06	S/ 1,746,001.06	S/ 1,759,090.62
Resultado antes de I.R.	S/ 481,076.85	S/ 510,028.18	S/ 512,511.48	S/ 515,070.31	S/ 518,931.73
Resultado Neto	S/ 1,149,692.13	S/ 1,218,880.91	S/ 1,224,815.58	S/ 1,230,930.75	S/ 1,240,158.89

Elaboración propia

9.2.2.2. Estimación y análisis del punto de equilibrio económico y financiero

Tabla 118
Margen de contribución financiero

	2020	2021	2022	2023	2024
Margen de contribución	67.09%	62.20%	61.78%	61.37%	60.97%
Punto de equilibrio	S/ 94,098.84	S/ 107,669.00	S/ 108,602.09	S/ 109,534.21	S/ 110,465.72
Costo total unitario	13.42	13.00	13.15	13.13	13.23
En unidades	2352	2692	2715	2738	2762

Elaboración propia

Tabla 119
Margen de contribución económica

	2020	2021	2022	2023	2024
Margen de contribución	67.09%	62.20%	61.78%	61.37%	60.97%
Punto de equilibrio	S/ 139,441	S/ 158,562	S/ 159,906	S/ 161,247	S/ 155,681
Costo total unitario	S/ 13.42	S/ 13.00	S/ 13.15	S/ 13.13	S/ 13.23
En unidades	3486	3964	3998	4031	3892

Elaboración propia

9.2.2.3. Comprobación

Tabla 120

Comprobación del punto de equilibrio financiero

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/ 94,098.84	S/ 107,669.00	S/ 108,602.09	S/ 109,534.21	S/ 110,465.72
(-) Costo de ventas	S/ 30,965.86	S/ 40,702.40	S/ 41,509.56	S/ 42,314.29	S/ 43,116.96
Utilidad bruta	S/ 63,132.98	S/ 66,966.60	S/ 67,092.53	S/ 67,219.91	S/ 67,348.76
(-) Gastos operativos	S/ 63,132.98	S/ 66,966.60	S/ 67,092.53	S/ 67,219.91	S/ 67,348.76
Resultado operativo	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Resultado antes de I.R.	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Resultado Neto	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -

Elaboración propia

Tabla 121

Comprobación del punto de equilibrio económico

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	S/ 139,441	S/ 158,562	S/ 159,906	S/ 161,247	S/ 155,681
(-) Costo de ventas	S/ 45,887.00	S/ 59,941.78	S/ 61,118.69	S/ 62,291.49	S/ 60,765.44
Utilidad bruta	S/ 93,554.07	S/ 98,620.64	S/ 98,787.07	S/ 98,955.42	S/ 94,915.71
(-) Gastos operativos	S/ 70,787.80	S/ 74,621.42	S/ 74,747.36	S/ 74,874.74	S/ 71,818.08
(-) Costo de oportunidad	S/ 22,766.27	S/ 23,999.22	S/ 24,039.72	S/ 24,080.69	S/ 23,097.63
Resultado operativo	S/ -				
Resultado antes de I.R.	S/ -				
Resultado Neto	S/ -				

Elaboración propia

9.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNIDIMENSIONAL

9.3.1. Variables de entrada

Tabla 122

Variables de entrada

VARIABLES
Demanda
Precio

Elaboración propia

9.3.2. Variables de salida

Tabla 123

Variables de salida

Concepto	Valor
VANE	S/ 2,518,806.19
VANF	S/ 1,480,036.52
TIRE	359.81%
TIRF	875.68%

Elaboración propia

9.3.3. Variables críticas del proyecto

Tabla 124
Variaciones de la variable del precio

Concepto	Escenario Optimista		Actual	Escenario Pesimista	
	Variación	Variación		Variación	Variación
	10.00%	5.00%		-5.00%	-10.00%
VAN económico	S/ 2,757,869.09	S/ 2,533,771.29	S/ 2,518,806.19	S/ 2,085,575.67	S/ 1,861,477.87
VAN financiero	S/ 1,583,534.25	S/ 144,266.66	S/ 1,480,036.52	S/ 1,171,731.47	S/ 1,034,463.88
TIR económica	344.49%	319.68%	359.81%	269.98%	245.07%
TIR financiera	801.02%	734.38%	875.68%	601.43%	535.18%

Elaboración propia

Tabla 125
Variaciones de la variable de la demanda

Concepto	Escenario Optimista		Actual	Escenario Pesimista	
	Variación	Variación		Variación	Variación
	10.00%	5.00%		-5.00%	-10.00%
VAN económico	S/ 2,757,869.09	S/ 2,533,771.29	S/ 2,518,806.19	S/ 2,085,575.67	S/ 1,861,477.87
VAN financiero	S/ 1,583,534.25	S/ 1,446,266.66	S/ 1,480,036.52	S/ 1,171,731.47	S/ 1,034,463.88
TIR económica	344.49%	319.68%	359.81%	269.98%	245.07%
TIR financiera	801.02%	734.38%	875.68%	601.43%	535.18%

Elaboración propia

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1. CONCLUSIONES

- Después de realizar el análisis de los diferentes aspectos del proyecto, se concluyó que las características que los consumidores buscan al comprar un postre es la calidad del producto y que al ir a una pastelería encuentren diversidad de opciones para escoger es por eso que la idea de barra libre será bien acogida.
- La producción de los postres requerirá de tiempos y esfuerzos exactos, y se cuidaran los estándares de calidad exigidos por el mercado. Sin embargo, el proyecto y también busca la optimización de los procesos para producir los postres de manera eficiente y que se encuentren disponibles a la mano del consumidor.
- Se determinó que los consumidores están optando mucho por comer por volumen ya que pueden degustar todo lo que desean a un solo precio, a comparación de la competencia, por lo que el concepto de All you can eat está siendo realmente atractivo en esta época.
- Los postres ofrecidos en Dulce Adicción son de gustos y preferencias del público objetivo en general, lo cual hace que podamos saber cuáles son de su mayor agrado y enfocarnos en lo que más le gusta.

10.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda estandarizar y cumplir con los procesos de elaboración para así garantizar la homogeneidad y calidad de los postres, además de proponer nuevos postres y mantener la diversidad de los postres en la barra libre.
- Se recomienda por énfasis en la evaluación de máquinas para lograr una producción eficiente y también que tengan costos aceptables para el proyecto.
- Se sugiere que las promociones por volumen sea un factor atractivo para los consumidores que acuden en grupo, ya que generará mayores ingresos y un marketing indirecto.
- Poder ampliar la línea de productos ofrecidos en el All you can eat “Dulce Adicción”, con el fin de ofrecer también una nueva variedad y que los comensales no siempre encuentren lo mismo.

11. BIBLIOGRAFIA

(s.f.). Obtenido de

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01129XM/html/2013-1/2018-12/>

APEIM. (s.f.). Obtenido de APEIM -

http://dashboard.apeim.com.pe/Webdashpersonas4_2.aspx

INEI. (s.f.). Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1140/cap01.pdf

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (s.f.). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/presentacion>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Obtenido de

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017*. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Mayo de 2019). Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbi_trimestral_mayo2019.pdf

Arellano Marketing. (s.f.). *Los 6 estilos de vida de las personas*. Obtenido de

<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados.* (s.f.). Obtenido de http://dashboard.apeim.com.pe/Webdashpersonas4_2.aspx
- Asociación Peruana de Empresas de investigación de Mercados [APEIM] . (2018). *Niveles Socioeconómicos 2018*. Obtenido de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>
- Banco central de reserva del Perú. (s.f.). Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05373BA/html/2013/2018/>
- Banco central de reserva del Perú. (s.f.). Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05309PA/html/2013/2018/>
- Banco central de reserva del Perú. (s.f.). Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05309PA/html/2013/2018/>
- Banco central de reserva del Perú. (s.f.). *Diferencial de rendimientos del indice de bonos de mercados emergentes (EMBIG) - Perú*. Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01129XM/html/2013-1/2018-12/>
- Banco central de reserva del Perú. (s.f.). *Reporte de inflacion* . Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>
- Beneficios laborales del régimen laboral de la micro y pequeña empresa.* (s.f.). Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_peque%C3%B1a_empresa_-_Final.pdf
- Compañía Peruana de estudios de mercado y opinión pública.* (2019). Obtenido de Lima Digital: “Ocho de cada 10 personas en Lima tienen al menos una cuenta en alguna red social”: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_Limadigital2018.pdf
- ComScore. (2015). *Futuro Digital* .
- Decreto supremo N° 013-2013-PRODUCE* . (s.f.). Obtenido de <http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/ds013-2013-produce.pdf>
- Decreto supremo N° 013-2013-PRODUCE* . (s.f.). Obtenido de <http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/ds013-2013-produce.pdf>
- Decreto Supremo N° 058-2014-PCM.* (s.f.). Obtenido de <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2014/09/DS-058-2014-PCM.pdf>
- DIGESA. (s.f.). *Norma de pastelerías* . Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/NORMA%20DE%20PANADERIAS.pdf>

- El comercio. (s.f.). págs. <https://elcomercio.pe/economia/peru/san-isidro-centro-ejecutivo-lima-moderna-220487>.
- El comercio. (12 de Julio de 2019). *Ley de alimentación saludable: este lunes inicia rotulado de productos con octógonos*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/peru/ley-alimentacion-saludable-consiste-modelo-aprobado-manual-noticia-ecpm-528468>
- Growth for knowledge. (2017). *Digital Marketing Toolkit Perú*. Obtenido de <https://www.gfk.com/es-pe/insights/press-release/informe-de-internet-digital-marketing-toolkit-peru/>
- INDECOPI. (s.f.). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#nombre>
- INDECOPI. (s.f.). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentes-foneticos>
- INDECOPI. (s.f.). *Clasificación internacional de productos y servicios*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20795/0/TitulosClasificacionNiza2017.pdf/2ac6ef66-96c8-4d8b-8656-57d749103fa8>
- INDECOPI. (s.f.). *Código de protección y defensa del consumidor*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- INEI. (2008-2009). *Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares*.
- INEI. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/frm_lista_notas.asp?wc_cod=5610
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s.f.). Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>
- Instituto Nacional de Estadística e informática*. (2013). Obtenido de Anuario de estadísticas Ambientales: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1140/cap01.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Estimaciones y Proyecciones de la población Nacional, por Año calendario y Edad Simple, 1950-2050*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1681
- José Vargas Sifuentes. (30 de Setiembre de 2017). *El Peruano*. Obtenido de Lima, la dulce: <https://elperuano.pe/noticia-lima-dulce-59789.aspx>
- Ley General de sociedades*. (s.f.). Obtenido de <http://www.smv.gob.pe/sil/LEY0000199726887001.pdf>

- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.* (s.f.). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51759/1562796/TUO+Ley+Marco+de+Licencia+de+Funcionamiento.pdf/162f254c-8996-55ab-768b-ba1d5eecdee5>
- MEF.* (s.f.). Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/normatividad-sp-2134/por-instrumentos/directivas/14503-05-rdn-006-2012-pip-transporte-estudios-en-paquete-mod-anexo-snip-09-10-y-16-2-2-final-1202/file>
- Minsa.* (s.f.). Obtenido de <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2069-2.pdf>
- MINSA.* (s.f.). Obtenido de http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/Establecimientos/Reuniones/Reunion_II/II_BPM_Aseguramiento_de_la_Calidad.pdf
- Municipalidad de San Isidro.* (s.f.). Obtenido de <http://msi.gob.pe/portal/wp-content/uploads/2015/10/4.2.RequisitosITSE-Ex-Ante.pdf>
- Municipalidad de San Isidro.* (s.f.). Obtenido de <http://msi.gob.pe/portal/servicios-sociales/vigilancia-sanitaria/certificacion-sanitaria/>
- Nielsen.* (s.f.). *Estudio global: ¿Que hay en nuestra comida y en nuestra mente?* Obtenido de <https://www.nielsen.com/pe/es/insights/report/2016/Que-hay-en-nuestra-comida-y-en-nuestra-mente/>
- Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios afines.* (s.f.). Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/197614/Resolucion-Ministerial_N-822-2018-MINSA.PDF
- Plataforma digital única del estado peruano.* (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio>
- Puratos.* (s.f.). *Taste Tomorrow.* Obtenido de <https://www.puratos.es/es/consumer-insights/taste-tomorrow>
- Quintana, G. (2017). Panaderías y Pastelerías se expanden a través de franquicias.* Obtenido de . Obtenido de: <https://www.linkedin.com/pulse/panader%C3%ADas-y-pasteler%C3%ADas-se-expanden-trav%C3%A9s-de-guillermo-quintana>
- Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa.* (s.f.). Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf
- Rocio Mendoza . (18 de Abril de 2018). Diario correo . Obtenido de Día del Dulce Peruano: Alistan festividad en Magdalena:* <https://diariocorreo.pe/gastronomia/dia-del-dulce-peruano-los-peruanos-somos-dulceros-814291/>
- Sologuren Verne, M. A. (2013). El social media marketing como estrategia para potenciar una empresa.* Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/303411/sologur>

en_vm-pub-
delfos.pdf;jsessionid=35EAF877431769A95FD55215A2E4CC69?sequence=1

SUNAT. (s.f.). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6826-02-personas-no-comprendidas>

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

Superintendencia de banca, seguros y AFP . (s.f.). Obtenido de <http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPortal/Paginas/TIActivaMercado.aspx?tip=B>

Superintendencia Nacional de Registros Públicos . (2018). Obtenido de Constituye tu empresa: Superintendencia Nacional de Registros Públicos (2018) Constituye tu empresa <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

12. ANEXOS

Anexo 1

	<p>Cocina Industrial De Acero Inoxidable Somos Fabricantes</p> <p>S/1.300</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>(Único disponible)</p>	<p>Cocina de 4 hornillas de 25x25</p> <p>Todo completamente en acero inoxidable</p> <p>Parrillas de Fierro fundido pesadas</p>
---	--	--

Elaboración propia

Anexo 2

	<p>S/. 4 197</p>	<p>La capacidad de: 500-800 unidades/hora</p> <p>Tamaño de la máquina: 1100x550x650mm</p> <p>Poder: 3 kW</p> <p>Peso neto: 40 kg</p> <p>Peso bruto: 45 kg</p> <p>Totalmente automática</p>
---	-------------------------	--

Elaboración propia

Anexo 3

	<p>Freidora Doble Canastilla A Gas Industrial</p> <p>S/ 3.800</p> <p>Hasta 12 cuotas   Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima Ver costos de envío</p> <p>Color: Gris oscuro</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (10 disponibles)</p>	<p>Construida completamente en acero inoxidable.</p> <p>Botón de seguridad para corte de temperatura.</p> <p>Corte de paso de gas a Piloto.</p> <p>Fácil uso y apagado simple.</p> <p>Tipo de gas GLP/GN.</p> <p>Incluye 2 canastillos.</p> <p>Capacidad: 18 litros</p> <p>Dimensiones (mm): 396x765x1128</p>
---	---	---

Elaboración propia

Anexo 4

	<p>Batidora Amasadora Mezcladora 15 Lt. Industrial, Nuevo 2019</p> <p>S/ 1.949</p> <p>Hasta 12 cuotas   Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima Ver costos de envío</p> <p>¡Último disponible!</p>	<p>Material: aleación de aluminio y acero inoxidable</p> <p>Capacidad bowl: 15 Litros.</p> <p>Velocidad mezcladora: 108 - 195 - 355 r/min</p> <p>Peso: 75 Kg</p> <p>3 paletas: batido, amasado, mezclado</p> <p>Energía: 0.45 kW</p> <p>Dimensiones: 410 x 485 x 635 mm</p>
--	--	---

Elaboración propia

Anexo 5

	<p>Mesa De Trabajo De Acero Inoxidable 60 X 110 X 90 Cm</p> <p>S/ 600</p> <p>Hasta 12 cuotas   Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (3 disponibles)</p>	<p>Ancho 60 cm x longitud 110 cm x 90 cm de altura</p> <p>Mesada superior e inferior con dobles de refuerzo de 40 mm</p> <p>Patatas tubulares de od de 1 1/2"</p> <p>Omegas inferiores de refuerzo</p> <p>Regatones antideslizantes</p> <p>Peso aproximado 20 kilos</p>
---	--	---

Elaboración propia

Anexo 6

	<p>Horno Multiusos Industrial A Gas Acero</p> <p>S/ 1.400</p> <p>Hasta 12 cuotas   Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (10 disponibles)</p>	<p>Horno industrial multiusos doble función, tiene quemador y gratinador.</p> <p>Para panes kekes pizzas pollo carnes bocaditos, etc</p>
---	---	--

Elaboración propia

Anexo 7

	<p>Usado</p> <p>Visiculer 2 Puertas. Con 3 Meses De Uso</p> <p>S/ 3.600</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>¡Único disponible!</p> <p>Comprar</p> <p>Compra Protegida, recibe el producto que esperas antes de que llegue.</p>	<p>Marca: Imbera Modelo: VRD26 Capacidad de volumen: 730 L Voltaje: 220V Cantidad de puertas: 2 Altura: 1898 m Ancho: 1001 m Profundidad: 691 m Orientación: Vertical</p>
---	---	---

Elaboración propia

Anexo 8

<p>VITRINA EXHIBIDORA FRÍA REFRIGERADA MIZAR</p> <p>Publicado hace 24 días Chorrillos, Lima, Lima</p> <p>(Negociable) S/ 2.900</p> 	<p>Temperatura de 2C a 8C / 4C a 10C según modelo.</p> <p>Luz led en cada repisa.</p> <p>220V 60Hz.</p>
---	---

Elaboración propia

Anexo 9

	<p>Baño María Electrico 6 Bandejas Para Buffet, Autoservicio</p> <p>S/ 4.000</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>¡Único disponible!</p> <p>Comprar</p>	<p>Baño maría eléctrico para 6 bandejas de 1/1</p> <p>Íntegramente de acero inoxidable</p> <p>Distribución de calor uniforme</p>
---	---	--

Elaboración propia

Anexo 10

	<p>Nuevo</p> <p>Máquina De Helado Soft 3 Sabores Para Mesa Con Garantía 1a</p> <p>S/ 6.500</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor Lima</p> <p>Consultar costos</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (10 disponibles)</p> <p>Comprar</p>	<p>Marca: Grondoy Modelo: BQL-818T Capacidad: 18-25 L/h Dimensiones: 520 x 695 x 680 mm Gas refrigerante: R404a/950gr Energía: 220 V Frecuencia: 50~60 Hz Potencia: 1.800 watts Peso: 90 kg</p>
---	---	---

Elaboración propia

Anexo 11

	<p>Lavadero 2 Pozas En Acero Inoxidable</p> <p>S/1,350</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>¡Único disponible!</p>	<p>Ancho 55 cm Longitud 160 cm Altura 90 cm Mural - Respaldo sanitario de 10 Cm de Alt. Pozas de 50 Cm x 40 Cm x 30 Cm de fondo 04 patas en Tubo Ø 38 mm Regatones antideslizantes Material Acero Inoxidable de 1.2 mm - Calidad 304 Soldado con Proceso Tig Acabado Pulido Sanitario</p>
---	--	--

Elaboración propia

Anexo 12

	<p>Nuevo - 12 vendidos</p> <p>Licuada Industrial 2200 Watts 3hp / 2 Litros / La Mejor</p> <p>S/ 300</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Envío gratis a todo el país</p> <p>Arequipa</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (8 disponibles)</p>	<p>Potencia: 200 watts Vaso de 2 litros Calidad superior para uso exigente Vaso extra resistente</p>
--	---	---

Elaboración propia

Anexo 13

	<p>Balanza Digital Electrónica 10kg Cocina Repostería Nuevo</p> <p>★★★★★ 6 opiniones</p> <p>S/22⁹⁹</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA </p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (22 disponibles)</p>	<p>Funciona con 2 pilas AA (incluidas). Tiene función TARE. Modo de pesaje: en gramos y onzas (gr/oz). Dimensiones: 16.5 x 24 x 3.5 cm y el platito de pesaje: Diámetro 14.5 cm. Pantalla LCD para poder ver de la mejor manera a toda hora. Modo de apagado automático. Tiene indicador de batería baja. Hasta 10 kilos</p>
---	--	---

Elaboración propia

Anexo 14

	<p>Nuevo</p> <p>Philips Hr1459 Batidora De Mano 5 Velocidades 300w</p> <p>S/109⁹⁰</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA MasterCard</p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (8 disponibles)</p>	<p>Colores: Blanco</p> <p>Material de los accesorios para batir y mezclar ingredientes duros</p> <p>Acero inoxidable</p> <p>Energía: 300 W</p> <p>Voltaje: 220-240 V</p> <p>Velocidades: 5 + turbo</p>
---	---	--

Elaboración propia

Anexo 15

	<p>Caja Computarizada Punto Venta Restaurantes Terminal Tactil</p> <p>S/2.900</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA MasterCard</p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Entrega a acordar con el vendedor</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>Cantidad: 1 Unidad (12 disponibles)</p>	<p>Incluye:</p> <p>Computadora personal NUEVA DUAL CORE 3.5GHz séptima generación 1TB DISCO 4GB RAM</p> <p>Pantalla LCD 19"</p> <p>Impresora tickets 57mm DPRINTER USB nueva</p> <p>Gaveta de dinero metálica</p> <p>Estabilizador de voltaje nuevo UPS</p> <p>Teclado/Mouse</p> <p>Impresora ticketera de 80mm con corte automático para comandas</p>
--	---	--

Elaboración propia

Anexo 16

	<p>Monitor Touch Screen 15 Tactil Punto De Venta Restaurantes</p> <p>S/1,099</p> <p>Hasta 12 cuotas</p> <p>VISA MasterCard</p> <p>Más información sobre Mercado Pago</p> <p>Envío gratis a todo el país</p> <p>Lima</p> <p>Ver costos de envío</p> <p>Color: Negro</p> <p>Voltaje: 110V/220V (Bivolt)</p>	<p>Pantalla Táctil de 15"</p> <p>Tipo de pantalla: matriz activa TFT LCD</p> <p>Tecnología del Touch: 5 wire resistive</p> <p>Optima resolución: 1024 X 768</p> <p>Brightness: 300cd m2 (Typ.)</p> <p>Contrans Ratio: 600:1(typ.)</p> <p>Viewing Angle: 160°(H)/145°(V)</p> <p>Conexión D-sub VGA 15 pins, DC12 V, USB touch</p> <p>Backlight MTBF: 30000 hrs.</p> <p>Incluye fuente de poder y base</p>
---	--	--

Elaboración propia