



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE DEL DIABÉTICO
Y DEL HIPERTENSO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO**

AUTOR:

CASTILLO SANDOVAL, LILA DE JESUS

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE
MERCADOS Y TERRITORIOS**

IQUITOS - PERÚ

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios por ser mi fortaleza en todo momento.

A mis padres: RUSBEL CASTILLO BARCO Y VANESSA SANDOVAL RAMIREZ, quienes me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más.

Lila Castillo

AGRADECIMIENTO

A Dios, por bendecirme siempre

A mis padres por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre, por el apoyo económico y moral; y gracias a todas las personas que han contribuido de forma positiva durante este proceso de estudio.

A Universidad Científica del Perú, a los docentes del programa de Titulación en Administración de Empresas, a todos aquellos muchas gracias por brindarnos sus conocimientos.

Lila Castillo



**FACULTAD DE
NEGOCIOS**



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 762-2021-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 18 de diciembre de 2021, se autorizó la sustentación para el día lunes 20 de diciembre de 2021.

Siendo las 17.00 horas del día 20 de diciembre de 2021 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE DEL DIABÉTICO Y DEL HIPERTENSO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021.
Presentado por:

CASTILLO SANDOVAL LILA DE JESUS
Para optar el título profesional de Contador Público

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADO POR MAYORÍA

A las 6.30PM. horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mgr.
Presidente del Jurado

CPC. José Rubén Ruiz Del Águila, Mgr.
Miembro del Jurado

CPC. Isaías Ruiz Reátegui
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compagñon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA DE ANTIPLAGIO

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú
- UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**“PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE DEL DIABETICO Y DEL
HIPERTENSO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021”**

De los alumnos: **CASTILLO SANDOVAL LILA DE JESUS**, de la Facultad de
Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software
Antiplagio, con un porcentaje de **13% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines
que estime conveniente.

San Juan, 14 de julio del 2021.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética – UCP

CJRA/ri-a



INDICE DE CONTENIDOS

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de cuadros.....	VIII
Índice de figuras.....	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta competitiva.....	09
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1 El producto.....	11
2.4.2 El precio.....	15
2.4.3 La promoción.....	16
2.4.4 La cadena de distribución.....	18
III. PLAN DE OPERACIONES.....	19
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	19

3.2	El proceso de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	19
3.3	El proceso de producción de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	22
3.4	El proceso de atención al cliente de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	22
IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	26
4.1	La organización de Casa Dulce EIRL.....	26
4.2	Puestos, funciones.....	26
4.3	Condiciones laborales.....	28
4.4	Régimen tributario.....	29
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	30
5.1	Estudio económico.....	30
5.1.1	Mercado y ventas.....	30
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos.....	30
5.2	Estudio financiero.....	32
5.2.1	Inversiones de Casa Dulce EIRL.....	32
5.2.2	Financiamiento de Casa Dulce EIRL.....	33
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	36
	CONCLUSIONES.....	37
	BIBLIOGRAFÍA.....	38
	ANEXOS Protocolos Plan Covid 19.....	39

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Casa Dulce EIRL., 2021.....	03
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional.....	07
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia.....	07
Cuadro N° 04 Mercado por edades.....	07
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos año 2021.....	08
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2021.....	08
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares a la empresa Casa Dulce EIRL, en la ciudad de Iquitos, 2021.....	09
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Casa Dulce EIRL, 2021.....	16
Cuadro N° 09 Demanda del negocio a desarrollar.....	30
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de la empresa Casa Dulce EIRL....	30
Cuadro N° 11 Costo de ventas de la empresa Casa Dulce EIRL (soles)....	30
Cuadro N°12 Gastos administrativos de Casa Dulce EIRL (soles).....	31
Cuadro N° 13 Gastos comerciales de Casa Dulce EIRL (soles).....	31
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de Casa Dulce EIRL (soles).....	31
Cuadro N° 15 Inversión en activos de Casa Dulce EIRL (soles).....	32
Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de Casa Dulce EIRL (soles)....	32
Cuadro N° 17 Costo laboral (%).....	32
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento de Casa Dulce EIRL (soles)..	33

Cuadro N° 19 Capital de trabajo de Casa Dulce EIRL (soles).....	34
Cuadro N° 20 Cálculo de la tributación de Casa Dulce EIRL.....	34
Cuadro N° 21 Estado de situacion financiera de Casa Dulce EIRL.....	35
Cuadro N° 22 Estado de resultados integrales de Casa Dulce EIRL (soles).....	35
Cuadro N° 23 Estado de flujo de caja de Casa Dulce EIRL (soles).....	35
Cuadro N° 24 VAN, TIR, Y B/C Casa Dulce EIRL (soles).....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	03
Figura N° 02 Personas con alimentación sana.....	06
Figura N° 03 Método del plato para diabéticos e hipertensos.....	11
Figura N° 04 Lentejas con filete de pollo y ensalada.....	13
Figura N° 05 Tallarín con pescado y verduras.....	13
Figura N° 06 Frejoles con pollo y ensalada.....	14
Figura N° 07 Alverjas con pollo y ensalada.....	14
Figura N° 08 Logo de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021.....	15
Figura N° 09 Polo con el logo de Casa Dulce EIRL, 2021.....	17
Figura N° 10 Vasos con el logo de Casa Dulce EIRL, 2021.....	17
Figura N° 11 Llaveros de Casa Dulce EIRL, 2021.....	18
Figura N° 12 La cadena de distribución de Casa Dulce EIRL, 2021.....	18
Figura 13 Proceso de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL.....	19
Figura N° 14 Proceso de producción de la empresa Casa Dulce, 2021....	21
Figura N° 15 Proceso de atención al cliente de la empresa Cas Dulce EIRL, 2021.....	22
Figura N° 16 Licuadora semi industrial.....	23
Figura N° 17 Juego de cuchillos.....	24
Figura N° 18 Fuentes de vidrio.....	24
Figura N° 19 Recipientes para uso de la empresa.....	25
Figura N° 20 Mesa de trabajo de acero inoxidable.....	25
Figura N° 21 Estructura organizacional de Casa Dulce EIRL.....	26

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE DEL DIABETICO Y DEL HIPERTENSO, CIUDAD DE IQUITOS, 2021

Lila de Jesús, Castillo-Sandoval

El presente proyecto se ubica en el sector gastronómico, específicamente en sector restaurante, se dedicará a la elaboración y comercialización vía delivery, de platos a la carta para diabéticos, hipertensos o personas que sufran alguna enfermedad, y que debe contar con una alimentación sana y saludable.

En cuanto a la fuente de aprovisionamiento de ha determinado a la ciudad de Iquitos, zona comercial del mercado de Belén, donde se ubican los principales negocios mayoristas, quien abastecerán con frutas y verduras de la tres regiones naturales.

La estructura organiza diseñada para la empresa es acorde a una micro empresa, con funciones, claras, específicas, que eviten duplicar funciones, se busca una organización simple y eficiente.

El resultado financiero, señala un Valor Actual Neto Económico (VANE) de S/. 176,915 y el Valor Actual Neto Financiero (VANF) de S/. 136,218,. La Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) es de 97% y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) es de 136%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.85 y el índice beneficio costo financiero es de S/.5.52.

Palabras claves: plan de negocio, diabéticos, hipertenso, menú saludable

SUMMARY

DIABETIC REMAINING BUSINESS PLAN AND DEL HYPERTENSO, CITY OF IQUITOS, 2021

Lila de Jesús, Castillo-Sandoval

This project is located in the gastronomic sector, specifically in the restaurant sector, it will be dedicated to the preparation and marketing via delivery, of à la carte dishes for diabetics, hypertensive patients or people suffering from any disease, and who must have a healthy diet and healthy

Regarding the source of supply, the city of Iquitos, the commercial area of the Belén market, has been determined, where the main wholesale businesses are located, who will supply fruits and vegetables from the three natural regions.

The organized structure designed for the company is in accordance with a micro company, with clear, specific functions that avoid duplicating functions, a simple and efficient organization is sought.

The financial result indicates a Net Economic Present Value (NPV) of S/. 176,915 and the Net Financial Present Value (VANF) of S/. 136,218. The Internal Rate of Economic Return (IRR) is 97% and the Internal Rate of Financial Return (IRRF) is 136%. The economic cost benefit index is S/.3.85 and the financial cost benefit index is S/.5.52.

Keywords: business plan, diabetics, hypertensive, healthy menu

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Restaurante del diabético y del hipertenso

Razón social: Casa Dulce EIRL

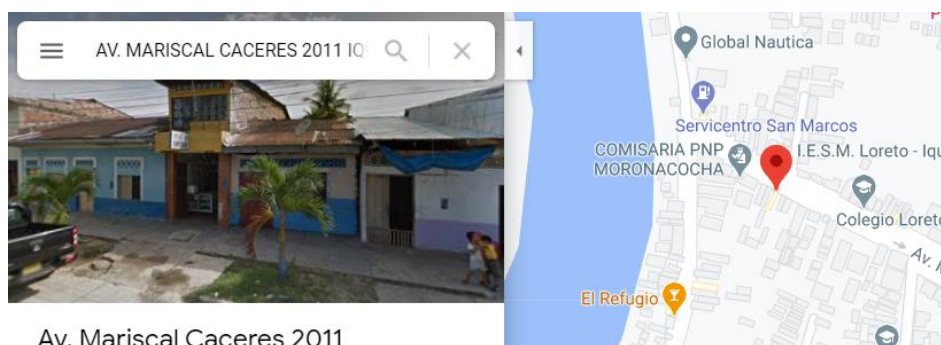
Sector de la actividad: restaurante- delivery

Localización: Av. Mariscal Cáceres # 2011, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio de restaurante

Figura 1

Localización de la empresa Casa Dulce E.I.R.L, 2021.



Av. Mariscal Caceres 2011

Fuente: <https://www.google.com/maps/dir>

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

**Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la
Casa Dulce EIRL, 2021**

I	Actividades de servicio de alojamiento y servicio de comida		
	56	Actividades de servicio de comida y bebidas	
		561	Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas
			5610 Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer la necesidad de alimentación especializada para las personas que padecen de diabetes e hipertensión arterial. También para las personas que padecen algún mal y no pueden consumir cualquier tipo de alimento. Así mismo, las personas deportistas, quienes buscan alimentos diversos para mantener una figura estética.

El segmento al cual se va llegar son las empresas que realizan eventos sociales para su personal, donde hay trabajadores con problemas de salud. También, para las personas entre los 25 y 60 años, quienes pertenecen al nivel socio-económico A, B y C y priorizan la alimentación sana para el tratamiento de sus males.

La empresa se dedicará a la elaboración y comercialización vía delivery, de platos alimenticios para el almuerzo de diversos tipos de insumos de una sola dimension. Se ofertará un menú diverso de platos y la entregá será por delivery. Adeams, se aceptaran todos los medios de pagos, virtuales y presenciales.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

A continuación se detalla las necesidades que se busca satisfacer con el presente negocio:

a. Necesidad de alimentación de personas con diabetes.

Una dieta contra la diabetes implica comer los alimentos más saludables en cantidades moderadas y cumplir los horarios de comida habituales. Es un plan de alimentación saludable con alto contenido de nutrientes por naturaleza y bajo contenido de grasa y calorías. Los elementos clave son las frutas, los vegetales y los granos integrales. De hecho, una dieta contra la diabetes es el mejor plan de alimentación para casi todas las personas.

Se basa en comer tres comidas al día a horas regulares. Esto ayuda a utilizar mejor la insulina que tu cuerpo produce o recibe a través de un medicamento.

b. Necesidad de alimentación de personas que padecen alguna enfermedad.

Las personas con enfermedades crónicas deben realizar una alimentación que contenga alimentos altos en fibra dietética como cereales integrales, legumbres, vegetales y frutas para reducir el riesgo de desarrollar el síndrome metabólico y otras enfermedades crónicas como el cáncer, las enfermedades cardiovasculares.

c. Necesidad de alimentación para deportistas.

De hecho, la dieta tiene que ser adecuada en todos los sentidos: calidad y cantidad, antes, durante y después de la práctica del deporte. Todo esto repercute en la práctica, ya que si se sigue una dieta inadecuada, un deportista entrenado puede notar un descenso en su rendimiento

Nícolas Contrerá Ponce (2020). Medico del Instituto Endocrinologo de España, quien sostiene “ En cuanto a la diabetes quiero contarles cómo me enfrenté a esta enfermedad yo mismo. Decidí contárselo todo honestamente, ya que el tema es muy delicado. Ya tengo 68 años y hace aproximadamente un año comencé a notar los primeros signos de la enfermedad. espués de tomar todos los medicamentos a largo plazo, yo, como un hombre inteligente, quise saber si la diabetes realmente era incurable.

En el siglo XXI, cuando la tecnología está tan avanzada que la humanidad pronto volará a Marte, ¿todavía no se ha ncontrado una cura para la diabetes? Recuerdo que mi padre fue tratado con estos mismos medicamentos.

Es decir, en 30-40 años, ¿no se ha creado nada nuevo? Decidí interesarme por este tema. ¡Resultó que en los países desarrollados desde hace mucho tiempo inventaron un remedio para esta enfermedad! La diabetes en Israel se trata en 14-21 días tan simplemente como, por ejemplo, un resfriado común; visité 9 clínicas españolas más, tanto privadas como públicas. En todas partes me recetaron medicamentos obsoletos de hace 30 años”.

Figura 2
Persona con alimentación sana



Fuente: [google.com/search?q=PERSONA+DE+LA+TERCERA+EDAD](https://www.google.com/search?q=PERSONA+DE+LA+TERCERA+EDAD)

2.2 Demanda actual y tendencias

Se ha recogido información oficial del Instituto Nacional de Informática y Estadística, la que ha permitido elaborar las proyecciones. Como también los cuadros para la proyección de la demanda.

Cuadro 2

Mercado total poblacional

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2021 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	137,575
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	99,713
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	77,751
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	204,200
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	519,240

Fuente: INEI

Cuadro 3

Mercado por zona de residencia

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2021)	98.79%	135,911
Distrito Punchana (al 2021)	92.28%	92,015
Distrito Belen (al 2021)	87.55%	68,071
Distrito San Juan Bautista (al 2021)	89.46%	182,678
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2021)		478,675

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades

	25 a 39 años	40 a 65 años	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	50.35%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	46.58%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	45.87%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	45.52%
Población objetivo por grupo de edades, ciudad Iquitos (2021)	116,498	109,176	225,675

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos año 2021

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	10,155
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	31,820
Segmento D ciudad de Iquitos	0.0%	-
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2021)	18.6%	41,975

Fuente: INEI

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos año 2021

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		8,340
Consumo del producto (platos por día/familia)		2.00
Consumo del producto (platos por mes/familia)	30	60
Consumo del producto (platos por año/familia)	12	720
Consumo del producto ciudad Iquitos (platos)		6,004,865

Fuente: INEI

2.3 Oferta competitiva

La oferta de menú saludable para diabéticos e hipertenso es variada en la ciudad de Iquitos, se han tres empresas con giros similares en dicha ciudad.

Cuadro 7

Negocios con giros similares a la empresa Casa Dulce EIRL, en la ciudad de Iquitos, 2021

(Soles)

Detalle	Unidad	Negocios similares		
		Punta saludable	Menú saludable	Sana Restaurante
Menú saludable	Plato	S/15.00	S/15.00	S/13.00

Fuente: elaboración propia

Alimentarse mejor, con productos más nutritivos y naturales es una tendencia que avanza con mayor fuerza en el mercado peruano, y cuyo consumo se ha visto impulsado por la pandemia, dando pie a que más marcas continúen apostando e impulsando su desarrollo

Marta del Río, directora de Wasi Organics, revela que a la fecha unas 100 marcas de productos procesados orgánicos compiten en el país, de las cuales más de la mitad se han sumado solo en los últimos cuatro años. “Sin lugar a dudas, este nicho que mueve no más de S/100 millones, aproximadamente- es muy fragmentado y ha explotado a raíz del COVID-19, puesto que muchos emprendedores crean negocios en base a tendencias, en este caso de la comida saludable”.

Pero es posible que, como en todo negocio, no todas sobrevivan, ya que el hito más difícil son los primeros cinco años y luego los siguientes dos. “Todavía es prematuro definir cuántas de estas marcas permanecerán, pero creo que no serán más de 40”, estima.

Esta tendencia hacia la consolidación todavía se verá, probablemente, a partir del 2023; mientras tanto, es posible que más empresas se sigan subiendo al tren del boom de lo saludable, al igual que los retailers, que antes de la crisis sanitaria llegaban a 50 tiendas, indica. Esta es sin duda una categoría pequeña, pero en crecimiento y que ya en el 2022 estaría en el radar de las grandes firmas de estudio de mercado para saber a ciencia cierta su volumen real. “El potencial es enorme aun, en Perú el desarrollo de estos productos no tiene más de 10 años, cuando se abrió el primer retail de la categoría; en cambio en Europa y Estados Unidos está mucho más consolidado.

En este último, las ventas de alimentos orgánicos alcanzaron los US\$ 50,1 billones en 2019 y según la financiera europea Robobank en 2025 la demanda crecerá tres veces más que la de alimentos totales.

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la venta de platos a la carta para diabéticos, hipertensos, deportistas y personas con algunos males. Se elaborará un menú saludable, en base a proteínas, granos enteros y verduras.

En esta etapa la venta se realizará, sola y exclusivamente, a través del servicio delivery.

A continuación se detalla la estructura de un plato:

Figura 3

Método del plato para diabéticos e hipertensos



Fuente: oregon.gov/oha/PH/DISEASES/CONDITIONS/CHRONIC/DISEASE/DIABETES

a) Categorías de productos.

- ✓ Lunes :
 - Lentejas 100gr
 - Filete de pollo
 - Ensalada varios colores
 - Fruta 01 pieza

- ✓ Martes: Tallarín 100gr
Pescado
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

- ✓ Miércoles: Frejol 100gr
Pollo
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

- ✓ Jueves: Lentejas 100gr
Pollo asado
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

- ✓ Viernes: Lentejas 100gr
Pescado
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

- ✓ Sábado: Frejoles 100gr
Pollo asado
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

- ✓ Domingo: Crema de espárragos 200gr
Pescado
Ensalada varios colores
Fruta 01 pieza

En las siguientes líneas se podrá apreciar una secuencia de imágenes referenciales de los platos que conformaran la carta.

Figura 4

Lentejas con filete de pollo y ensalada



Fuente: [google.com/search?q=lentejas+con+filete+de+pollo+y+verduras](https://www.google.com/search?q=lentejas+con+filete+de+pollo+y+verduras)

Figura 5

Tallarín con pescado y verduras



Fuente: [google.com/search?q=tallarín+con+filete+de+pescado+y+verduras](https://www.google.com/search?q=tallarín+con+filete+de+pescado+y+verduras)

Figura 6
Frejoles con pollo y ensalada



Fuente: [google.com/search?q=FREJOL+CON+POLLO+Y+ENSALADA](https://www.google.com/search?q=FREJOL+CON+POLLO+Y+ENSALADA)

Figura 7
Alverjas con pollo y ensalada



Fuente: [google.com/search?q=lentejas+con+pollo+asado+y+verduras](https://www.google.com/search?q=lentejas+con+pollo+asado+y+verduras)

b) La marca

Contar con un distintivo que te permita diferenciar de la competencia y que coadyuve en el posicionamiento de la empresa, será un instrumento muy importante en la impresa, que facilitará la identificación de los cliente.

Figura 8

Logo de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio es la cantidad de dinero que recibe la empresa por el bien o por el servicio prestado. Este debe cubrir el costo del producto, además debe generar un margen de utilidad que le permita cumplir con sus gastos y costos administrativos y finalmente debe generar un excedente al emprendedor.

La estrategia en esta primera etapa será la gana la mayor cuota de mercado, precio que le permita posicionarse en el mercado.

Cuadro 8

Precio de los productos de Casa Dulce EIRL, 2021

Producto	Unidad	Casa Dulce
Menú saludable	Plato	S/15.00

Fuente: elaboración propia

El precio se ha determinado con dos propósitos: el primero con el propósito de cubrir los costos gastos y genere excedente y con el propósito de que cubrir la cuota de mercado objetivo.

2.4.3 La promoción.

La promoción sirve para lograr los objetivos de una empresa. En ella se usan diversas herramientas para tres funciones promocionales indispensables, informar, persuadir y comunicar un recordatorio al segmento meta.

Es fundamental que la empresa de a conocer al mercado la existencia del producto y los beneficios que reporta al consumidor.

La empresa priorizará el uso de sus redes sociales para realizar las actividades de promoción, dentro de ellas, se contará con:

Facebook: Se contará con un fan page, como herramienta para informar a los clientes de las actividades. También, se realizaran los sorteos para todos aquellos que den like o compartan las publicaciones.

Twitter: Se buscar contar con la mayor cantidad de seguidores ya que ello demuestra la aceptación de los productos por parte de los clientes.

Instagram: El objetivos e contar historias del día a día, a través de imágenes y vídeos de la empresa. Todas relacionadas a nuestros productos.

Figura 9
Polo con el logo de Casa Dulce EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 10
Vasos con el logo de Casa Dulce EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 11
Llaveros de Casa Dulce EIRL, 2021



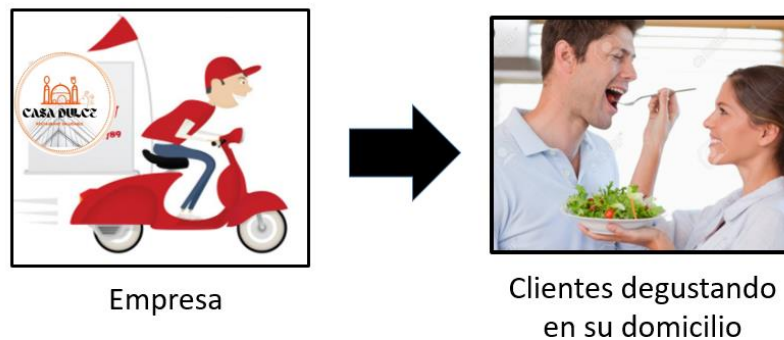
Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

La cadena de distribución será directa, vale decir que no se contará con intermediarios, los productos llegarán directamente a los clientes.

La empresa cuenta con un punto de producción el que estará ubicado en Av. Mariscal Cáceres # 2021, de la ciudad de Iquitos, provincia de Maynas, Región Loreto.

Figura 12
La cadena de distribución de Casa Dulce EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021

La fuente de aprovisionamiento ser en la ciudad de Iquitos, lugar donde sea determinado los proveedores con los que la empresa se proveerá para la compra de verdura, frutas y demás ingrediente.

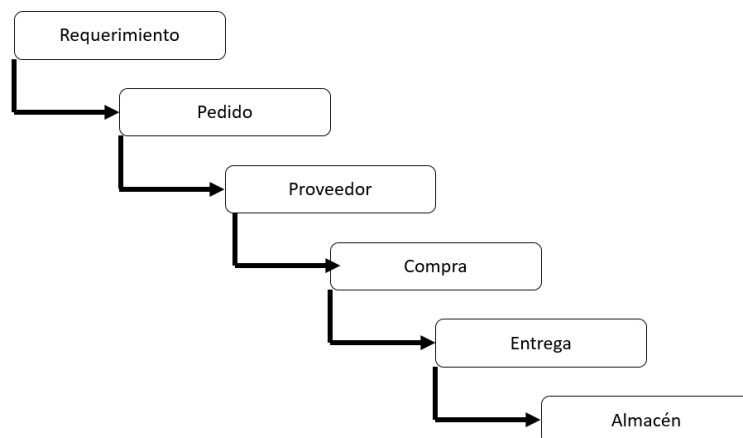
Los negocios se encuentran ubicados en la zona comercial de Belén y se asegura el abastecimiento permanente de los ingredientes.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021

A continuación se detalla el proceso de aprovisionamiento de la empresa, que incluye desde la compra de los ingredientes, insumos, materiales, equipos hasta el ingreso al almacén.

Figura 13

Proceso de aprovisionamiento de la empresa Casa Dulce EIRL



Fuente: elaboracion propia

El proceso de aprovisionamiento se da inicio con el requerimiento de bienes y servicios que necesita la empresa para cumplir con el desarrollo

de sus actividades. Se consolida el pedido de todas las áreas. Como siguiente paso se elabora el pedido que ha sido consolidado en el paso anterior.

Se sigue el proceso con la selección del proveedor, el que debe cumplir con las políticas de compras de la empresa con el fin de asegurar el abastecimiento de productos de calidad. Como siguiente paso se da la compra que implica la cancelación del pedido, donde también se exigirá la emisión del comprobante de pago.

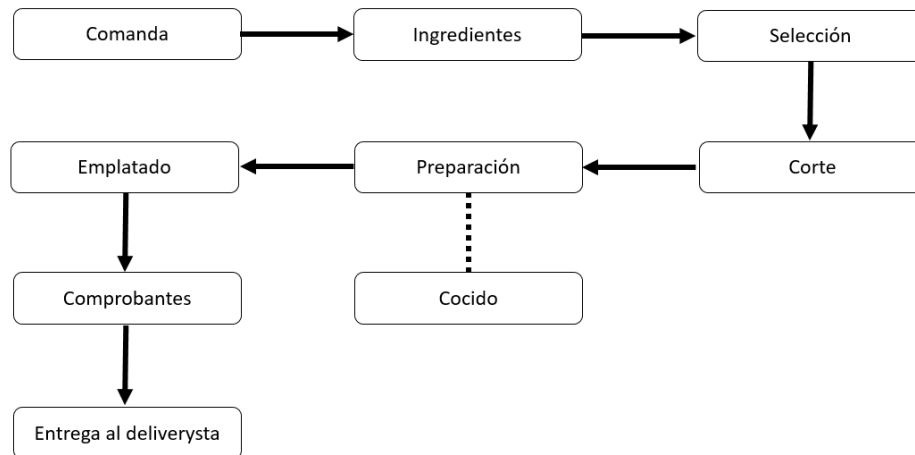
Seguidamente se coordina la entrega de los productos, día, lugar hora. En este paso se debe verificar, controlar, medir todos los productos adquiridos de acuerdo a la orden de pedido y como paso final se debe ingresar los productos adquiridos al almacén, lugar que se contara con el sistema de cadena de frío ya que gran parte de los productos serán productos perecibles.

3.3 El proceso de producción de la empresa Casa Dulce EIRL.

En el proceso de producción se ha considerado los siguientes pasos:

Figura 14

Proceso de producción de producción de la empresa Casa Dulce, 2021



Fuente: elaboración propia.

El proceso de producción: pre cocido de la masa

1. Comanda:

El proceso de producción se da inicio con el recibimiento de la comanda al área de cocina, donde se detalla el pedido del plato(s) del cliente.

2. Ingredientes:

Como siguiente paso se procede a solicitar los ingredientes requeridos para la preparación de los platos solicitados, como también los platos preparados estarán en función a los días programados, que serán de lunes a viernes.

3. Selección:

Es necesario seleccionar los ingredientes con el fin de sacar las asperezas y lavado, que asegúrenla preparación del plato.

4. Corte:

Seguidamente se procede al corte de los ingredientes de acuerdo a la carta del día.

5. Preparación:

La preparación implica juntar los ingredientes, algunos de ellos pasaran por el proceso de cocción previamente.

6. Emplatado:

Este paso viene a ser el servido del plato en el envase que será entregado al cliente.

7. Comprobante:

Se refiere a la emisión del comprobante de pago para el cliente, este puede ser boleta o factura. Según lo solicitado por el cliente

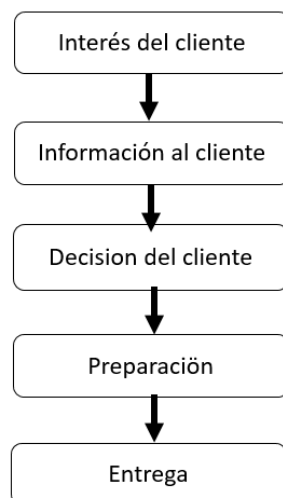
8. Entrega al deliverysta:

La entrega al deliverysta quien será el que haga llegar al cliente, con el comprobante de pagos y con el cambio de ser necesario.

3.4 El proceso de atención al cliente de la empresa Casa Dulce EIRL

Figura 15

Proceso de atención al cliente de la empresa Casa Dulce EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia.

El proceso de atención al cliente:

1. Interés del cliente:

El primer paso en el proceso de atención al cliente será el interés que muestra el cliente por los productos de la empresa, interés que lo hará por medio de una llamada telefónica, mensaje de texto, o por medio de una red social.

2. Información al cliente:

Se le debe hacer conocer todos los detalles de nuestros productos, ingredientes, el menú del día, porciones, precios, tiempo de entrega, entre otros.

3. Decisión del cliente:

Con la información brindada el cliente será quien decida por nuestro producto o no.

4. Preparación:

Este paso implica la preparación del plato, es decir es la entrega de la comanda al área de cocina.

5. Entrega:

Seguidamente se procede a entregar al cliente de acuerdo a la dirección señalada.

. Figura 16

Licuada semi industrial



Fuente: www.google.com/search?q=licuadora+semi+industrial+osterizer

Figura 17
Juego de cuchillos



Fuente: <https://www.google.com/search?q=juego+de+cuchillos+rena+ware&rlz>

Figura 18
Fuentes de vidrio



Fuente: <https://www.google.com/search?q=juego+de+fuentes+de+vidrio>

Figura 19
Recipiente para uso de la empresa



Fuente: [google.com/search?q=fuente+de+acero+inoxidable&rlz=1C1CHBF_esPE89](https://www.google.com/search?q=fuente+de+acero+inoxidable&rlz=1C1CHBF_esPE89)

Figura 20
Mesa de trabajo de acero inoxidable

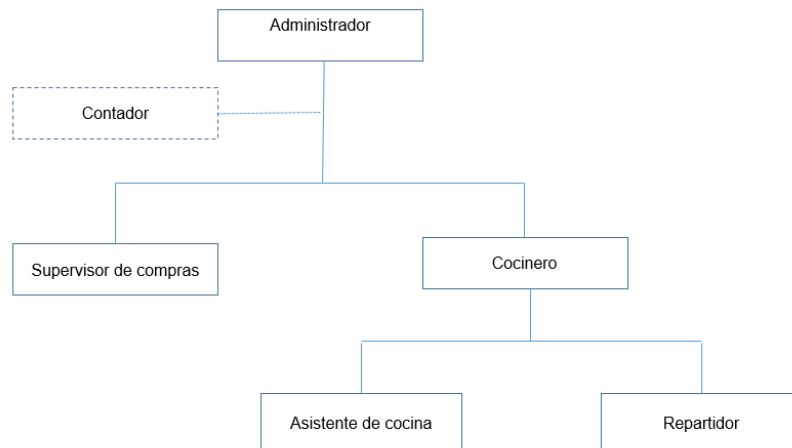


Fuente: <https://www.google.com/search?q=mesa+de+acero+inoxidable&rlz=1C1CH>

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La estructura organizacional de Casa Dulce EIRL

Figura 21
Estructura organizacional de Casa Dulce ERIL



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador de Casa Dulce EIRL.

Funciones:

1. Planifica los objetivos y metas de la empresa, en el corto plazo
2. Planifica, elabora y aprueba el presupuesto de cada área de la empresa.
3. Planifica el objetivo de ventas de la empresa
4. Organiza cada una de las áreas de la empresa
5. Organiza y dirige el proceso de ventas de la empresa
6. Aprueba el proceso de las otras áreas de la empresa
7. Dirige las actividades de las demás áreas de la empresa
8. Representa a la empresa ante los organismos públicos y privados
9. Busca financiamiento externo para la empresa, eligiendo el que otorgue mayores beneficios para la empresa.
10. Controla, hace seguimiento a la productividad de cada área.

11. Atender las llamada de los clientes
12. Coordinar con el área de cocina los pedidos
13. Brindar información detallada de los productos a los cliente

b) Puesto: Supervisor de compras de Inversiones Casa Dulce EIRL

Tareas:

1. Planifica y organiza el requerimiento de cada área de la empresa.
2. Elabora el registro de proveedores de la empresa
3. Elabora la consolidación de los requerimientos de la empresa
4. Custodia y controla los bienes adquiridos por al empresa
5. Elige el proveedor que aporte mayores beneficios a la empresa
6. Solicita los equipos para mantener la cadena de frio de los insumos
7. Controla la calidad de los ingredientes
8. Mantiene actualizado la información sobre el stock de los ingredientes
9. Reporta directamente al administrador de la empresa Casa Dulce EIRL
10. Es de su responsabilidad reportar directamente al administrador

c) Puesto: Cocinero de Casa Dulce EIRL

Tareas:

1. Planifica y organiza las actividades del área de ventas
2. Planificar la carta del menú para la venta
3. Organiza el área de cocina
4. Dirige al asistente en la preparación de los platos
5. Controla y mantiene la higiene en el área de cocina
6. Propone nuevos platos para los clientes
7. Reporta directamente al administrador

d) Puesto: Asistente de cocina de Casa Dulce EIRL

Tareas:

1. Mantiene el área de cocina bien limpia
2. Desinfecta los utensilios antes de empezar la jornada
3. Solicita los insumos a utilizar en la preparación de los alimentos
4. Apoya al cocinero en la preparación de platos
5. Coordina con el repartidor el despacho de los platos
6. Reporta directamente al cocinero

e) Puesto: Repartidor

Tareas:

1. Coordina con la administración el comprobante para el cliente
2. Coordina con el administrador los utensilios, equipos para el protocolo Covid
3. Coordinar con el área de cocina el menú solicitado por el cliente
4. Solicita a cocina el pedido del cliente
5. Hace llegar al cliente el pedido solicitado cumpliendo el protocolo Covid
6. Cobra al cliente el valor del pedido
7. Hace llegar el cambio a cliente por el pedido solicitado
8. Reporta cualquier queja, reclamo o malestar del cliente

4.3 Condiciones laborales

Casa Dulce EIRL, contará las con las siguientes condiciones laborales:

- Todos los colaboradores contaran con contrato laboral determinado
- La empresa Casa Dulce EIRL se acogerá al micro y pequeña empresa
- Los colaboradores de Casa Dulce respetarán la jornada laboral de 8 horas

- Los colaboradores cumplirán con todos los protocolos establecidos para la atención del servicio de delivery, de acuerdo a la normatividad.
- Se otorgaran todos los beneficios sociales de acuerdo a ley

4.4 Régimen tributario.

La empresa Casa Dulce se acogerá al régimen de la amazonia, por los beneficios que otorga, ya que presenta el régimen escalonado para el pago de impuesto a la renta. El mismo que reduce el impuesto del 29.5% al renta al 5% anual.

Se contará con los servicios profesionales de un contador quien será la persona encargada velar por el cumplimiento de los tributos de forma puntual.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 9

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (platos)	6,004,865		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	2%
Demanda estimada (platos)	6,004,865	6,064,914	6,186,212
Participación de mercado (decisión empresa)	0.50%	0.75%	0.80%
Demanda del proyecto (platos)	30,024	45,487	49,490

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10

Ventas de los productos de la empresa Casa Dulce EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (platos)	30,024	45,487	49,490
Precio venta - decisión empresarial (soles x platos)	15.00	15.00	15.75
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta (soles x plato)	S/.15.00	S/.15.75	S/.17.01
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.450,365	S/.716,418	S/.841,820

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 11

Costo de ventas de la empresa Casa Dulce EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	30,024	45,487	49,490
Costo compra	S/9.00	S/9.18	S/9.64
Costo de la mercadería vendida	S/270,219	S/417,569	S/477,031

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12**Gastos administrativos de Casa Dulce EIRL (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 2,000
Supervisor/cocinero	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 1,800
Asistentes de cocina/repartidor	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Remuneraciones del personal	S/. 6,800	S/. 7,800	S/. 8,800
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneración total mensual	S/. 7,695	S/. 8,827	S/. 9,959
Servicios públicos	S/. 550	S/. 680	S/. 750
Utiles oficina	S/. 500	S/. 650	S/. 700
Servicio contable	S/. 400	S/. 580	S/. 600
Otros:Gas	S/. 750	S/. 950	S/. 1,100
Total mensual	S/. 9,895	S/. 11,687	S/. 13,109
TOTAL ANUAL	S/.118,744	S/.140,244	S/.157,304

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13**Gastos comerciales de Casa Dulce EIRL (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 700.00	S/. 600.00	S/. 550.00
Alquiler local	S/. 1,200.00	S/. 1,500.00	S/. 1,700.00
Promociones	S/. 600.00	S/. 500.00	S/. 480.00
Otros	S/. 500.00	S/. 600.00	S/. 800.00
Total mensual	S/. 3,000.00	S/. 3,200.00	S/. 3,530.00
TOTAL ANUAL	S/.36,000.00	S/.38,400.00	S/.42,360.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14**Gastos pre operativos de Casa Dulce EIRL (soles)**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 900.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos	S/. 10.00			
Total	S/. 2,110.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Casa Dulce EIRL

Cuadro 15

Inversión en activos de Casa Dulce EIRL (soles)

Activo fijo	Valor adquisici	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	1	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Cocina semi industrial	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Equipos	S/. 3,600	1	S/. 3,600	10	S/. 360
Vehiculos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 2,400	1	S/. 2,400	10	S/. 240
Total			S/. 15,000		S/. 2,400

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16

Depreciación de los activos de Casa Dulce EIRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.15,000	-S/.2,400	-S/.2,400	-S/.2,400	S/.7,800
Amortización activo intangible	S/.2,110	-S/.422	-S/.422	-S/.422	S/.844
Total	S/.17,110	-S/.2,822	-S/.2,822	-S/.2,822	S/.8,644

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17

Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	9.00%
Total				42.33%	25.67%	13.17%

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de Casa Dulce EIRL

Cuadro 18

Programa de endeudamiento de Casa Dulce EIRL (soles)

Deuda a tomar	S/. 32,000			
34.49% Anual		2.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	32,000	800	889	1,689
2	31,111	778	889	1,667
3	30,222	756	889	1,644
4	29,333	733	889	1,622
5	28,444	711	889	1,600
6	27,556	689	889	1,578
7	26,667	667	889	1,556
8	25,778	644	889	1,533
9	24,889	622	889	1,511
10	24,000	600	889	1,489
11	23,111	578	889	1,467
12	22,222	556	889	1,444
		8,133	10,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	21,333	533	889	1,422
14	20,444	511	889	1,400
15	19,556	489	889	1,378
16	18,667	467	889	1,356
17	17,778	444	889	1,333
18	16,889	422	889	1,311
19	16,000	400	889	1,289
20	15,111	378	889	1,267
21	14,222	356	889	1,244
22	13,333	333	889	1,222
23	12,444	311	889	1,200
24	11,556	289	889	1,178
		4,933	10,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	10,667	267	889	1,156
26	9,778	244	889	1,133
27	8,889	222	889	1,111
28	8,000	200	889	1,089
29	7,111	178	889	1,067
30	6,222	156	889	1,044
31	5,333	133	889	1,022
32	4,444	111	889	1,000
33	3,556	89	889	978
34	2,667	67	889	956
35	1,778	44	889	933
36	889	22	889	911
		1,733	10,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19

Capital de trabajo de Casa Dulce EIRL (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.45,036	-S/.2,661	-S/.1,254	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,251	-S/.739	-S/.348	
Inventario					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.5,254	-S/.2,865	-S/.1,156	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.751	S/.409	S/.165	
TOTAL	-S/.45,036	-S/.8,415	-S/.4,449	-S/.1,339	S/.59,240

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

Cálculo de la tributación de Casa Dulce EIRL (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)		29.50%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE				
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2021	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,400	15	66,000	
Calculo del IR		S/14,446.63	S/112,449.31	S/160,569.24
HASTA 15 UIT 10%			S/66,000.00	S/66,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT			S/46,449.31	S/94,569.24
IMPUESTO DEL 10%			S/6,600.00	S/6,600.00
IMPUESTO DEL 29.50%			S/13,702.55	S/27,897.93
TOTAL		S/1,444.66	S/20,302.55	S/34,497.93

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Estado de situación financiera de Casa Dulce EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/45,036	S/50,944	S/135,655	S/254,047
Caja Bancos	S/45,036	S/44,439	S/125,546	S/242,433
Cuentas por cobrar		S/1,251	S/1,990	S/2,338
Inventarios		S/5,254	S/8,119	S/9,276
Activo no corriente	S/17,110	S/14,288	S/11,466	S/8,644
TOTAL ACTIVO	S/62,146	S/65,232	S/147,121	S/262,691
Pasivo corriente		S/751	S/1,160	S/1,325
Pasivo No Corriente	S/32,000	S/21,333	S/10,667	S/0
TOTAL PASIVO	S/32,000	S/22,084	S/11,827	S/1,325
Patrimonio				
Capital	S/30,146	S/30,146	S/30,146	S/30,146
Utilidades retenidas		S/0	S/13,002	S/105,149
Resultado del ejercicio		S/13,002	S/92,147	S/126,071
TOTAL PATRIMONIO	S/30,146	S/43,148	S/135,295	S/261,367
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/62,146	S/65,232	S/147,122	S/262,692

Fuente: elaboración propia

Cuadro 22

Estado de resultados integrales de Casa Dulce EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.450,365	S/.716,418	S/.841,820
Costo ventas	-S/.270,219	-S/.417,569	-S/.477,031
Margen Bruto	S/.180,146	S/.298,849	S/.364,789
Gastos administrativos	-S/.118,744	-S/.140,244	-S/.157,304
Depreciación	-S/.2,822	-S/.2,822	-S/.2,822
Gastos comerciales	-S/.36,000	-S/.38,400	-S/.42,360
Margen operativo	S/.22,580	S/.117,383	S/.162,303
Gastos financieros	-S/.8,133	-S/.4,933	-S/.1,733
Margen antes de tributos	S/.14,447	S/.112,449	S/.160,569
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/14,447	S/112,449	S/160,569
Pago impuesto a la renta	-S/.1,445	-S/.20,303	-S/.34,498
Utilidad neta	13,002	92,147	126,071

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 23

Flujo de caja de Casa Dulce EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.450,365	S/.716,418	S/.841,820	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.17,110				S/.8,644
Capital de trabajo	-S/.45,036	-S/.8,415	-S/.4,449	-S/.1,339	S/.59,240
Compras		-S/.270,219	-S/.417,569	-S/.477,031	
Gastos administrativos		-S/.118,744	-S/.140,244	-S/.157,304	
Gastos comerciales		-S/.36,000	-S/.38,400	-S/.42,360	
Pago impuestos		-2,258	-11,738	-16,230	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.62,146	S/.14,729	S/.104,017	S/.147,555	S/.67,884
Préstamo recibido	S/.32,000				S/.0
Amortización		-S/.10,667	-S/.10,667	-S/.10,667	
Gastos financieros		-S/.8,133	-S/.4,933	-S/.1,733	
Escudo fiscal		S/.813	S/.493	S/.173	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.30,146	-S/.3,258	S/.88,911	S/.135,328	S/.67,884

FCE	-S/.62,146	S/.14,729	S/.104,017	S/.215,439
FCF	-S/.30,146	-S/.3,258	S/.88,911	S/.203,212

Fuente: elaboración propia

Cuadro 24

VAN, TIR y B/C de Casa Dulce EIRL (soles)

VAN Económico	S/.176,915
Tasa de descuento (CAPM)	13.87%
TIR Económica	97%
Indice B/C	3.85

VAN Financiero	136,218
Tasa de descuento (WACC)	22.71%
TIR Financiero	136%
Indice B/C	5.52

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a. Se ha determinado en la presenta investigación la existencia de un mercado potencial, que busca satisfacer la necesidad de alimentación para un sector de la población que desea satisfacer varios necesidades a la vez.
- b. En el plan de marketing se han determinado las necesidades a satisfacer a nuestros de los potenciales clientes, se buscará elaborar un producto que supere las expectativas de los consumidores.
- c. En cuanto al plan de operaciones, está determinado que la fuente de aprovisionamiento será la ciudad de Iquitos, el procesamiento de los platos se realizará en un local ubicado en la ciudad de Iquitos donde se encontrarán ubicados los equipos de la empresa.
- d. En el plan de recurso humano, estarán representados en una estructura organizacional simple, acorde a la necesidad de una micro empresa, con funciones de planeamiento, organización y control de los recursos de la empresa. Los colaboradores se encontrarán en el régimen laboral de la micro y pequeña empresa, la empresa se acogerá al régimen de la micro y pequeña empresa.
- e. El proyecto arroja una tasa interna de retorno (TIR) del 97% y un valor actual neto (VAN) de S/.176,915.00, el ratio índice beneficio costo (B/C) es de s/.3.85 ratios que confirmar la rentabilidad, viabilidad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA:

Contreras Nicolas (2020). *Miles de millones cobrados en diabetes. La investigación reveló una conspiración a gran escala de médicos y farmacéuticos contra la población española*. Disponible: <http://95.216.213.81/glyconorm/pe/order/>

2015: *XII de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). *2015 IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.

El Universal (2014), "Facebook como herramienta de marketing", Blog del diario El Universal, Medellín, Colombia.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. *Censos Nacionales*

Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI (2008), "Censos Nacionales 2015: XII de población y VI de vivienda. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Kotler, Phillip.y Armstrong, G. (2007), "Marketing: versión para Latinoamérica". 11ª Edición, Pearson Educación, México.

McCarthy, E.J. (1964): *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO (2016). *Una buena alimentación para toda la familia*. En: <http://www.fao.org/pulses-2016/news/news-detail/es/c/382991/>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. SUNAT. 2020. Portal institucional. En: www.sunat.gob.pe

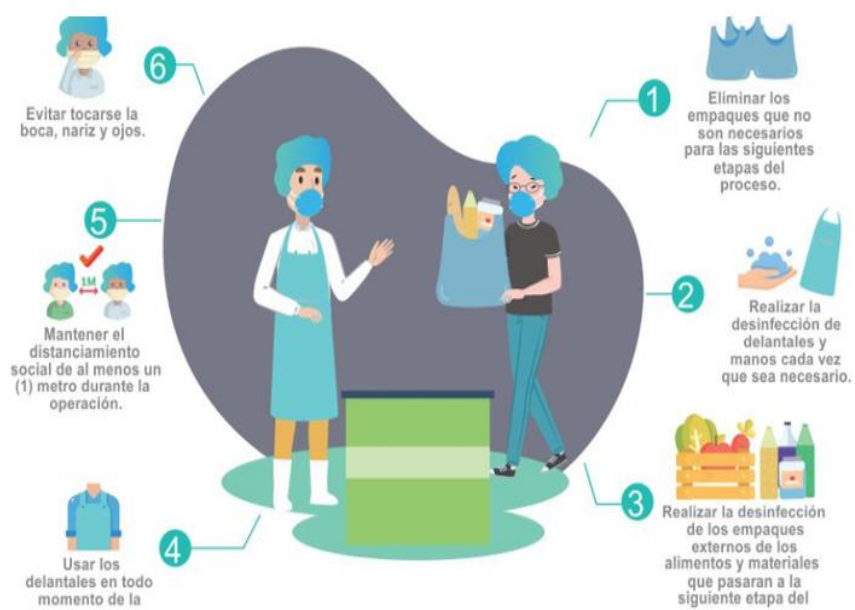
www.ministeriodesalud.gob.pe

PROTOCOLOS PLAN COVID 19

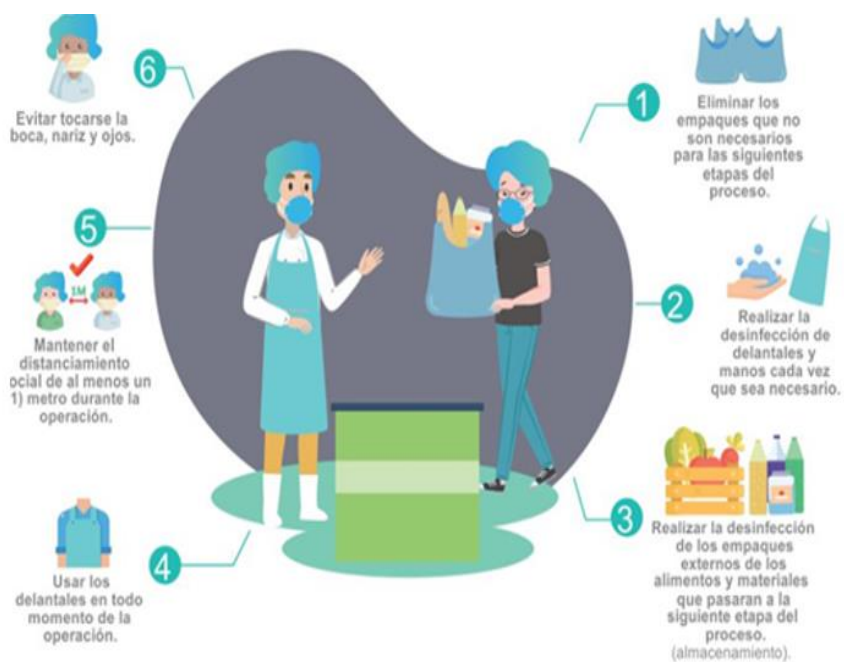
ANEXO 01: COMPRAS



ANEXO 02: ANTES DE LA ACTIVIDAD



ANEXO 03: DURANTE LA ACTIVIDAD



ANEXO 04: DESPUES DE LA ACTIVIDAD



ANEXO 05: RIESGOS

Riesgos

				
No contar, no usar y/o utilizar inadecuadamente los EPP.	No lavarse ni desinfectarse las manos.	No quitarse, lavarse, desinfectarse ni almacenar el delantal usado.	No contar con una zona para desechos de EPP u otros elementos de un solo uso.	No desinfectar ni eliminar los envases en los que han llegado los alimentos.