



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS LUXIOUS SNACK POINT - DELIVERY,
CIUDAD IQUITOS, 2021**

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

AUTOR:

ROMERO DA SILVA, CHRISTIAN DEYBY

**LINEA DE INVESTIGACION: PROSPECTIVAS DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

IQUITOS - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Este trabajo se la dedico en primer lugar a mis padres. Por ser las principales personas que me motivan a crecer profesionalmente. Por su constante apoyo, y amor incondicional.

A dios por permitirme estar con vida, por brindarme sabiduría y buena salud para poder dar pasos importantes como este.

Christian Romero

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por ser mi apoyo incondicional en todo momento y por creer en mí y en mi potencial.

A mi enamorada, por su iniciativa y perseverancia en este arduo camino hacia el éxito de nuestro emprendimiento.

A mis amigos y mejores amigos casi hermanos. Por siempre estar pendiente de mi formación profesional.

A mi equipo de Trabajo en LUXIOUS, por su tiempo, conocimiento y talento en las artes culinarias. Gracias por hacer posible esta experiencia gastronómica.

A mi abuelita Victoria, por su calidez humana y espiritual. Su testimonio de vida es digno de admirar y fuente de superación.

A mi abuelita Mavila, estés donde estés, guardo siempre conmigo los mejores momentos de humildad, compasión y amor.

A mi profesor y ahora asesor, por despertar en mí, secretamente, el espíritu de emprendimiento.

A mis profesores de la universidad. Gracias por las horas de constante enseñanza y capacitación.

Christian Romero

ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 191-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 6 de abril de 2022, se autorizó la sustentación para el día Lunes 11 de abril de 2022.

Siendo las 11.00 horas del día 11 de abril se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS LUXIOUS SNACK POINT - DELIVERY, CIUDAD DE IQUITOS, 2021.

Presentado por:

ROMERO DA SILVA CHRISTIAN DEYBY

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

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 UNANIMIDAD

A las 13:00 P.M. 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

Lic. Adm. Jacobo Díaz Melendez
Miembro del Jurado

Lic. Adm. José Antonio Vascones Vargas
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

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

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

**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:

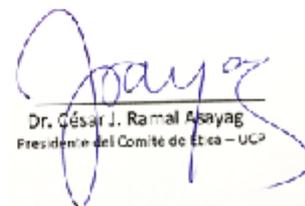
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIOS LUXIOUS SNACK POINT - DELIVERY, CIUDAD IQUITOS,
202"**

De los alumnos: **ROMERO DA SILVA CHRISTIAN DEYBY**, de la Facultad de
Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con
un porcentaje de **6% de plagio**.

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

San Juan, 17 de Febrero del 2022.



Dr. César J. Rimal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CIRA/n/a
69-2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

	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.....	06
2.3 Oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	12
2.4.1 El producto.....	12
2.4.2 El precio.....	19
2.4.3 La promoción.....	20
2.4.4 La cadena de distribución.....	23
III. PLAN DE OPERACIONES.....	25
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	25
3.2 El proceso de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	25

3.3	El proceso de atención al cliente en el local de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	27
3.4	El proceso de atención al cliente a través del servicio delivery de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	29
IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	31
4.1	La estructura organizacional de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	31
4.2	Puestos, funciones.....	31
4.3	Condiciones laborales.....	34
4.4	Régimen tributario.....	34
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	35
5.1	Estudio económico.....	35
5.1.1	Mercado y ventas.....	35
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos.....	36
5.2	Estudio financiero.....	38
5.2.1	Inversiones de Inversiones.....	38
5.2.2	Financiamiento de Inversiones.....	40
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	45
VI.	CONCLUSIONES.....	46
	BIBLIOGRAFÍA.....	47

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones, año 2021.....	03
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021....	08
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, año 2021.....	08
Cuadro N° 04 Mercado por edades, ciudad de Iquitos. año 2021.....	08
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económico, ciudad de Iquitos, año 2021.....	09
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2021.....	09
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares a Inversiones Romero EIRL, ciudad de Iquitos, año 2021.....	11
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Inversiones Romero EIRL.....	20
Cuadro N° 09 Presupuesto de producción, anual, mensual y semanal...30	
Cuadro N° 10 Demanda del negocio a desarrollar, año 2021.....	35
Cuadro N° 11 Ventas de los productos de la empresa Inversiones Romero EIRL.....	35
Cuadro N° 12 Costo de ventas de la empresa Inversiones Romero EIRL (soles).....	36
Cuadro N°13 Gastos administrativos de Inversiones Romero EIRL, 2021 (soles).....	36
Cuadro N° 14 Gastos comerciales de Inversiones Romero EIRL (soles).....	37

Cuadro N° 15 Gastos pre operativo de Inversiones Romero EIRL (soles).....	37
Cuadro N° 16 Inversión en activos de Inversiones Romero EIRL (soles).....	38
Cuadro N° 17 Depreciación de los Activos de Inversiones Romero EIRL (soles).....	39
Cuadro N° 18 Costo laboral (%).....	39
Cuadro N° 19 Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Romero EIRL (soles).....	40
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento segundo año de Inversiones Romero EIRL (soles).....	40
Cuadro N° 2}1 Programa de endeudamiento tercer año de Inversiones Romero EIRL (soles).....	41
Cuadro N° 22 Capital de trabajo de Inversiones Romero EIRL (soles).....	41
Cuadro N° 23 Estado de situación financiera de Inversiones Romero EIRL (soles).....	42
Cuadro N° 24 Estado de resultados integrales de Inversiones Romero EIRL (soles).....	43
Cuadro N° 25 Cálculo de la tributación de Inversiones Romero EIRL (soles).....	43
Cuadro N° 26 Estado de flujo de caja económico de Inversiones Romero EIRL (soles).....	45

Cuadro N° 27 Estado de flujo de caja financiero de Inversiones Romero EIRL (soles).....	46
Cuadro N° 28 Ratios de medición de la renta de la empresa Inversiones Romero EIRL (%).....	46
Cuadro N° 29 VAN, TIR, Y B/C económico de Inversiones Romero EIRL (soles).....	47
Cuadro N° 30 VAN, TIR, Y B/C financiero de Inversiones Romero EIRL (soles).....	47

INDICE DE FIGURA

Figura N° 01 Localización de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	03
Figura N° 02 Familia en su totalidad desayunando.....	07
Figura N° 03 Carta de los platos de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	16
Figura N° 04 Jugos surtidos.....	16
Figura N° 05 Bebidas calientes.....	16
Figura N° 06 Sándwiches.....	17
Figura N° 07 Platos diversos.....	18
Figura N° 08 Logo de Inversiones Romero EIRL,2021.....	19
Figura N° 09 Polo con el logo de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	21
Figura N° 10 Afiche promocional 01 de Inversiones Romero EIRL.....	22
Figura N° 11 Afiche promocional 02 de Inversiones Romero EIRL.....	22
Figura N° 12 Fan page de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	23
Figura N° 13 Canal de distribución de Inversiones Romero EIRL, 2021..	24
Figura N° 14 Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	26
Figura N° 15 Proceso de atención al cliente en el local de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	27
Figura N° 16 Proceso de atención al cliente a través del servicio delivery de Inversiones Romero EIRL, 2021.....	29
Figura N° 17 Estructura organizacional de Inversiones Romero EIRL....	31

RESUMEN

Plan de negocio Luxious Snack Point - Delivery, ciudad Iquitos, 2021

Christian Deyby, Romero-Da Silva

El presente proyecto se encuentra en el sector restaurantes y tiene por finalidad de constituir una empresa. En el rubro elaboración y comercialización por el servicio delivery de alimentación.

El estudio ha descrito varias necesidades a satisfacer. La demanda de los servicios delivery presenta una tendencia creciente, especialmente en el aspecto demográfico.

En el estudio técnico se ha determinado la fuente de aprovisionamiento que será la ciudad de Iquitos. Los procesos diseñados buscan crear un producto de calidad. En el estudio organización se ha determinado los ingredientes, insumos y maquinarias y equipos para lograr tal objetivo.

Los ratios económicos y financieras que arroja el proyecto señalan la viabilidad y rentabilidad de la inversión, con indicadores positivos que aseguran la inversión.

Palabras claves: plan de negocio, carta, platos, desayuno.

SUMMARY

Business plan Luxious Snack Point - Delivery,
Iquitos City, 2021

Christian Deyby, Romero-Da Silva

This project is in the restaurant sector and is intended to set up a company. In the elaboration and commercialization category for the food delivery service.

The study has described several needs to be met. The demand for delivery services presents a growing trend, especially in the demographic aspect.

In the technical study, the source of supply has been determined, which will be the city of Iquitos. The processes designed seek to create a quality product. In the organization study, the ingredients, supplies and machinery and equipment have been determined to achieve this objective.

The economic and financial ratios that the project throws indicate the viability and profitability of the investment, with positive indicators that ensure the investment.

Keywords: business plan, menu, dishes, breakfast.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Inversiones Romero EIRL

Razón social: Inversiones Romero EIRL

Sector de la actividad: restaurante

Localización: calle Ucayali Nro. 181, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 01

Localización de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

**Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones
Romero EIRL, 2021**

I	Actividades de Alojamiento y Servicio de comida		
	56	Actividades de servicio de comida y servicio móvil	
		561	Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil
			5610 Actividades de restaurantes

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

1.3 Idea del negocio.

La puesta en marcha del presente negocio busca cubrir la necesidad de alimentación de las personas, como el desayuno. También, satisfacer la necesidad de mejorar la salud nutricional con un desayuno saludable. Además, satisfacer la necesidad de contar con un desayuno equilibrado en el contenido de proteínas.

Los segmentos de mercado a los cuales se va llegar son, primero las familias buscan salir algún día de la semana a desayunar rompiendo la rutina del hogar. El segundo segmento está formado por gente soltera que no tiene condiciones de tiempo en equipamiento para preparar el desayuno. Personas con ingresos, tanto dependiente como independiente y que pertenecen a los niveles socio económicos A, B y C.

La oferta consiste en la elaboración y comercialización de desayunos, contando con diversas presentaciones, priorizando el uso de frutas y verduras frescas, de la región. Se contará con una carta selecta de platos, postres y bebidas. Se contará con el servicio delivery para los clientes que desean degustar en la comodidad de sus hogar, negocio o centro laboral. Como también, se aceptarán todos los medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

En las líneas siguientes se procede a detallar las necesidades que se va satisfacer con la implementación del presenta plan de negocios:

a) Necesidad de alimentación

Las personas necesitamos reponer energías todos los días y esto se logra con alimentos saludables y nutritivos, combinándolos adecuadamente. Para ello es necesario conocer cuáles son los alimentos disponibles, los nutrientes que aportan y qué combinaciones ofrecen las mejores alternativas para alimentarse bien.

Todos sabemos que las personas que se alimentan de forma saludable y equilibrada, y con alimentos variados, tienen una mayor probabilidad de: crecer y desarrollarse sanos y fuertes; tener más energía para trabajar y disfrutar de sí mismos; sufrir menos infecciones y otras enfermedades. Dentro del grupo familiar, los más vulnerables son los niños y las mujeres.

b) Necesidad de mejorar la salud nutricional

El desayuno es la principal comida, según especialista y que ayuda a mejorar el balance de energía y nutrientes (calcio, hierro, magnesio, vitaminas del grupo B) que el cuerpo necesita durante el día, en particular de tus jóvenes, ya que están en pleno crecimiento y desarrollo.

c) Necesidad de contar con un desayuno equilibrado proteico.

Un desayuno equilibrado a porta más hidratos de carbono que se transforman en glucosa, el "combustible" del organismo. Los alimentos ricos en hidratos de carbono ocupan la base de la Pirámide de la Alimentación Saludable: pan en todas sus versiones (normal, integral, tostado, de molde, con frutos secos), cereales de desayuno y/o galletas.

Más fibra, si en el desayuno incluyes cereales, panes o galletas integrales, y fruta. Esto ayuda a no tener estreñimiento.

Más vitaminas y minerales, un desayuno variado y equilibrado es una fuente importante de numerosas vitaminas (B1, B2, B3, B5, B6, B12, ácido fólico, vitamina C, A, D) y minerales como calcio, fósforo, hierro y magnesio. Estos nutrientes hacen que tus hijos tengan más energía y vitalidad.

Figura 2
Familia en su totalidad, desayunado



Fuente: [google.com/search?q=familia+desayunando+jugos+de+frutas&rlz](https://www.google.com/search?q=familia+desayunando+jugos+de+frutas&rlz)

2.2 Demanda actual y tendencias

Para la elaboración de los cuadros de la proyección de la demanda se ha tenido en cuenta información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

La demanda presenta las siguientes características:

- a. Personas que viven la ciudad de Iquitos, San Juan Bautista, Belén y Punchana.
- b. Personas que pertenecen a los segmentos socio-económico B y C, de los distritos señalados líneas arriba.
- c. Personas que forma las familias y acostumbran desayunar fuera de casa.
- d. Personas que salen del modo individual en pareja o algunos en grupos como un acto social, para desayunar fuera de casa.

Cuadro 2

Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021

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, ciudad de Iquitos, año 2021

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2021)	96.50%	132,760
Distrito Punchana (al 2021)	94.25%	93,979
Distrito Belen (al 2021)	96.00%	74,641
Distrito San Juan Bautista (al 2021)	86.00%	175,612
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2021)		476,993

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2021

	25 a 39 años	40 a 64 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 por edades, ciudad Iquitos (2021)	116,105	108,695	224,800

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2021

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	31,697
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	34,619
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2021)	29.5%	66,316

Fuente: INEI

Cuadro 6

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

Producto	Numero de veces al año	Demanda
Promedio de personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		13,184
Consumo del producto (platos/familia/día)		1.00
Consumo del producto (platos/familia/mes)	30	30.0
Consumo del producto (plato/familia/año)	12	360.00
Consumo del producto ciudad Iquitos (platos)		4,746,282
Consumo del producto ciudad Iquitos (platos)	20%	949,256

Fuente: INEI

En el aspecto global los latinoamericanos prefieren las comidas hechas en casa, el porcentaje de comensales fuera del hogar -una o más veces por semana- está incrementando, aunque es aún menor al promedio global (41% vs. 48%). Así lo afirma el reciente Estudio Global sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar.

En el caso del Perú, son los segundos consumidores que más comen fuera de su casa durante la semana, con 42% de los encuestados a favor, solo superados por los brasileños (51%). Por conveniencia y practicidad, los encuestados vía online, afirman que se ven en la -necesidad de buscar ofertas variadas que satisfagan sus necesidades alimenticias, en el momento indicado, de ahí que el 29% de los peruanos encuestados afirme 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.

Al momento de elegir el lugar al que quieren ir, la encuesta muestra que los peruanos asisten con frecuencia a restaurantes formales (51%) y que el almuerzo es la comida que más prefieren comer fuera de casa, con

el 70% de los encuestados a favor, seguido de la cena (51%) y por último el desayuno (10%).

Aunque la comida preparada en casa es valorada por los consumidores, la falta de tiempo para cocinar y la oferta cada vez más amplia y variada de opciones gastronómicas, muestran que a los Latinoamericanos también optan por comprar comida para llevar o pedir a domicilio. Perú es el país donde más acostumbran traer al hogar alimentos preparados varias veces a la semana (30%) y el 50% de los peruanos admite hacerlo por lo menos una vez al mes.

Los consumidores en Perú se preocupan cada vez más por lo que hay dentro de su comida tanto dentro como fuera de casa y en cuanto a los ingredientes que más buscan evitar se encuentran los sabores y colores artificiales (67% y 66% respectivamente), los antibióticos u hormonas (55%) y las grasas saturadas o trans (54%).

Atraer al consumidor peruano que cada vez come más por fuera de casa es un reto que implica la mezcla en proporciones adecuadas de ingredientes como la calidad de los alimentos, el precio razonable, el buen servicio, la agilidad y la cercanía.

2.3. Oferta competitiva

Se ha identificado la oferta competitiva de la venta de comida (desayunos) a través del servicio delivery, se ha considerado los siguientes negocios con giros similares.

En el cuadro 07, se puede apreciar el resultado de la investigación de los negocios similares, se ha encontrado una variedad de negocios similares al propuesto en el presente plan de negocios, dentro de ellos

hemos encontrado: Tutifruti, Ivalú y Refrigerios Mary, todos ubicados en centro comercial de la ciudad de Iquitos.

Cuadro 7
Negocios con giros similares de Inversiones Romero EIRL,
Ciudad de Iquitos, 2021
(Soles)

Detalle	Unidad	Negocios similares		
		Tutifruti	Ivalú	Refrigerios Mary
Desayuno	Plato	S/7.00	S/8.00	S/7.50

Fuente: elaboración propia

Tutifruti e Ivalú son negocios que han logrado un posicionamiento marcado en el mercado local; con clientes fidelizados con sus productos, con excelente ubicación, zona de parqueo, variedad de productos, a los cuales los clientes se han acostumbrado, ya que muestran lazos de fidelidad, lo que les permiten tener una ventaja competitiva frente a los nuevos emprendedores.

Dentro de los aspectos fuertes y débiles con relación a los negocios similares, se ha determinado que la empresa propuesta tiene ventajas por tener sus precios atractivos para los clientes, usando como una estrategia, calidad y buen servicio a bajo costo. La desventaja resaltante del negocio propuesto es además del posicionamiento es la capacidad de logística para la atención al cliente.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa Inversiones Romero, a través de su nombre comercial Luxious Snack Point, ofrece una variedad de platos (desayunos) a la carta, desde desayunos saludables, frituras, ensaladas, jugos de frutas, comida criolla, platos regionales, bebidas calientes, refrescos y una variedad de sándwiches.

a) Categorías de productos.

Se contará con una variedad de platos (desayunos) y bebidas, como:

Jugos:

- Jugo surtido vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Jugo de naranja vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Jugo de Papaya vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Jugo de plátano vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Jugo especial vaso personal/vaso mediano/vaso grande

Bebidas calientes:

- Chapo de capirona vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Avena vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Café vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Té vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Cocoa con leche vaso personal/vaso mediano/vaso grande

Refrescos:

- Chicha morada vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Maracuyá vaso personal/vaso mediano/vaso grande

- Cebada vaso personal/vaso mediano/vaso grande
- Camu camu vaso personal/vaso mediano/vaso grande

Sandwiches:

- Sándwich huevo
- Sándwich de Tortilla
- Sándwich de Jamonada
- Sándwich de Palta
- Sándwich de Paté
- Sándwich de Lechón
- Sándwich de Filete de atún
- Sándwich de Chorizo parrillero
- Tostadas

El producto que se ha creado para esta etapa de lanzamiento es el “Tacacho arrecho”.

Además, se contará con combos, platos agrupados en uno solo con distintas opciones, se ha diseñado en dos grupos, los combos individuales y los combos familiares:

Combos individuales:

- Combo clásico:
 - Jugo surtido-vaso mediano
 - Pan con pollo
 - Tacacho Simple
 - Huevo frito

- Combo Regional 01:
 - Chapo de capirona – vaso mediano
 - Pan con tortilla
 - Juane de pollo

- Maduro frito
- Combo Exclusivo:
 - Gaseosa 500ml
 - Chuleta Frita
 - Tacacho simple
 - Arroz Chaufa

- Combo clásico 02:
 - Café de olla-vaso mediano
 - Jugo surtido-vaso mediano
 - Arroz chaufa
 - 02 huevos fritos

- Combo regional 02:
 - Avena- vaso mediano
 - Palometa frita
 - Tacacho simple
 - Arroz Chaufa

- Combo saludable
 - 02 Panes integrales
 - 02 Huevos duros
 - Palta, media tajada
 - Jugo surtido- vaso mediano

Combos familiares:

- Combo omelette:
 - 02 Refrescos-vaso mediano
 - 02 Platos de arroz chaufa
 - 02 Tortillas
 - 02 Porciones de maduro frito

- Trio charapa:
 - o 03 Trozos pollos fritos
 - o 01 Platos de arroz chaufa
 - o 02 Tacachos simples
 - o 03 Refrescos-vaso mediano

- Combo arrecho:
 - o 02 Tacachos arrechos
 - o 02 Refrescos-vaso mediano
 - o 02 Platos de arroz chaufa

- Combo Luxious:
 - o 02 Tazas de té
 - o 02 Platos de arroz chaufa
 - o 02 Trozos de chorizo
 - o 02 Porciones de plátano frito

- Combo Broaster:
 - o 02 Pollos Broaster
 - o 02 Platos de arroz chaufa
 - o 02 Porciones de plátano frito
 - o 02 Gaseosas

- Combo Sandwichero:
 - o 01 Pan con tortilla
 - o 01 Pan con palta
 - o 01 Jugo de papaya-vaso mediano
 - o 01 Vaso de jugo de naranja-vaso mediano

Figura 3

Carta de los platos de Inversiones Romer EIRL, 2021

LUXIOUS @ Snack Point 929 047 778 / 925 668 650 CALLE UCAYALI N° 181 MEDIOS DE PAGO ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS			
BEBIDAS NATURALES			
	VP	VM	VG
Surfido	2.50	4.00	7.00
Papaya c/ Leche	3.00	5.00	9.00
Papaya c/ Leche	4.00	6.00	10.00
Naranja	3.00	5.00	9.00
Naranja c/ Huevo	4.00	6.00	10.00
Plátano de Seda	3.00	5.00	9.00
Plátano de Seda c/ Leche	4.00	6.00	10.00
Especial	4.00	7.00	12.00
Malta	5.00	9.00	15.00
BEBIDAS CALIENTES			
	VP	VM	VG
Chapo	1.50	2.50	4.00
Chapo c/ Leche	2.50	3.50	5.00
Avena	1.50	2.50	4.00
Avena c/ Leche	2.50	3.50	5.00
Infusiones	1.50	2.00	3.00
Café Puro	2.00	2.50	4.00
Café con Leche	3.00	3.50	4.00
Quinoa	1.50	2.50	4.00
Quinoa c/ Leche	2.50	3.50	5.00
Cocoa	1.50	2.50	4.00
Cocoa con leche	2.50	3.50	5.00
Leche	2.50	3.50	6.00
REFRESCOS			
	VP	VM	VG
Camu Camu	1.50	2.50	4.00
Moracuyá	1.50	2.50	4.00
Chicha Morada	1.50	2.50	4.00
Cebada	1.50	2.50	4.00
ENSALADAS			
	VP	VM	VG
Ensalada de Frutas	-	10.00	15.00
BEBIDAS REFRESCANTES			
Pirafra Inka / Coca Cola	1.00		
Big Cola, Kola Real	1.20		
Frugos Fresh Sabores	1.50		
Guaraná Sabores	2.50		
Gordita Inka Cola	3.00		
Powerade, Sparade	2.50		
Agua Cielo	1.20		
Agua San Luis	2.00		
Yogurt Gloria, Yomost	2.00		
SNACKS			
Tamales	3.00		
Umitas	3.00		
Empanadas de Pollo	4.00		
Kekillos	1.00		
Chilles	1.00		
Rosquillas	2.00		
Tostadas Integrales	2.50		
Poitos de Amis	1.50		
Cabanossi	3.50		
CHUPETES			
Aguaje	1.00		
Camu Camu	1.00		
Coco	1.00		
Guayaba Brasileira	1.00		
Anona	1.00		
SANDWICHES			
Tostadas	3.00		
Pan con Queso	3.50		
Pan con Huevo	2.50		
Pan con Jamanaza	2.50		
Pan con Mermelada	2.00		
Pan con Fajita	3.50		
Pan con Tortilla	4.00		
Pan con Pollo	3.50		
Pan con Lechón	8.00		
Pan con Paté de Pollo	2.50		
Pan con Filete de Ahún	7.00		
Pan Integral c/ Huevo	4.00		
Pan con Chorizo Familiar	3.00		
SUBSICIONES			
Porción de Maduro Frito	3.00		
Porción de Plátano Frito	3.00		
Porción de Paltacones	4.00		
Tacacho Simple	3.00		
Tacacho Arrecho	12.00		
Porción de Aroz Chaufa	4.90		
Plátano Sancochado	1.00		
Huevo Sancochado / Frito	1.00		
PLATOS			
Aroz Chaufa Con Huevo	5.00		
Aroz Chaufa Con Pollo	8.00		
Aroz Chaufa Con Pescado	10.00		
Aroz Chaufa con Chuleta	13.00		
Aroz Chaufa con Chorizo	7.00		
Aroz Chaufa con Salchicha	5.00		
Aroz Chaufa con Tortilla	7.00		
Aroz Chaufa con Lechón	8.00		
Juane de Pollo	7.00		
Caldo de Gallina	10.00		
Sopa de Fes	8.00		
TACACHO ARRECHO			

Fuente: elaboración propia

Figura 4

Jugos surtidos

Jugos Naturales

PEDIDOS ▶

929 047 778
925 668 650

Luxious Snack Point / Calle Ucayali N° 181

SURTIDO DE FRUTAS

¡Mucho más que un batido de frutas!

PEDIDOS ▶ 929 047 778
925 668 650

Luxious Snack Point / Calle Ucayali N° 181

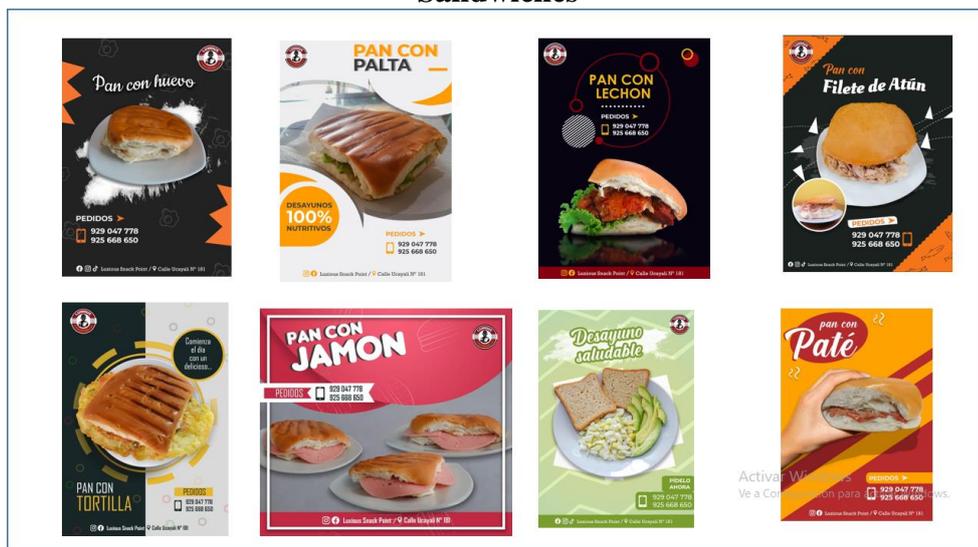
Fuente: elaboración propia

Figura 5
Bebidas calientes



Fuente: elaboración propia

Figura 6
Sandwiches



Fuente: elaboración propia

Figura 7

Platos diversos



Fuente: elaboración propia

b) La marca

La marca es el nombre, termino, letrero, símbolo, diseño o una combinación de dichos elementos, que no hacen más que identificar los productos o servicios de un productor o de un vendedor o grupo de vendedores para que se diferencien de los negocios similares.

Los negocios similares con las que va competir nuestra marca son:

- Tutifruti
- Ivalú
- Refrigerios Mary

Son las diversas marcas posicionadas en el mercado local, con una variedad de platos, sabores de jugos, con distintos precios, algunos por encima del promedio de nuestros precios.

La marca propuesta en el presente plan de negocios será *Luxious Snack Point*, su principal valor será la calidad del servicio al cliente, como en los productos. El mismo que lleva una frase “*El secreto está sobre la mesa*”, una manera de invitar a degustar nuestros productos, sobre todo el secreto de la sazón.

Figura 8

Logo de Inversiones Romero EIRL., 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio es uno de los factores internos más valorados por los clientes al momento de adquirir un producto. Muchas veces es este el factor que marca la diferencia a la hora de adquirir o tomar la decisión de compra, razón por el cual el emprendedor debe valorar con mucho cuidado este aspecto.

El objetivo del precio que se desea alcanzar en Inversiones Romero EIRL, es la de maximización de mercado.

Cuadro 08

Precio de los productos de Inversiones Romero EIRL, 2021

Productos	Unidad	Precio (soles)
Combo clásico 01	Plato	S/11.00
Combo regional	Plato	S/13.00
Combo clásico 02	Plato	S/12.00
Combo Exclusivo	Plato	S/16.50
Combo Regional 02	Plato	S/15.00
Combo Saludable	Plato	S/10.50

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.08 se muestra las presentaciones de los distintos platos que contarán Inversiones Romero EIRL, detallando el precio de cada uno de los platos (combos), con los que se ingresará al mercado.

2.4.3 La promoción.

En la promoción se ha diseñado un conjunto de actividades que incluyen todos aquellos medios, canales y técnicas que van a dar a conocer nuestros productos. Con la oportunidad que brinda las redes sociales, las posibilidades de realizar una eficiente campaña promocional son muchas, campaña que se puede ajustar al presupuesto del negocio y muy distinta a la realizadas por los negocios similares.

Para realizar la promoción de la empresa Inversiones Romero EIRL, se contará con la principal herramienta que son las redes sociales, que sirve como un canal de captación del público objetivo, el cual resulta de largo alcance y bajo costo. La empresa contará con un fan page (Facebook), ya que es una herramienta que permite incrementar la visibilidad y el posicionamiento de la marca, como motivar y fidelizar los clientes.

También, se contará con otras herramientas como el Twitter, Instagram y el Whatsapp, los que permitirán realizar las actividades promocionales, si no realizar algo innovador fuera de lo común, que nos diferencie de las otras marcas que brinden los mismos servicios que la empresa.

Es a través del fan page, donde se difundirá las ofertas que cuenta la empresa, como las promociones, sorteos, entre las personas que compartan y den “like” a las publicaciones.

Figura 09

Polos con el logo de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

Figura 10

Afiche promocional 01 de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

Figura 11

Afiche promocional 02 de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

Figura 12

Fan page de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

La empresa Inversiones Romero, contará con un local comercial, de donde se repartirán los pedidos, ubicado en Calle Ucayali Nro. 181, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. El reparto de los productos será en una motocicleta de propiedad de la empresa, para hacer llegar en el menor tiempo posible los pedidos de los clientes. El personal encargado de realizar el delivery contará con todas las medidas de seguridad que exige el protocolo Covid-19.

El tiempo de entrega se dará entre 15 a 30 minutos aproximadamente dependiendo de la distancia que solicite el cliente. El pago se realizará en efectivo o con tarjetas de débito o crédito, por lo que el delivery contará con un POS, para el cargo del consumo del cliente.

La propuesta de la empresa Inversiones Romero EIRL, para le presente plan de negocios es directa, vale decir que entre la empresa y el cliente no habrá intermediarios, tal como se puede apreciar en la figura Nr.13.

Figura 13

Canal de distribución de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021

La empresa Inversiones Romero EIRL, ha diseñado un plan estratégico operativo, donde se detallan todos los aspectos técnicos y organizacionales, por lo que se ha considerado los dos procesos a seguir, los cuales se detalla en las líneas siguientes.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021.

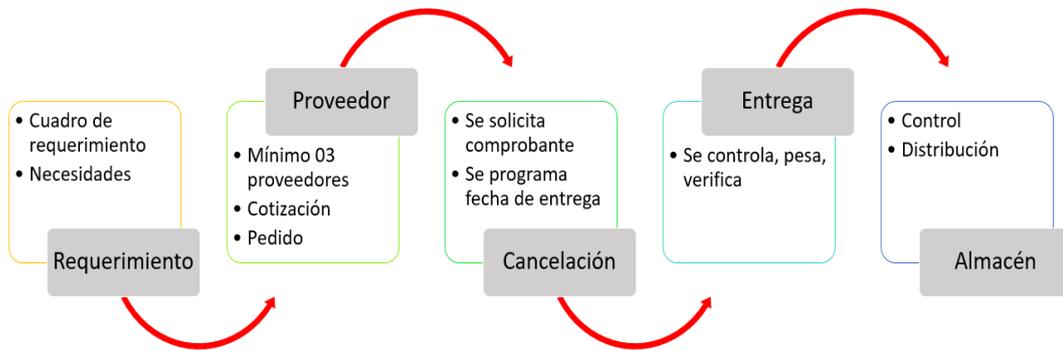
La empresa Inversiones Romero EIRL, para la elaboración de los platos (desayunos), necesita de una serie de insumos, ingredientes, bienes muebles, artefactos, equipos, entre otros, y para tal ha elaborado una lista de proveedores, que se detallan a continuación:

- Comercializadora San Juan SAC	Av. Freyre # 737	Iquitos
- Distribuidora CMS EIRL	Las Palmeras # 16	Iquitos
- Panadería Importadora Rodríguez	Jr. Aguirre # 1293	Belén
- Comercializadora Los Tulipanes	Av. Quiñones km 5.5	San Juan
- Embotelladora La Selva	Putumayo # 207	Iquitos

En proceso de aprovisionamiento desarrollado por Inversiones Romero EIRL, contiene los siguientes pasos:

Figura 14

Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

El Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Romero EIRL, consta de 5 pasos:

a. **Requerimiento:**

En este paso se toma lista de todas las necesidades de las áreas de la empresa para desarrollar las actividades de la empresa, esta incluye bienes y servicios que se a requerir. Para luego elaborar un cuadro de requerimiento el que va consolidar las necesidades.

b. **Proveedor:**

El segundo paso es identificar el proveedores o proveedores que cumplan con las condiciones exigidas por la empresa, como mínimo se va realizar la cotización en tres proveedores. Para luego, después de comparar, realizar el pedido a aquel que más beneficios brinde a la empresa.

c. **Cancelación:**

En este paso se procede a cancelar el pedido realizado por la empresa, ya sea en efectivo, cheque o transferencia bancaria. En este mismo paso se procede a solicitar el comprobante de pago para la empresa y se programa la fecha u hora de entrega de la mercadería.

d. Entrega:

De acuerdo a lo programado se procede a recibir la mercadería adquirida, paso en el que hay que verifica que todo esté de acuerdo al pedido realizado, por tanto, de debe pesar, contar, medir, según sea el caso.

e. Almacén:

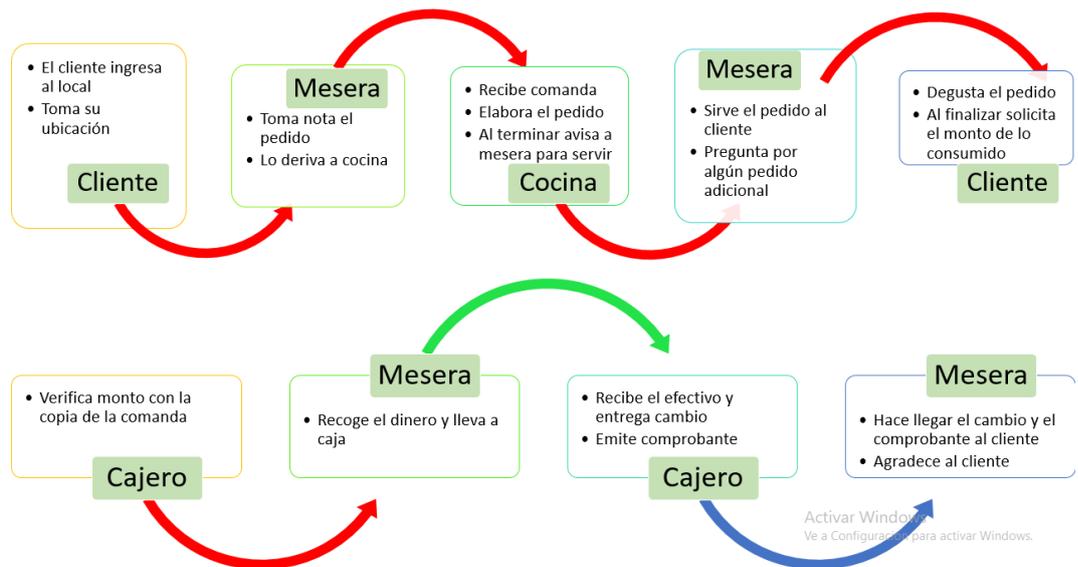
En este paso se procede a ingresar la mercadería adquirida, la misma que debe ser controlado por cualquiera de los métodos de control de almacén. Para luego procede con la distribución según el cuadro de requerimiento elaborado.

3.3 El proceso de atención al cliente en el local de Inversiones Romero EIRL, 2021

El proceso de atención al cliente en el local consta de los siguientes pasos:

Figura 15

Proceso de atención al cliente en el local de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Pasos del proceso de atención al cliente en el local:

Paso 01: Cliente

El cliente ingresa a local comercial, el que es recibido con una sonrisa por la mesera. La misma que le invita a tomar su ubicación.

Paso 02: Mesera

Mesera entre carta y toma nota del pedido del cliente, detallando las exigencias del mismo. Pedido que es derivado a cocina

Paso 03: Cocina

En este paso el responsable de cocina recibe la comanda con el pedido realizado por el cliente, con todos los detalles para la elaboración del mismo. Al terminar la preparación da aviso a la mesera para servir al cliente.

Paso 04: Mesera

Recibe el plato preparado y procede a servir al cliente, además, pregunta cualquier pedido adicional del cliente.

Paso 05: Cliente

El cliente procede a degustar el pedido. Al final del consumo solicita el monto por el total de lo consumido. La mesera hace llegar al cliente el monto y procede a llevar al cajero.

Paso 06: Cajero

El cajero procede a verificar y cruzar la comanda de su poder con la comanda de la mesera y suma el monto total por el consumo.

Paso 07: Mesera

Recoge el dinero del cliente y lo hace llegar a caja

Paso 08: Cajero

El cajero procede a recibir el dinero y entrega el cambio a la mesera de darse el caso. A la vez emite el comprobante para hacer llegar al cliente.

Paso 09: Mesera

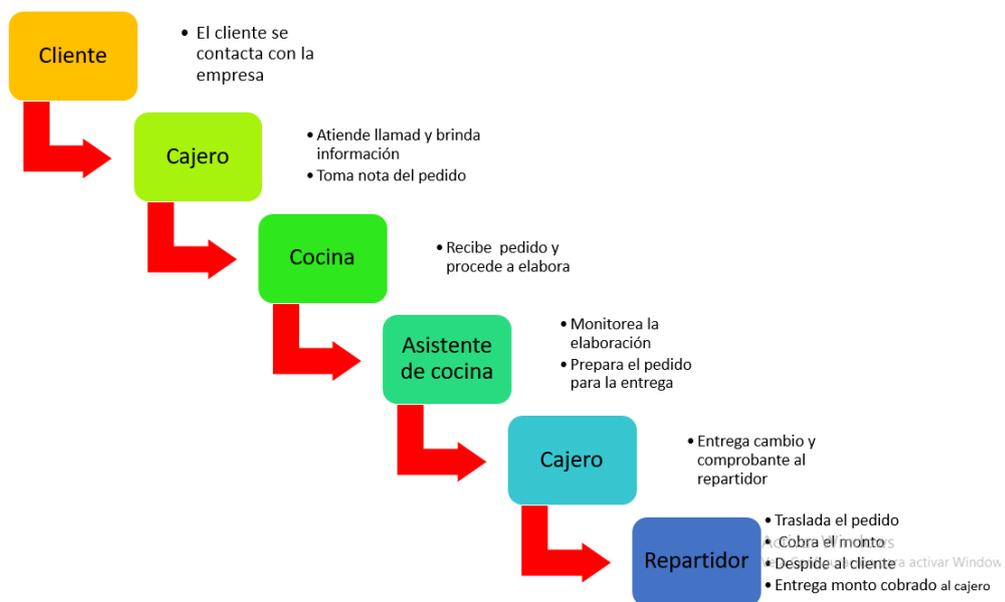
Hacer llegar el cambio y el comprobante al cliente. A la vez, procede a despedir al cliente.

3.4 El proceso de atención al cliente a través del servicio delivery de Inversiones Romero EIRL, 2021

El proceso de atención al cliente a través del servicio delivery consta de los siguientes pasos:

Figura 16

Proceso de atención al cliente a través del servicio delivery de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboracion propia

Paso 01: Cliente

El cliente se contacta con la empresa, a través de una llamada telefónica, por medio de las redes sociales, messenger, whatsapp, mensaje de texto, entre otros.

Paso 02: Cajero

El cajero brinda toda la información al cliente y a su vez toma nota del pedido del cliente, notifica al cliente el monto del consumo y consulta la denominación del billete a cancelar.

Paso 03: Cocina

Recibe la comanda elaborada por el cajero, con los detalles exigidos por el cliente y procede a preparar los platos solicitados por el cliente.

Paso 04: Asistente de cocina

Monitorea la elaboración del pedido hasta que esté listo, lo empaca.

Paso 05: Cajero

El cajero emite el comprobante y prepara el cambio del cliente.

Paso 06: Repartidor

Recibe el cambio, el comprobante y el pedido del cliente para hacerlo llegar a la dirección solicitada por el cliente. Entrega el pedido y el cambio al cliente. Al retorno entrega el efectivo al cajero.

Cuadro 09

Presupuesto de producción, anual mensual y semanal

	Anual	Mes	Semana
Año 01	37970	3164	791
Año 02	48412	4034	1009
Año 03	64824	5402	1351

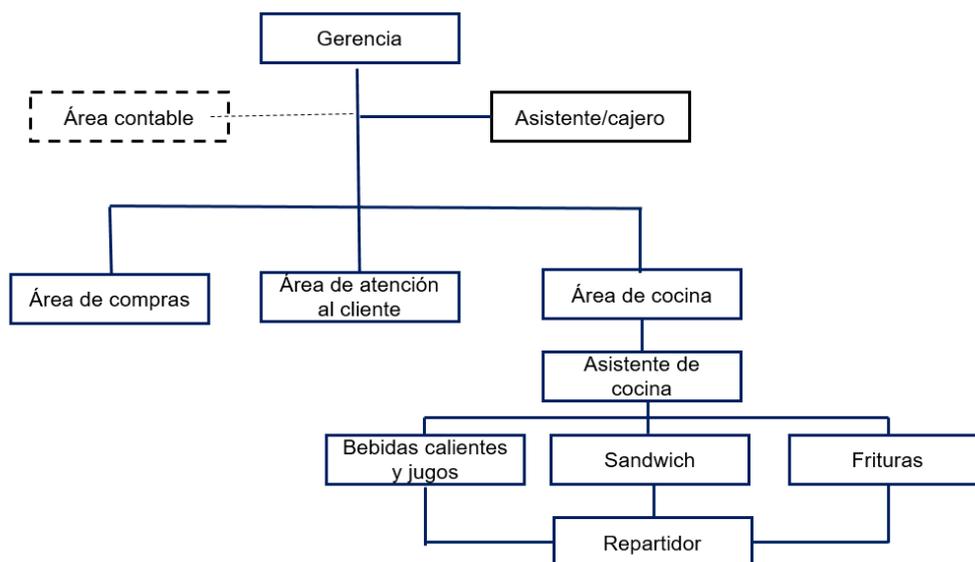
Fuente: elaboración propia

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de Inversiones Romero EIRL

Figura 17

Organigrama de Inversiones Romero EIRL, 2021



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Gerencia

Funciones:

1. Planifica, organiza y dirige las actividades de la empresa
2. Organiza los indicadores de gestión de cada una de las áreas
3. Organiza e implementa los procesos de las áreas
4. Organiza e implementa las funciones de cada puesto de la empresa
5. Coordina el pago del impuesto con el área contable
6. Controla la asistencia de los colaboradores
7. Deposita el pago de los haberes en una cta. bancaria
8. Controla el avance de las metas de todas las áreas

9. Gestiona financiamiento de la empresa
10. Representa a la empresa frente a otras empresas.

b) Puesto: Área de compras

Funciones:

1. Planifica las compras de la empresa
2. Realiza los pedidos a los proveedores
3. Realiza las cotizaciones de los bienes y servicios a comprar
4. Cotiza los requerimientos de las áreas de la empresa
5. Controla el stock que permita cumplir con los clientes
6. Lleva control del stock de la empresa
7. Reporta directamente al administrador

c) Puesto: Área de atención al cliente

Funciones:

- a. Responsable del despacho de los pedidos
- b. Acomoda los productos
- c. Responsable de poner la etiqueta de los precios a los productos
- d. Apoya a la gerencia
- e. Recibe las quejas, sugerencia y reclamos de los clientes
- f. Reporta directamente a la gerencia.

d) Área de cocina

Tareas:

1. Responsable de la preparación de los pedidos
2. Realiza el seguimiento a la preparación de los pedidos
3. Verifica la permanente limpieza de la cocina
4. Hace llegar el cuadro de requerimiento semanal

e) Puesto: Asistente de cocina

Tareas:

- a. Mantiene los utensilios de cocina limpios
- b. Controla y monitorea los pedidos de cocina
- c. Prepara los pedidos
- d. Mantiene completamente limpio el área de cocina
- e. Reporta directamente al responsable de cocina

f) Puesto: Asistente/Cajero

Funciones:

1. Atiende los pedidos de los clientes
2. Recibe y controla el efectivo por las ventas
3. Recibe el efectivo por los cobros del repartidor
4. Emite los comprobantes
5. Lleva el control de las facturas y boletas
6. Reporta directamente a la gerencia

f) Puesto: Repartidor.

Tareas:

1. Responsable de la entrega de los pedidos
2. Elabora el reporte de entrega todos los días
3. Cobra el monto del pedido del cliente
4. Hace entrega del comprobante
5. Entrega el cambio de ser el caso
6. Coordina con el área de caja la entrega del cobro
7. Responsable de la custodia y mantenimiento de la unidad móvil

4.3 Condiciones laborales

La empresa Inversiones Romero EIRL, otorgará todos los beneficios que brinda una micro empresa, en primer momento estará en el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña. Empresa, regulado actualmente a través del Decreto Supremo N° 013-2013- PRODUCE; la empresa se registrará como una micro empresa.

La empresa entregará uniforme como parte de los beneficios a los colaboradores, el mismo que debe usar diariamente. Las luces deben permanecer apagadas después del horario de trabajo. Los mismos, que debe respetar el horario de la empresa.

Se respetará las ocho horas laborales y 48 a la semana.

4.4 Régimen tributario.

Se constituirá bajo la persona jurídica Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) y se acogerá, se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT, en vista que este régimen fue creado para las micro y pequeñas empresas que cuenten con renta de tercera categoría y que sus ingresos anuales no superen las 1,700 UIT (unidades impositivas tributarias). Ya que reduce el impuesto a la renta del 29.5% al 10%, siempre y cuando que las utilidades antes de impuesto no superen las 15 (UIT).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 10

Demanda de negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (platos)	949,256		
Tendencia del mercado (platos)	0%	2%	3%
Demanda estimada (platos)	949,256	968,242	997,289
Participación de mercado (decisión empresa)	4.00%	5.00%	6.50%
Demanda del proyecto (platos)	37,970	48,412	64,824

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.10 nos muestra la demanda proyectada platos, así como la tendencia de crecimiento del mercado. Por otro lado la participación de mercado se espera alcanzar es del 4% para el primer año, .5% para el segundo y del 6.50% para el tercer año. Dado que existe una oferta actual muy posicionada en el mercado de la ciudad de Iquitos.

Cuadro 11

Ventas de los productos de Inversiones Romero EIRL

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (platos)	37,970	48,412	64,824
Precio venta (soles x plato)	11.00	11.00	11.44
Tendencia del precio en el mercado	0%	4%	5%
Precio de venta (soles x platos)	S/.11.00	S/.11.44	S/.12.01
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.417,673	S/.553,834	S/.778,663

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro. 11 se muestra la proyección de ventas anuales de la empresa, en unidades monetarias para un periodo de 3 años que dura el proyecto, se estima una venta de 37,970 para el primer año, 48,812 para el segundo y de 64,824 platos para el tercer año (ver cuadro Nro.9). En vista que el proyecto desea demostrar permanencia en el mercado para el año inicial el precio no se incrementa, se trabaja con el precio base, pero si en los años siguientes se incrementa en un 4% y 5% respectivamente.

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 11

Costo de ventas de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	37,970	48,412	64,824
Costo compra	S/5.50	S/5.72	S/6.01
COSTO DE PRODUCCION	S/208,836	S/276,917	S/389,332

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.12, se detalla los cálculos realizados para la determinación del costo de ventas, derivado de análisis de la demanda para la venta del producto, multiplicado por el costo de cada año. El costo determinado para el primer año es de s/.5.50, para el segundo año es de s/.5.72 y para el tercer año es de s/.6.01.

Cuadro 13

Gastos administrativos de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,500	S/. 1,600
Area: compras/atencion/cocina	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,300	S/. 1,400	S/. 1,500
Asist. cajero/cocina/repartidor	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,100	S/. 1,200	S/. 1,400
Operarios	3	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,400
Remuneraciones del personal	S/. 8,600	S/. 9,300	S/. 10,300
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneracion total mensual	S/. 9,732	S/. 10,525	S/. 11,656
Servicios públicos	S/. 420	S/. 510	S/. 580
Utiles oficina	S/. 150	S/. 180	S/. 220
Servicio contable	S/. 350	S/. 400	S/. 450
Otros	S/. 300	S/. 433	S/. 510
Total mensual	S/. 10,952	S/. 12,048	S/. 13,416
TOTAL ANUAL	S/.131,428	S/.144,570	S/.160,994

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.13 se muestran los cálculos efectuados para los gastos directos e indirectos del personal administrativo y los gastos de operación, los que han sido considerados con precios de mercado. Como también se incluye el servicio contable.

Cuadro 14

Gastos comerciales de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 650.00	S/. 550.00	S/. 400.00
Alquiler local	S/. 800.00	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Otros: Gas	S/. 480.00	S/. 580.00	S/. 680.00
Total mensual	S/. 2,230.00	S/. 2,330.00	S/. 2,480.00
TOTAL ANUAL	S/.26,760.00	S/.27,960.00	S/.29,760.00

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.14 se muestra los gastos correspondientes a la operación comercial, es necesario contar con publicidad, promociones con el fin de posicionar la marca, estrategia considerara en el proyecto para dar valor agregado a los productos. Para el primer año se ha calculado den s/.26,760, para el segundo año s/.27,960 y para el tercer año en s/.29,760.

Cuadro 15

Gastos pre operativos de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 400.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos operativos	S/. 4,000.00			
Total	S/. 5,900.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.15 se detallan los gastos pre operativos, correspondiente al estudio de la demanda y oferta (estudio de mercado., gastos realizados en el presente plan de negocios, así como todos los

trámites para obtener los premisos correspondientes, como licencia, (Municipalidad de Maynas) constancia de defensa civil, certificado DIREPRO, entre otros.

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Inversiones Romero EIRL

Cuadro 16

Inversión en activos de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Cocina Industrial	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Ollas	S/. 300	6	S/. 1,800	5	S/. 360
Motocicleta	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Mesas x juegos	S/. 200	6	S/. 1,200	5	S/. 240
Computadora	S/. 1,500	1	S/. 1,500	4	S/. 375
Impresora	S/. 900	1	S/. 900	4	S/. 225
Congeladora	S/. 2,500	1	S/. 2,500	5	S/. 500
Ventiladores	S/. 150	4	S/. 600	4	S/. 150
Licuada	S/. 300	2	S/. 600	4	S/. 150
Congeladora	S/. 2,000	1	S/. 2,000	10	S/. 200
Refrigeradora	S/. 1,800	1	S/. 1,800	10	S/. 180
Total			S/. 20,900		S/. 3,980

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.16, muestra la inversión en activos para el inicio del proyecto, que suman un monto de s/.20,900.00 Correspondiente a los activos como equipos, muebles como exhibidores, computadora, impresora, motocicletas, entre otros. Muebles y equipos indispensables para iniciar el proyecto.

Cuadro 17

Depreciación de los activos de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.20,900	-S/.3,980	-S/.3,980	-S/.3,980	S/.8,960
Amortización activo intan	S/.5,900	-S/.1,180	-S/.1,180	-S/.1,180	S/.2,360
Total	S/.26,800	-S/.5,160	-S/.5,160	-S/.5,160	S/.11,320

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.17, se muestran los valores iniciales de la inversión, tanto en activo fijo como en activo intangible, se ha calculado la depreciación anual, así como el valor residual final de los activos, es decir el valor de vida útil de los activos considerados en el proyecto.

Cuadro 18

Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	16.67%	8.33%	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

En el cuadro Nro.18 se muestra lo referente al costo laboral para todo tipo de empresa. El costo que se ha tomado para efectos del cálculo de la empresa, y dado que se trata de una microempresa es del 13.17%, tasa aplicada en los gastos administrativos (ver cuadro Nro.12).

5.2.2 Financiamiento de Inversiones Romero EIRL

El programa de endeudamiento en relación al presente plan de negocios, corresponde al financiamiento de un préstamo a corto plazo, que provendría de un préstamo a una entidad financiera, con el fin de poder financiar el capital de trabajo de la empresa.

Cuadro 19

**Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Romero EIRL.
(Soles)**

Deuda a tomar		S/. 35,000		
26.82% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	35,000	700	972	1,672
2	34,028	681	972	1,653
3	33,056	661	972	1,633
4	32,083	642	972	1,614
5	31,111	622	972	1,594
6	30,139	603	972	1,575
7	29,167	583	972	1,556
8	28,194	564	972	1,536
9	27,222	544	972	1,517
10	26,250	525	972	1,497
11	25,278	506	972	1,478
12	24,306	486	972	1,458
		7,117	11,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

**Programa de endeudamiento segundo año de Inversiones Romero EIRL.
(Soles)**

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	23,333	467	972	1,439
14	22,361	447	972	1,419
15	21,389	428	972	1,400
16	20,417	408	972	1,381
17	19,444	389	972	1,361
18	18,472	369	972	1,342
19	17,500	350	972	1,322
20	16,528	331	972	1,303
21	15,556	311	972	1,283
22	14,583	292	972	1,264
23	13,611	272	972	1,244
24	12,639	253	972	1,225
		4,317	11,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21

Programa de endeudamiento tercer año de Inversiones Romero EIRL.

(Soles)

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	11,667	233	972	1,206
26	10,694	214	972	1,186
27	9,722	194	972	1,167
28	8,750	175	972	1,147
29	7,778	156	972	1,128
30	6,806	136	972	1,108
31	5,833	117	972	1,089
32	4,861	97	972	1,069
33	3,889	78	972	1,050
34	2,917	58	972	1,031
35	1,944	39	972	1,011
36	972	19	972	992
		1,517	11,667	

Fuente: elaboración propia

En los cuadros Nro.19,20 y 21, se detalla el financiamiento de la empresa, se ha considerado la devolución del préstamo en 3 años es decir 36 meses a una tasa del 2% mensual que corresponde a una tasa efectiva anual (TECA) del 26.82% (costo real del dinero al año). Préstamo considerado en el flujo de caja financiero de la empresa.

Cuadro 22

Capital de trabajo de Inversiones Romero EIRL. (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.41,767	-S/.1,362	-S/.2,248	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,160	-S/.378	-S/.625	
Inventario					
Número de días		15	15	15	
Monto		-S/.8,702	-S/.2,837	-S/.4,684	
Cuentas x pagar					
Número de días		7	7	7	
Monto		S/.4,061	S/.1,324	S/.2,186	
TOTAL	-S/.41,767	-S/.7,163	-S/.4,139	-S/.3,123	S/.56,192

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro. 22, se detalla el cálculo del capital de trabajo por año, el mismo que para el año cero es de S/.41,767.00.

Cuadro 23

Estado de situación financiera de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/41,767	S/73,856	S/148,455	S/292,294
Caja Bancos	S/41,767	S/63,994	S/122,508	S/248,169
Cuentas por cobrar		S/1,160	S/14,408	S/27,903
Inventarios		S/8,702	S/11,538	S/16,222
Activo no corriente	S/26,800	S/21,640	S/16,480	S/11,320
TOTAL ACTIVO	S/68,567	S/95,496	S/164,935	S/303,614
Pasivo corriente		S/4,061	S/5,384	S/7,570
Pasivo No Corriente	S/35,000	S/23,333	S/11,667	S/0
TOTAL PASIVO	S/35,000	S/27,394	S/17,051	S/7,570
Patrimonio				
Capital	S/33,567	S/33,567	S/33,567	S/33,567
Utilidades retenidas		S/0	S/34,535	S/114,316
Resultado del ejercicio		S/34,535	S/79,782	S/148,160
TOTAL PATRIMONIO	S/33,567	S/68,102	S/147,884	S/296,044
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/68,567	S/95,496	S/164,935	S/303,614

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.23, se puede apreciar el Estado de Situación Financiera de la empresa, el mismo que detalla la proyección del activo pasivo y patrimonio para cada año. Se aprecia un crecimiento sostenible de la empresa dado los resultados de cada año.

Cuadro 24

Estado de resultados integrales de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.417,673	S/.553,834	S/.778,663
Costo ventas	-S/.208,836	-S/.276,917	-S/.389,332
Margen Bruto	S/.208,836	S/.276,917	S/.389,332
Gastos administrativos	-S/.131,428	-S/.144,570	-S/.160,994
Depreciación	-S/.5,160	-S/.5,160	-S/.5,160
Gastos comerciales	-S/.26,760	-S/.27,960	-S/.29,760
Margen operativo	S/.45,488	S/.99,227	S/.193,418
Gastos financieros	-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517
Margen antes de tributos	S/.38,372	S/.94,910	S/.191,901
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/38,372	S/94,910	S/191,901
Pago impuesto a la renta	-S/.3,837	-S/.15,129	-S/.43,741
Utilidad neta	34,535	79,782	148,160

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.24, se muestra el estado de resultado integrales, donde se resume de las operaciones del presente proyecto, se detallan las ventas proyectadas, como los costos que arrojan el margen bruto, resultado de la diferencia de las ventas menos el costo de ventas, para obtener el margen operativo se ha analizado del cuadro Nro.13 que representa los gastos administrativos, el cuadro Nro.14 que representa los gastos comerciales y el cuadro Nro.17 que representa la determinación de la depreciación, todos estos se restan con el resultado del margen bruto, para obtener el margen operativo, como resultado final al margen operativo se le resta al impuesto a la renta calculado, el cual representa el margen neto, siendo positivo para cada año.

Cuadro 25

Cálculo de la tributación de Inversiones Romero 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)	10.0%	10.0%	10.0%
Tasa tributaria (IMPUESTO A LA RENTA)	10.00%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE			
Participación utilidades (menos de 20 trabajador)	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/38,372	S/94,910	S/191,901
HASTA 15 UIT 10%		S/66,000.00	S/66,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT		S/28,910.43	S/125,900.93
IMPUESTO DEL 10%		S/6,600.00	S/6,600.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/3,837.18	S/8,528.58	S/37,140.77
TOTAL	S/10,437.18	S/15,128.58	S/43,740.77

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.25, representa el cálculo realizado por el impuesto a la renta, afectos del presente plan de considera el 10%, al tratarse de una, empresa siempre y cuando que la utilidad antes de impuestos no supera las 15 unidades impositivas tributarias (UIT). En caso de exceder como sucede a partir del segundo año, por el exceso se pagará la tasa normal del 29.5% del impuesto a la renta. Solo el primer año la empresa debe pagar el 10% de las utilidades antes de impuestos, para el año dos y tres se excede el tope de 15 unidades impositivas tributarias, por lo que debe pagar el 29.5% de sus utilidades antes de impuestos.

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 26

Flujo de caja de Caja Económico de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.417,673	S/.553,834	S/.778,663	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.26,800				S/.11,320
Capital de trabajo	-S/.41,767	-S/.7,163	-S/.4,139	-S/.3,123	S/.56,192
Compras		-S/.208,836	-S/.276,917	-S/.389,332	
Gastos administrativos		-S/.131,428	-S/.144,570	-S/.160,994	
Gastos comerciales		-S/.26,760	-S/.27,960	-S/.29,760	
Pago impuestos		-4,549	-29,272	-57,058	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.68,567	S/.38,937	S/.70,976	S/.138,397	S/.67,512

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.26, muestra el flujo de caja económico del plan de negocios, los resultados finales, es decir los saldos arrojados, reflejan la circulación del efectivo del proyecto, así como las entradas y salidas del capital, producto del movimiento del negocio. El año cero es el año de la inversión motivo por el cual el saldo es negativo, para el resto de años los saldos son positivos. Lo cual significa que los ingresos del proyecto pueden cubrir los costos y los gastos, además, arrojan un excedente.

Cuadro 27

Flujo de caja de Caja Financiero de Inversiones Romero EIRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.417,673	S/.553,834	S/.778,663	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.26,800				S/.11,320
Capital de trabajo	-S/.41,767	-S/.7,163	-S/.4,139	-S/.3,123	S/.56,192
Compras		-S/.208,836	-S/.276,917	-S/.389,332	
Gastos administrativos		-S/.131,428	-S/.144,570	-S/.160,994	
Gastos comerciales		-S/.26,760	-S/.27,960	-S/.29,760	
Pago impuestos		-4,549	-29,272	-57,058	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.68,567	S/.38,937	S/.70,976	S/.138,397	S/.67,512
Préstamo recibido	S/.35,000				S/0
Amortización		-S/.11,667	-S/.11,667	-S/.11,667	
Gastos financieros		-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517	
Escudo fiscal		S/.712	S/.1,273	S/.447	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.33,567	S/.20,865	S/.56,266	S/.125,661	S/.67,512
FCE	-S/.68,567	S/.38,937	S/.70,976	S/.205,909	
FCF	-S/.33,567	S/.20,865	S/.56,266	S/.193,173	

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.27 muestra el flujo de caja financiero que representa la rentabilidad del plan a efectos del análisis de los costos, se ha considerado un préstamo de S/.35,000.00 a una TECA del 2%, en 36 meses. El flujo de caja financiero muestra que la empresa cuenta con capacidad para cumplir holgadamente con el préstamo financiero.

Cuadro 28

Ratios de medición de la renta de la empresa Inversiones Romero EIRL (%)

	Año 1	Año 2	Año 3
ROI	66%	104%	117%
ROE	102.88%	117.15%	100.19%

Fuente: elaboración propia

El cuadro 28, se puede apreciar la medición de la rentabilidad de la inversión de Inversiones Romero EIRL. En primer punto el análisis del ROI (Return on investment) retorno de la inversión el cual muestra que para el primer año será del 66%, 104% para el segundo año y para el

tercer año del 117%, con lo cual se demuestra el rendimiento de la inversión para los tres años.

Por otro lado, analizamos el ROE (Return on Equity) que es la rentabilidad financiera para el proyecto, el cual refleja el primer año 102.88%, para el segundo año 117.15% y para el tercer año 100.19%, con lo cual se demuestra que aun con el préstamo el proyecto es rentable. El mismo que ha sido resultado de la división entre la utilidad neta entre el patrimonio de la empresa Inversiones Romero EIRL.

Cuadro 29

Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Económica de Inversiones Romero EIRL (soles)

VAN Económico	S/.160,077
Tasa de descuento (CAPM)	13.82%
TIR Económica	92%
Índice B/C	3.33

Fuente: elaboración propia.

El cuadro Nro.29, se muestra la viabilidad del plan de negocios, el Valor actual neto resultado es de S/.160,077.00 que nos refleja que la cifra determinada en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por tanto, es recomendable llevar a cabo la inversión del proyecto. El valor mayor a cero indica que el proyecto arroja beneficio para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) del proyecto se define $TIR > COK$, la que refleja un 92%, tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad del capital (13.82%) que genera el capital invertido en el proyecto, considerando ambos ratios económicos (VAN y TIR) para el proyecto, es recomendable llevar a cabo la inversión.

Ambos ratios fueron calculados utilizando la tasa de descuento CAPM (asset pricing model), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad para los activos.

En cuanto al índice beneficio costo (B/C), nos muestra la relación que existe entre el beneficio y la inversión, se ha calculado en el presente el proyecto es de S/.3.33, que significa por cada sol invertido la empresa obtendrá S/.3.33 de beneficio.

Cuadro 30

Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Financiero de Inversiones Romero EIRL (soles)

VAN Financiero	138,005
Tasa de descuento (WACC)	19.09%
TIR Financiero	136%
Indice B/C	5.11

Fuente: elaboración propia.

El cuadro Nro.30, se detalla el Valor Actual Neto Financiero (VANF) que es S/.138,005.00, el monto calculado en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por ducho motivo es recomendable llevar a cabo la inversión. Un valor mayor a cero indica que el negocio presenta beneficio respecto a la inversión para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) del plan se define $TIR=COK$, es de 136%, tasa porcentual que indica una rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad de capital que genera el capital invertido en el plan, teniendo en cuenta el análisis del VANF y la TIRF.

Para el presente plan de negocios, se recomienda llevar acabo la inversión, cabe señalar que para el análisis del VAN y TIR financiero se ha calculado utilizando la tasa de descuento WACC (Weighted Average Cost of Capital), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad incorporando el préstamo, como se puede ver, aun considerando el préstamo financiero el proyecto arroja una rentabilidad futura que hace atractiva la inversión.

VI. CONCLUSIONES:

- a. En cuanto al plan de marketing se ha elaborado considerando la necesidad del cliente, es decir en el consumidor de los productos de la empresa, quien desea degustar la variedad de platos, con una exquisita sazón, a un precio accesible, con productos de calidad y cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad que se exigen en estos tiempos.
- b. El plan de operaciones de la empresa es sencillo. Los clientes potenciales tienen con la posibilidad de contar con un producto a precio accesible y en el tiempo oportuno. Se cuenta con la fuente de aprovisionamiento de calidad, la que nos garantiza la correcta elaboración de los platos a ofertar.
- c. En cuanto al plan de recursos humanos, los trabajadores contarán con todos los beneficios que otorga la ley. Se han determinado funciones específicas para cada puesto en la empresa. Se contará con un ambiente de trabajo donde prime el respeto y considerar a la persona. La estructura orgánica es simple, diseñada para una micro y pequeña empresa.
- d. Los ratios económicos y financieros, determinados en el plan económico y financiero, confirman la viabilidad del proyecto, confirman la rentabilidad del mismo. El Valor Actual Neto es s/.160,077 y la Tasa Interna de Retorno es 92%, el índice Beneficio-Costo está en s/.3.33.

BIBLIOGRAFÍA:

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

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). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2020) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

Kotler, P. 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.

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

Rockcontent (2018), *“El Marketing”*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.

Rockcontent (2018). *El Marketing*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.

Sunat.gob.pe

Emprendimiento.com