



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO LAS DELICIAS DE CENI  
RESTOBAR NAUTA, 2022**

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

**AUTORES:**

**REATEGUI CORREA, FIORELA VANESSA  
PEZO ZAVALA, LUZ AMERICA SALEM**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS**

**IQUITOS – PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A mi hijo, quien es mi motor y motivo para seguir creciendo profesionalmente, a mi esposo que es mi apoyo incondicional, a mi papá que está en el cielo por sus enseñanzas y a mi mamá por sus consejos.

**Fiorela Vanessa.**

A mis padres, por haberme formado con buenos sentimientos, hábitos y grandes valores, que me permitieron ser perseverante y seguir adelante. A mi Dios todo poderoso por no abandonarme en el arduo camino y colocarme las personas indicadas.

**Luz América Salem.**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por brindarnos vida y salud, a nuestros queridos docentes de la Universidad Científica del Perú por inculcarnos enseñanza y orientación en el transcurso de nuestra carrera.

A nuestra familia por ser el motor y motivo para poder concluir nuestro Plan de Negocio.

**Las autoras.**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE  
NEGOCIOS



## ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 012-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 20 de enero de 2023, se autorizó la sustentación para el día martes 24 de enero de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 23 de enero se constituyó de modo presencial Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS LAS DELICIAS DE CENI RESTOBAR NAUTA, 2022.

Presentado por:

REATEGUI CORREA FIORELA VANESSA  
Para optar el título profesional de Contador Público

PEZO ZA VALETA LUZ AMERICA SALEM  
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 MAYORIA.

A las 12:30 PM. horas culminó el acto público.

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

CPC. Luis Alberto Barriga Roa  
Presidente del Jurado

CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mgr.  
Miembro del Jurado

Lic. Adm. Jacobo Díaz Meléndez  
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú  
065 - 261088 / 065 - 262240  
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto – Perú  
042-564903  
Av. Aviación N° 226-228

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:

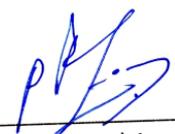
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIO LAS DELICIAS DE CENI RESTOBAR NAUTA, 2022"**

De los alumnos: **REATEGUI CORREA FIORELA VANESSA Y PEZO ZAVALETA  
LUZ AMERICA SALEM**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la  
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **11% de plagio**.

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

San Juan, 10 de Octubre del 2022.



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

CJRA/ri-a  
440-2022

## Document Information

<b>Analyzed document</b>	UCP_contabilidadyfinanzas_2022_TSP_LuzPezo_FiorellaReategui_V1.pdf (D145051304)
<b>Submitted</b>	2022-09-28 16:51:00
<b>Submitted by</b>	Comisión Antiplagio
<b>Submitter email</b>	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
<b>Similarity</b>	11%
<b>Analysis address</b>	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

## Sources included in the report

<b>SA</b>	<p><b>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Delly Monge y Patricia Novoa_Administración_V1.pdf</b></p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Delly Monge y Patricia Novoa_Administración_V1.pdf (D122275370)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		<b>1</b>
<b>SA</b>	<p><b>Universidad Científica del Perú / ucp_Administración_2021_TSP_MagalyMurrieta y DoraYoplack_V1.pdf</b></p> <p>Document ucp_Administración_2021_TSP_MagalyMurrieta y DoraYoplack_V1.pdf (D134344232)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		<b>2</b>
<b>SA</b>	<p><b>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf</b></p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf (D110881565)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		<b>1</b>
<b>SA</b>	<p><b>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf</b></p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf (D112250802)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		<b>1</b>
<b>SA</b>	<p><b>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Victor Diaz y Gaudencio Quiroz_Administración_Contabilidad_V1.pdf</b></p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Victor Diaz y Gaudencio Quiroz_Administración_Contabilidad_V1.pdf (D111430288)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		<b>1</b>

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA _____	ii
AGRADECIMIENTO _____	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN _____	iv
HOJA DE ANTIPLAGIO _____	v
ÍNDICE DE CONTENIDO _____	vii
ÍNDICE DE FIGURAS _____	ix
ÍNDICE DE TABLAS _____	x
RESUMEN _____	10
ABSTRACT _____	11
I. INFORMACIÓN GENERAL _____	12
1.1 Nombre del negocio _____	12
1.2 Actividad empresarial _____	13
1.3 Idea de negocio _____	13
II. PLAN DE MARKETING _____	14
2.1 Necesidades de los clientes _____	14
2.2 Demanda actual y tendencias _____	19
2.3 Oferta competitiva _____	20
2.4 Programa de marketing _____	21
2.4.1. El producto _____	21
2.4.2. El precio _____	23
2.4.3. La promoción _____	24
2.4.4. La cadena de distribución _____	25
III. PLAN DE OPERACIONE _____	26
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento _____	26
3.2 Descripción del proceso productivo _____	26
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS _____	28
4.1 La organización _____	28
4.2 Puestos, funciones y requisitos _____	28
4.3 Condiciones laborales _____	30
4.4 Régimen tributario _____	30
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO _____	32

5.1. Estudio económico _____	32
5.1.1 Mercado y ventas _____	32
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos _____	33
5.1.3 Gastos de venta _____	31
5.2. Estudio financiero .....	34
5.2.1 Inversiones _____	34
5.2.2 Financiamiento .....	33
5.2.3 Flujo de caja .....	38
CONCLUSIONES _____	41
BIBLIOGRAFÍA _____	42

## ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura 1. Macro y micro localización de la empresa.....	12
Figura 2. Grupo de amigos cenando .....	15
Figura 3. Grupo de amigos cenando .....	15
Figura 4. Carta menú del negocio.....	22
Figura 5. Flyer para la publicidad del negocio... ..	22
Figura 6. Logo del negocio... ..	23
Figura 7. Pizzas y hamburguesas que ofrece el negocio.....	23
Figura 8. Cadena de distribución directa .....	25
Figura 9. Descripción del proceso productivo.....	27
Figura 10. Procesos principales o claves y de apoyo en los restaurantes. ....	27
Figura 11. Organigrama de la empresa.....	28

## ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 01. Clasificación industrial internacional uniforme.....	13
Cuadro 02. Mercado total poblacional, ciudad de Nauta, año 2022.....	19
Cuadro 03. Mercado por zona de residencia, ciudad de Nauta, 2022.....	19
Cuadro 04. Mercado por grupo de edades, ciudad de Nauta, año 2022.....	20
Cuadro 05. Mercado por condición socio-económica, ciudad de Nauta, 2022..	20
Cuadro 06. Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Nauta, año 2022....	20
Cuadro 07. Negocios con giros similares, ciudad de Nauta, 2022.....	21
Cuadro 08. Precio de los platos.....	24
Cuadro 09. Funciones del personal del negocio.....	28
Cuadro 10. Demanda del negocio a desarrollar.....	32
Cuadro 11. Venta de los productos de Ceni Inversiones SRL.....	32
Cuadro 12. Costo de ventas de Ceni Inversiones SRL (soles).....	33
Cuadro 13. Gastos administrativos de Ceni Inversiones SRL (soles).....	33
Cuadro 14. Gastos comerciales de Ceni Inversiones SRL (soles).....	34
Cuadro 15. Gastos pre operativos de Ceni Inversiones SRL (soles).....	34
Cuadro 16. Inversión en activos de Ceni Inversiones SRL (soles).....	34
Cuadro 17. Depreciación de los activos de Ceni Inversiones SRL (soles).....	35
Cuadro 18. Costo laboral (%) .....	35
Cuadro 19. Programa de endeudamiento primer año.....	35
Cuadro 20. Programa de endeudamiento segundo año.....	36
Cuadro 21. Programa de endeudamiento tercer año.....	36
Cuadro 22. Capital de trabajo de Ceni Inversiones SRL (soles).....	37
Cuadro 23. Estado de situación financiera de Ceni Inversiones SRL (soles)...	37
Cuadro 24. Estado de resultados integrales de Ceni Inversiones (soles).....	38
Cuadro 25. Cálculo de la tributación de Ceni Inversiones SRL (soles).....	38
Cuadro 26 Flujo de caja económico de Ceni Inversiones SRL (soles) .....	39
Cuadro 27. Flujo de caja financiero de Ceni Inversiones SRL (soles).....	39
Cuadro 28. VAN, TIR Y B/C económico de Ceni Inversiones SRL (soles).....	39
Cuadro 29. VAN, TIR Y B/C financiero de Ceni Inversiones SRL (soles).....	40

## RESUMEN

Plan de Negocio “Las Delicias de Ceni” Resto Bar Karaoke Nauta, 2022”.

Fiorella Vanessa, Reátegui-Correa.

Luz América Salem, Pezo-Zavaleta.

El presente proyecto se encuentra en el rubro servicios y tiene por finalidad constituir una empresa dedicada al rubro de comida (pizza y hamburguesas), bebidas y karaoke.

El estudio de mercado determinó varias necesidades de los clientes para satisfacer con la ejecución del presente Plan de Negocio, se contará con el servicio delivery.

En el estudio técnico ha permitido determinar la fuente de aprovisionamiento de la empresa, el mismo que se desarrollará en la ciudad de Iquitos. En cuanto a el proceso elaboras presentan como fin elaborar un producto de calidad que supere las expectativas de los clientes.

En cuanto al estudio económico y financiero, los estados financieros arrojan ratios positivas, alentadores, que confirman la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: plan de negocios, karaoke, hamburguesa, pizzas, platos, delivery.

## **ABSTRACT**

Business Plan “Las Delicias de Ceni” Resto Bar Karaoke Nauta, 2022”.

Fiorella Vanessa, Reategui-Correa.

Light America Salem, Pezo-Zavaleta.

This project is in the services category and its purpose is to establish a company dedicated to the food category (pizza and hamburgers), drinks and karaoke.

The market study determined several customer needs to satisfy with the execution of this Business Plan, there will be a delivery service.

In the technical study, it has allowed to determine the supply source of the company, the same one that will be developed in the city of Iquitos. As for the processes you elaborate, they present as an end to elaborate a quality product that exceeds the expectations of the clients.

Regarding the economic and financial study, the financial statements show positive, encouraging ratios that confirm the viability of the project.

Keywords: business plan, karaoke, hamburger, pizzas, dishes, derlivery.

## CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1. Nombre del negocio.

Nombre **comercial**: Las Delicias de Ceni, resto bar

Razón social: Ceni Inversiones S.R.L

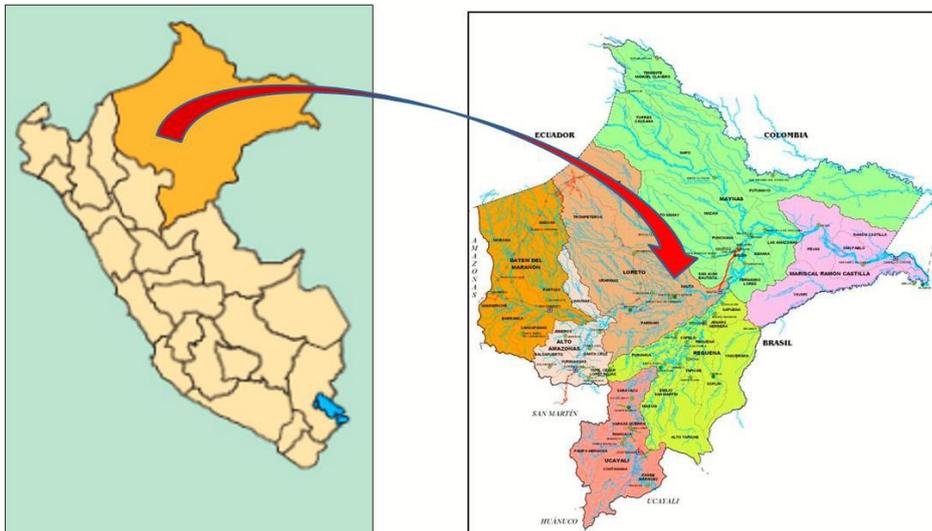
Sector de la actividad: restaurante, bar.

Localización: calle Marañón Nro.343 - 2do.piso, distrito de Nauta, provincia de Loreto, región Loreto.

Actividad: servicio

**Figura 1**

**Macro y micro localización de la empresa**



Fuente: [www.google.com/search?q=provincias+que+componen+la+region+loreto](http://www.google.com/search?q=provincias+que+componen+la+region+loreto)

### 1.2. Actividad empresarial

Líneas siguientes se detalla la clasificación industrial internacional uniforme-CIIU, con relación a la actividad que desarrolla la empresa:

## Cuadro 1

### Clasificación industrial internacional uniforme – (CIU) de la empresa

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: INEI - Clasificación industrial internacional uniforme

### 1.3. Idea de negocio

La puesta en marcha del presente proyecto pretende saciar la necesidad de alimentación de las personas, como la cena. También, satisfacer la necesidad de degustar nuevos preparados de pizzas y/o hamburguesas y la necesidad de integración familiar, con los amigos, compañeros de trabajo y con la pareja. Además, se busca satisfacer la necesidad de saciar la sed con bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y la necesidad de sentirse bien interpretando un tema musical.

Los segmentos a los cuales se busca llegar son las familias, amigos, compañeros de trabajo, parejas en un lugar donde se pueda romper la rutina del día a día. Personas entre los 25 a 60 años de edad, quienes cuenten con ingresos dependientes e independientes de los segmentos económicos C y D.

La oferta consiste en la elaboración y venta de platos, a través de una cartera selecta del menú diario. También, la comercialización de refrescos, gaseosas, cerveza y licores. Además, se contará con el servicio de karaoke y música en vivo. En un local amplio, ventilado con parque de motos, seguridad para los cliente. Se contarán con el servicio delivery y se podrán cancelar con todos los medios de pagos.

## **CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING**

### **2.1. Necesidades de los clientes**

A continuación, se procede a detallar las necesidades que se busca satisfacer con el presenta plan de negocios:

- a) **Necesidad de alimentación de las personas.**  
Se requiere de diversos niveles de nutrientes en el cuerpo para tener la energía en la vida diaria y en el trabajo. Además, debemos restaurar las energías de nuestro cuerpo, el que se desgastan con las actividades básicas que realizamos diariamente.
- b) **Necesidad de conocer nuevos platos alimenticios**  
Las personas desean probar nuevos platos fuera del hogar, con diversos ingredientes, nuevos sabores y en un ambiente acogedor; unos con la familia y otros con los amigos o compañeros de trabajo.
- c) **Necesidad de integración familiar**  
El tiempo que comparten juntos en la mesa les da la oportunidad de tener conversaciones importantes. Es el momento de contar historias y compartir experiencias y también de aprender destrezas sociales tales como el comportamiento en la mesa y el saber tomar turnos.
- d) **Necesidad de saciar la sed**  
Para apaciguar la sed debemos tomar cualquier bebida que contenga agua (bebidas gaseosas o alcohólicas) o alimentos ricos en agua (frutas y verduras). Las bebidas con gas pueden tomarse más frías y se degluten más rápidamente para saciar la sed.
- e) **Necesidad de cantar**  
El acto de cantar hace que el cuerpo libere endorfinas, que están asociadas con el placer. Cantar nos obliga a hacer respiraciones profundas, que a su vez aumentan el flujo sanguíneo en el cuerpo así

como el efecto de las endorfinas. No solo cantar, también es bueno para salud escuchar música.

**Figura 2**  
**Grupo de amigos cenando**



Fuente: [google.com/search?q=personas+mayores+cenando&tbm=isch&ved](https://www.google.com/search?q=personas+mayores+cenando&tbm=isch&ved)

**Figura 3**  
**Grupo de amigos cantando**



Fuente: [google.com/search?q=grupos+de+amigos+cantando+en+un](https://www.google.com/search?q=grupos+de+amigos+cantando+en+un)

Battever, (2019), sostiene que en nuestros tiempos el consumidor es más exigente que antes. Y, con la aparición de las nuevas tecnologías,

cada vez son más las necesidades del cliente a cubrir en los establecimientos abiertos al público.

A pesar de que requiere de un gran esfuerzo para los profesionales, también puede ser una muy buena oportunidad para diferenciarte de la competencia y conseguir una mayor fidelización.

Se debe tener en cuenta cinco pasos:

- a. **Servicio al cliente:** la experiencia del cliente comienza desde el primer momento que entran al establecimiento. Por encima de todo, se debe evitar cualquier situación molesta o incómoda que pueda suceder entre los camareros y los comensales. Para ello, es importante adaptarse a cada tipo de cliente. Habrá algunos que se muestren dispuestos a mantener una conversación y otros que prefieren una interacción más limitada. Pero, en definitiva, se trata de identificar el tipo de comunicación adecuada para cada momento.

**Se recomienda:**

- Saludar en cuanto aparezcan por la puerta.
- Tratar de no interrumpirles en mitad de una conversación.
- Escuchar atentamente y mantenerse atento a sus necesidades.
- Tener paciencia con aquellos comensales más indecisos.
- Permanecer dispuesto a repetir la información necesaria.
- Agradecer las sugerencias recibidas y tenerlas en cuenta para un futuro.
- Ofrecer diferentes formas de pago.
- Tener un conocimiento amplio de los platos de la carta ante cualquier duda, sobre todo para aquellos clientes que no pueden tomar ciertos alimentos.

**b. Incorporar tecnología que cubra las necesidades:** se está produciendo un cambio hacia la transformación digital en la gran mayoría de establecimientos hosteleros. La tecnología no solamente ofrece herramientas para una mejor gestión del negocio, sino que además aporta soluciones que cubren las necesidades más importantes de hoy en día para los clientes.

Algunas a considerar son:

- **Pedidos on-line:** Este sistema permite realizar la orden rápidamente desde casa utilizando únicamente un dispositivo conectado a internet. Es altamente recomendable y efectivo tener presencia en las famosas aplicaciones que se dedican a la distribución de comida.
- **Servicio gratuito de Wifi:** Tener acceso a internet mediante Wifi, se ha convertido en unos de los servicios más demandados por los clientes en los establecimientos. Sin duda alguna, es importante cubrir la necesidad de los comensales de estar conectados.
- **Estaciones de carga para móviles:** Este apartado está bastante relacionado con el anterior. Ya que, si nos quedamos sin batería en el móvil, no podemos hacer uso de nuestros dispositivos para comunicarnos y mantenernos en línea.

**c. Comida y bebida:**

Puede que suene un poco evidente, pero en la mayoría de los casos este es el servicio más importante que un cliente espera recibir en un restaurante. Como se sabe, una comida deliciosa y bien presentada ganará puntos de cara al comensal. Algunas preguntas que nos debemos plantear: ¿La comida a ofrecer va en consonancia con la imagen que proyecta el local? ¿La carta cumple con la oferta que el tipo que el cliente desea consumir? ¿Los precios de los platos y las bebidas son soportables para el público?

Y en efecto, esto es algo a tener en cuenta antes de abrir un local de comida. Por ejemplo, hay clientes que prefieren que la comida sea simple, casera y de buen sabor, que elegante y moderna. O procurar tener diferentes rangos de precio, sobre todo en la carta de vinos.

- d. **Soluciona los problemas antes posibles:** el último paso para dar un excelente servicio al cliente y satisfacer las necesidades de los comensales en su totalidad, es la habilidad y rapidez que tengas para tratar los problemas y quejas con los clientes. Por mucho se intente evitarlo y se hagan las cosas muy bien, algo puede salir mal en cualquier momento. Por ello, es importante tener un plan de actuación ante los distintos contratiempos, para que el cliente calme su ira y el problema no llegue a más.

En primer lugar, escuchar atentamente el problema sin interrumpir. Reconocer el error y mantener la calma. Evitar que la situación se convierta en un drama. En segundo lugar, tratar de negociar una solución que sea aceptable para ambos y recompénsale.

Por último, tratar con amabilidad al comensal hasta el final y no olvidar de disculparte de nuevo.

- e. **El ambiente del restaurante:**

Aunque si es cierto que un buen servicio al cliente favorece un mejor ambiente dentro del restaurante, existen más factores que influyen en la creación de un buen entorno.

**Entre ellos, se encuentran:**

- La decoración: Los colores y la imagen del restaurante tienen que ir en consonancia con lo que se desea transmitir y el tipo de comida a ofrecer.

- La música: Es un magnífico recurso para generar el ambiente deseado. Hay música para todos los estilos, ya sea restaurantes de lujo, románticos, temáticos, Fast food, etc...
- La iluminación: Dependerá de los objetivos, pero lo más recomendable es que apostar por una iluminación tenue para transmitir un ambiente acogedor a los comensales.

## 2.2. Demanda actual y tendencias

Para la elaboración de la proyección de la demanda, los cuadros han sido elaborados con la información brindada por el Instituto de Estadística e Informática – INEI:

Se ha determinado las siguientes características:

- Personas que residen en la ciudad de Nauta
- Personas de los segmentos socio-económicos B y C.
- Personas que formar familias y acostumbran a cenar fuera de casa
- Personas que dejan el lado individual y salen en parejas, grupo de amigos, de compañeros de trabajo para cenar fuera de casa.

**Cuadro 2**

### Mercado total poblacional, ciudad de Nauta, año 2022

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio	Personas al 2022 (proyectada)
Distrito Nauta	65,960	71,232	0.966%	75,461
<b>Población mercado ciudad Nauta</b>	<b>65,960</b>	<b>71,232</b>	<b>0.966%</b>	<b>75,461</b>

Fuente: INEI

**Cuadro 3**

### Mercado por zona de residencia, ciudad de Nauta, año 2022

	urbana (participación)	Personas
Distrito Nauta	95.00%	71,688
<b>Población por residencia, ciudad Nauta (al 2022)</b>		<b>71,688</b>

Fuente: INEI

#### Cuadro 4

##### Mercado por grupo de edades, ciudad de Nauta, año 2022

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Nauta (%)	20.80%	20.58%	41.38%
Población por edades, ciudad Nauta (2022)	14,911	14,756	29,668

Fuente: INEI

#### Cuadro 5

##### Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Nauta, año 2022

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Nauta	0.0%	-
Segmento C ciudad de Nauta	14.1%	4,183
Segmento D ciudad de Nauta	15.4%	4,569
Segmento E ciudad de Nauta	0.0%	-
<b>Población objetivo socio económico, ciudad Nauta (2022)</b>	<b>29.5%</b>	<b>8,752</b>

Fuente: INEI

#### Cuadro 6

##### Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Nauta, año 2022

Producto	Numero de veces al año	Demanda
Promedio de personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Nauta (al 2022)		1,740
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)		626,384

Fuente: INEI

### 2.3. Oferta competitiva

Se determinó la oferta competitiva de la venta de pizzas y hamburguesas, considerando el servicio delivery, encontrándose los siguientes negocios con giros similares.

En el cuadro 07, se puede detallar el resultado de la investigación realizada de los negocios similares, encontrándose una variedad de negocios al propuesto en el presente proyecto, dentro de ellos hemos encontrado:

**Cuadro 7**  
**Negocios con giros similares, ciudad de Nauta, 2022**  
**(Soles)**

Producto	Detalle	Negocios similares		
		Doña Teo	Las esquina	Don checho
Pizzas	Unidad	S/15.00	S/10.00	S/15.00
Hamburguesas	Unidad	S/6.00	S/6.00	S/7.00

Fuente: elaboración propia

## **2.4. Programa de marketing**

### **2.4.1. El producto**

La empresa ofrece una variedad de pizzas, hamburguesas y bebidas, alcohólicas y no alcohólicas, refrescos, también se brindará a través del servicio delivery. Se priorizará el uso de envases biodegradables. Además, se brindará el servicio de Karaoke con una nutrida carta de temas del ayer y hoy.

El producto y/o servicio a ofrecer que tenemos son los siguientes:

- a) Pizzas en diferentes presentaciones y sabores
- b) Hamburguesas simples y especiales
- c) Gaseosas, agua, cervezas y cocteles
- d) Karaoke

**Figura 4**  
**Carta menú del negocio**



Fuente: elaboración propia

**Figura 5**  
**Flyer para la publicidad del negocio**



Fuente: elaboración propia

**Figura 6**  
**Logo del negocio**



Fuente: elaboración propia

**Figura 7**  
**Pizzas y hamburguesas que ofrece el negocio**



Fuente: elaboración propia

#### **2.4.2. El precio**

Se contará con una carta que incluya los precios de los platos, bebidas y servicios que brinda la empresa:

**Cuadro 8**  
**Precio de los platos**

<b>Productos</b>	<b>Precio promedio - Individual (soles)</b>
Pizza americana	S/ 10.00
Pizza hawaiana	S/ 14.00
Pizza cabanossi	S/ 14.00
Pizza regional	S/ 15.00
Pizza especial	S/ 16.00
Hamburguesa simple	S/ 5.00
Hamburguesa royal	S/ 8.00
Hamburguesa chorizo parrillero	S/ 9.00
Gaseosas	S/ 4.00
Agua	S/ 4.00
Cervezas	S/ 10.00
Cocteles	S/ 15.00

Fuente: elaboración propia

### 2.4.3. La promoción

En cuanto a la promoción se ha considerado lo siguiente:

**Descuentos:** se puede ofrecer un 15% de descuento y promociones en la cerveza, en la comida, en karaokes variados al gusto de nuestro fiel cliente etc.

**Publicidad:** marketing local o de proximidad

Algunos ejemplos son:

- a) Utilizar las redes sociales como Facebook o Instagram: crear una página web sobre el negocio, donde se pueda subir fotos de calidad sobre los eventos, la comida, etc. Luego promocionar el negocio invitando a la clientela.

- b) Participar en eventos locales
- c) Anunciar en el periódico local de tu ciudad o pueblo
- d) Campaña de flyer's

#### **2.4.4. La cadena de distribución**

La cadena de distribución será directa, significa que entre la empresa y los clientes no habrá intermediarios. Que quiere decir que la cadena de distribución será directa.

Los pedidos a servicio domiciliario se entregarán, a través de una movilidad propia.

**Figura 8**  
**Cadenas de distribución directa.**



Tomado: Facebook "Quiero mi postre py"

## **CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES**

### **3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento**

Nuestro negocio previamente se abastece de recursos, materiales e insumos para el correcto desarrollo de su actividad

Dentro de nuestros posibles proveedores tenemos:

- a) Distribuidora Bonanza, para la adquisición de cervezas
- b) Novedades Andreita con insumos para licores
- c) Multiservicios Lander, con insumos alimenticios

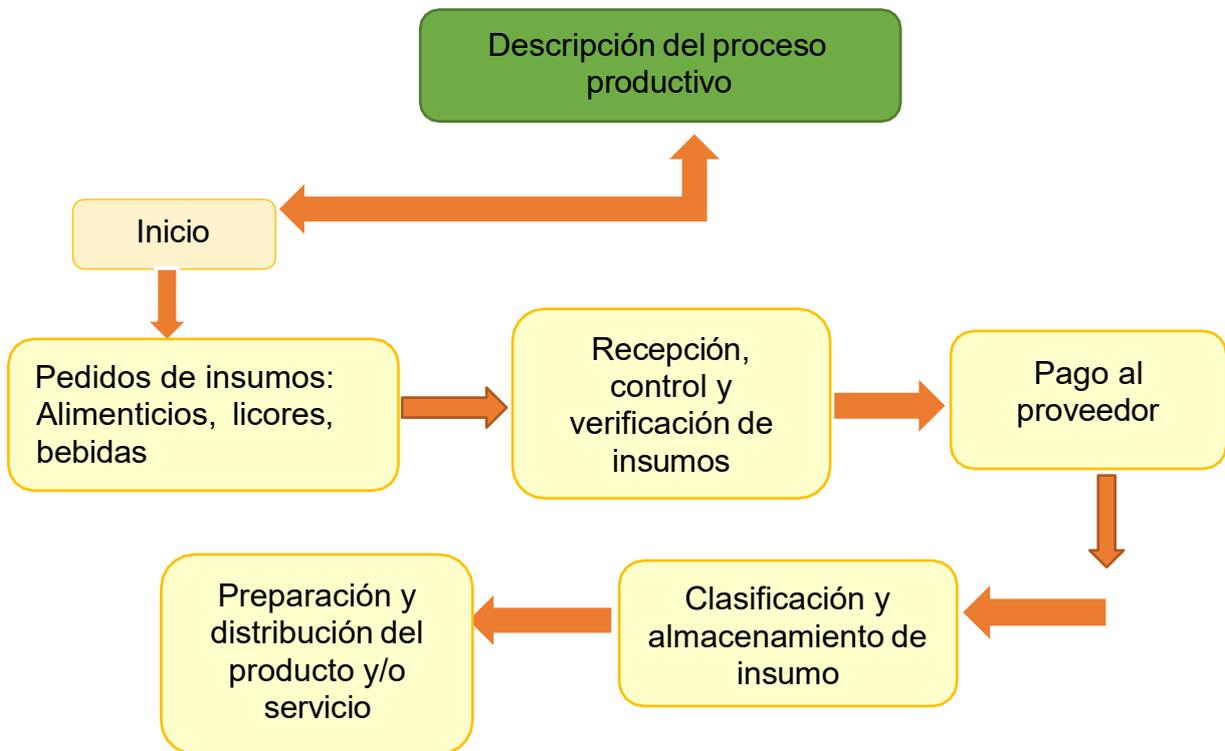
Para la selección de nuestros proveedores analizamos y evaluamos la mejor alternativa en calidad y precio teniendo en cuenta también el cumplimiento del plazo de entrega acordado.

### **3.1. Descripción del proceso productivo**

Nuestro proceso productivo se inicia con la compra de insumos (insumos alimenticios tales como: pan, carne, tocino, verduras, salsa para pizza, queso mozzarella, jamón, hot dog, huevo, chorizo y más; insumos para la preparación de licores como: algarrobina, pisco, limón, durazno, vodka, tequila, cachaza, ron, etc. seguidamente recibimos y verificamos el perfecto estado y fecha de vencimiento de la materia prima para luego poder pasar a la preparación de nuestros platos y bebidas.

Finalmente, nuestros productos pasaran a ser colocado en un lugar sin humedad y a una temperatura templada para luego ser servido o llevado listos mediante delivery a los clientes.

**Figura 9**  
**Descripción del proceso productivo**



Fuente: elaboración propia

**Figura 10**  
**Procesos principales o clave y de apoyo en un restaurante**

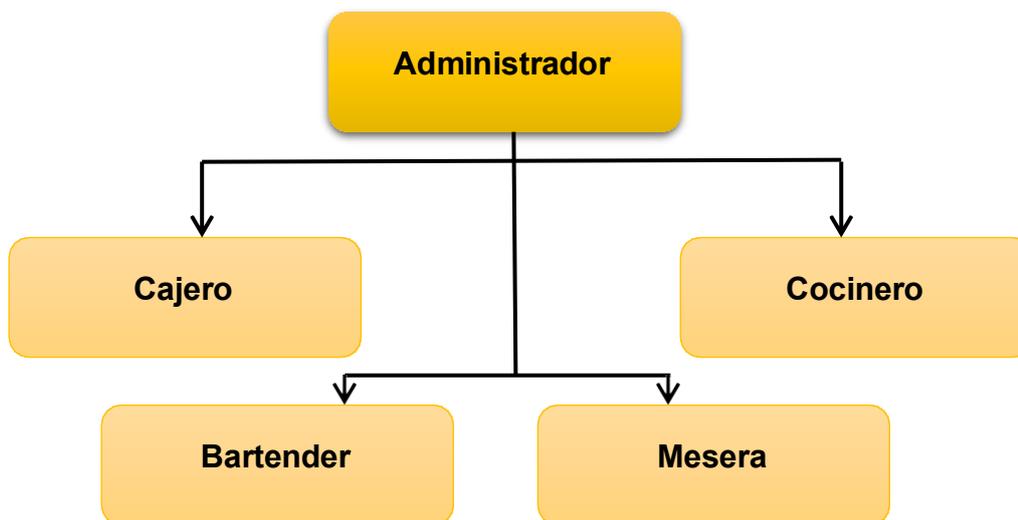


Tomado: mapa de procesos de un restaurante - gestionar fácil

## CAPITULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1. La organización

**Figura 11**  
**Organigrama de la empresa**



Fuente: elaboración propia

### 4.2. Puestos, funciones y requisitos

**Cuadro 9**  
**Funciones del personal del negocio**

Puesto	Funciones	Requisitos
Administrador	<p>a. Planificación: identificar las necesidades diarias y principales y enseguida establecer estrategias de trabajo.</p> <p>b. Organización: supervisar y evaluar el lugar y el trabajo de los colaboradores bajo su cargo.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Profesional de carreras de administración.</li><li>✓ Experiencia mínima en manejo de personal de 2 años.</li><li>✓ Capacidad de solucionar problemas administrativos, financieros y comerciales.</li></ul>

	<p>c. Dirección: dirigir eficientemente el negocio y establecer las funciones de cada trabajador</p> <p>d. Control: controlar y manejar de manera adecuada el efectivo entrante y saliente (gastos e ingresos) de cada área. (cocina, bar, karaoke, mantenimiento del local etc.)</p>	<p>✓ Ser creativo.</p>
Cajero	<p>Debe recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo, a fin de lograr la recaudación de ingresos de pago por el servicio brindado.</p>	<p>✓ Educación en bachiller, curso de contabilidad general, cursos para cajeros.</p>
Cocinero	<p>a. Revisa los materiales e insumos a utilizar</p> <p>b. Prepara los platos que pidieron los clientes.</p> <p>c. Mantener limpio su lugar de trabajo.</p>	<p>✓ Formación culinaria oficial.</p> <p>✓ Experiencia.</p> <p>✓ Capacidad de manejar múltiples proyectos al mismo tiempo.</p>
Bartender	<p>a. Recepcionar los pedidos de bebidas y cocteles.</p> <p>b. Requerir en forma oportuna los insumos faltantes.</p> <p>c. Mantener su zona de trabajo limpia y ordenada.</p>	<p>✓ Manejar adecuadamente el stock de insumos, utilizando el método PEPS.</p>

Mesera	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Atender a los clientes con cortesía, saber saludar y presentarse con su nombre para la posterior atención.</li> <li>b. Debe conocer perfectamente la carta que se distribuye al cliente.</li> <li>c. Deberá tomar nota de las ordenes de pedido</li> <li>d. Alcanzar el monto por consumo al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actitud positiva.</li> <li>✓ Lenguaje corporal.</li> <li>✓ Higiene</li> <li>✓ Tolerancia con los clientes.</li> </ul>
--------	--	--

Fuente: elaboración propia

#### 4.3. Condiciones laborales

A todos los colaboradores de Ceni Inversiones S.R.L, se otorgará todos los beneficios que otorga 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 va inscribir como una micro empresa.

Se otorgarán uniforme como parte de los beneficios a los trabajadores, el que es obligatorio el uso. Las luces deben permanecer apagadas después del horario de trabajo.

Se va espetar la jornada laboral de ocho horas diarias y de 48 a la semana.

#### 4.4. Régimen tributario

Las micros y pequeñas empresas tienen 5 regímenes tributarios para que al constituirse o formalizarse puedan elegir, estos son:

- a. Rus
- b. Régimen especial
- c. Régimen general
- d. Régimen Mype Tributario
- e. Régimen de la Amazonia

Considerando nuestro Negocio como Micro empresa – MYPE, se acogerá al REGIMEN MYPE TRIBUTARIO, ya que este régimen fue creado para la micro y pequeña empresa. Siempre y cuando que las utilidades antes de impuesto no superen las 15 unidades impositivas tributarias.

Además, reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10%, para el cual debe cumplir la condición anterior. Sólo se llevarán los libros contables principales.

Si los ingresos netos no superan las 300 unidades impositivas tributarias (UIT), se deberá llevar los siguientes libros:

- Registros de ventas
- Registro de compras
- Libro diario en formato simplificado

Si los ingresos netos son desde 300 a 500 unidades impositivas tributarias (UIT), se deberá llevar los siguientes libros:

- Registros de ventas
- Registro de compras
- Libro diario
- Libro mayor

## CAPÍTULO V: PLAN ECONOMICO 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)	626,384		
Tendencia del mercado (platos)	0%	2%	3%
Demanda estimada (platos)	626,384	638,912	658,079
Participación de mercado (decisión empresa)	4.00%	5.00%	6.50%
Demanda del proyecto (platos)	25,055	31,946	42,775

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 11**

**Ventas de los productos de Ceni Inversiones SRL**

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (platos)	25,055	31,946	42,775
Precio venta (soles x plato)	15.00	15.00	15.60
Tendencia del precio en el mercado	0%	4%	5%
Precio de venta (soles x platos)	S/.15.00	S/.15.60	S/.16.38
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.375,831	S/.498,351	S/.700,657

Fuente: elaboración propia

### 5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

**Cuadro 12**  
**Costo de ventas de Ceni Inversiones SRL (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	25,055	31,946	42,775
Costo compra	S/7.00	S/7.28	S/7.64
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>S/175,388</b>	<b>S/232,564</b>	<b>S/326,973</b>

<b>Demanda en Platos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Pizza americana	7,200	8,640	10,440
Pizza Hawaiana	3,600	5,820	9,220
Hamburguesa simple	4,680	5,996	8,031
Hamburguesa royal	4,175	5,010	7,254
Gaseosa	5,400	6,480	7,830
<b>Total demanda</b>	<b>25,055</b>	<b>31,946</b>	<b>42,775</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 13**  
**Gastos administrativos de Ceni Inversiones SRL (soles)**

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 2,000
Cajero/mesera	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,200
Cocinero	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,200	S/. 1,400
Bartender	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,300	S/. 1,400
<b>Remuneraciones del personal</b>	<b>S/. 6,500</b>	<b>S/. 6,500</b>	<b>S/. 7,200</b>
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
<b>Remuneracion total mensual</b>	<b>S/. 7,356</b>	<b>S/. 7,356</b>	<b>S/. 8,148</b>
Servicios públicos	S/. 125	S/. 153	S/. 168
Utiles oficina	S/. 120	S/. 180	S/. 210
Servicio contable	S/. 300	S/. 400	S/. 500
Otros	S/. 250	S/. 300	S/. 350
<b>Total mensual</b>	<b>S/. 8,151</b>	<b>S/. 8,389</b>	<b>S/. 9,376</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.97,810</b>	<b>S/.100,666</b>	<b>S/.112,512</b>

Fuente: elaboración propia

## Cuadro 14

### Gastos comerciales de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 550.00	S/. 500.00	S/. 450.00
Alquiler local	S/. 500.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 280.00	S/. 200.00
Otros: Gas	S/. 360.00	S/. 420.00	S/. 450.00
Total mensual	S/. 1,710.00	S/. 1,800.00	S/. 1,700.00
TOTAL ANUAL	S/.20,520.00	S/.21,600.00	S/.20,400.00

Fuente: elaboración propia

## Cuadro 15

### Gastos pre operativos de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 900.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Otros gastos operativos	S/. 3,500.00			
Total	S/. 5,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

## 5.2 Estudio Financiero.

### 5.2.1 Inversiones de Ceni Inversiones SRL

## Cuadro 16

### Inversión en activos de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Congeladora	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Telvisor de 32 pulg.	S/. 1,500	3	S/. 4,500	5	S/. 900
Sillas	S/. 40	40	S/. 1,600	5	S/. 320
Mesas x juegos	S/. 800	10	S/. 8,000	5	S/. 1,600
Computadora	S/. 1,500	1	S/. 1,500	4	S/. 375
Impresora	S/. 900	1	S/. 900	4	S/. 225
Licuadaora	S/. 600	1	S/. 600	5	S/. 120
Horno electrico	S/. 2,500	1	S/. 2,500	4	S/. 625
Cocina semi industrial	S/. 2,000	1	S/. 2,000	4	S/. 500
Aire acondicionado	S/. 2,000	2	S/. 4,000	5	S/. 800
Equipo de sonido	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 10,000
Microfonos	S/. 200	4	S/. 800	4	S/. 200
Motocicleta	S/. 9,000	1	S/. 9,000	5	S/. 45,000
Total			S/. 39,400		S/. 16,065

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 17

#### Depreciación de los activos de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.39,400	-S/.16,065	-S/.16,065	-S/.16,065	-S/.8,795
Amortización activo intan	S/.5,000	-S/.1,000	-S/.1,000	-S/.1,000	S/.2,000
Total	S/.44,400	-S/.17,065	-S/.17,065	-S/.17,065	-S/.6,795

Fuente: elaboración propia

### 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

## 5.2.2 Financiamiento de Ceni Inversiones SRL

### Cuadro 19

#### Programa de endeudamiento primer año de Ceni Inversiones SRL. (Soles)

Deuda a tomar		S/. 60,000		
26.82% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	60,000	1,200	1,667	2,867
2	58,333	1,167	1,667	2,833
3	56,667	1,133	1,667	2,800
4	55,000	1,100	1,667	2,767
5	53,333	1,067	1,667	2,733
6	51,667	1,033	1,667	2,700
7	50,000	1,000	1,667	2,667
8	48,333	967	1,667	2,633
9	46,667	933	1,667	2,600
10	45,000	900	1,667	2,567
11	43,333	867	1,667	2,533
12	41,667	833	1,667	2,500
		12,200	20,000	

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 20

#### Programa de endeudamiento segundo año de Ceni Inversiones SRL. (Soles)

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	40,000	800	1,667	2,467
14	38,333	767	1,667	2,433
15	36,667	733	1,667	2,400
16	35,000	700	1,667	2,367
17	33,333	667	1,667	2,333
18	31,667	633	1,667	2,300
19	30,000	600	1,667	2,267
20	28,333	567	1,667	2,233
21	26,667	533	1,667	2,200
22	25,000	500	1,667	2,167
23	23,333	467	1,667	2,133
24	21,667	433	1,667	2,100
		7,400	20,000	

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 21

#### Programa de endeudamiento tercer año de Ceni Inversiones SRL.

(Soles)

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	20,000	400	1,667	2,067
26	18,333	367	1,667	2,033
27	16,667	333	1,667	2,000
28	15,000	300	1,667	1,967
29	13,333	267	1,667	1,933
30	11,667	233	1,667	1,900
31	10,000	200	1,667	1,867
32	8,333	167	1,667	1,833
33	6,667	133	1,667	1,800
34	5,000	100	1,667	1,767
35	3,333	67	1,667	1,733
36	1,667	33	1,667	1,700
		2,600	20,000	

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 22

#### Capital de trabajo de Ceni Inversiones SRL. (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.37,583	-S/.1,225	-S/.2,023	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,044	-S/.340	-S/.562	
Inventario					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.3,410	-S/.1,112	-S/.1,836	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.487	S/.159	S/.262	
<b>TOTAL</b>	<b>-S/.37,583</b>	<b>-S/.5,192</b>	<b>-S/.3,316</b>	<b>-S/.2,135</b>	<b>S/.48,227</b>

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 23

#### Estado de situación financiera de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/37,583	S/87,983	S/182,012	S/335,220
Caja Bancos	S/37,583	S/78,244	S/157,951	S/308,761
Cuentas por cobrar		S/1,043	S/14,253	S/14,815
Inventarios		S/8,696	S/9,808	S/11,644
Activo no corriente	S/44,400	S/27,335	S/10,270	S/6,075
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/81,983</b>	<b>S/115,318</b>	<b>S/192,282</b>	<b>S/341,295</b>
Pasivo corriente		S/487	S/646	S/908
Pasivo No Corriente	S/60,000	S/40,000	S/20,000	S/0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/60,000</b>	<b>S/40,487</b>	<b>S/20,646</b>	<b>S/908</b>
Patrimonio				
Capital	S/21,983	S/21,983	S/21,983	S/21,983
Utilidades retenidas		S/0	S/52,848	S/149,653
Resultado del ejercicio		S/52,848	S/96,805	S/168,750
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>S/21,983</b>	<b>S/74,831</b>	<b>S/171,636</b>	<b>S/340,386</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/81,983</b>	<b>S/115,318</b>	<b>S/192,282</b>	<b>S/341,294</b>

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 24

#### Estado de resultados integrales de Ceni Inversiones SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingresos por ventas</b>	S/.375,831	S/.498,351	S/.700,657
Costo ventas	-S/.175,388	-S/.232,564	-S/.326,973
<b>Margen Bruto</b>	<b>S/.200,443</b>	<b>S/.265,787</b>	<b>S/.373,684</b>
Gastos administrativos	-S/.97,810	-S/.100,666	-S/.112,512
Depreciación	-S/.17,065	-S/.17,065	-S/.17,065
Gastos comerciales	-S/.20,520	-S/.21,600	-S/.20,400
<b>Margen operativo</b>	<b>S/.65,048</b>	<b>S/.126,456</b>	<b>S/.223,707</b>
Gastos financieros	-S/.12,200	-S/.7,400	-S/.2,600
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>S/.52,848</b>	<b>S/.119,056</b>	<b>S/.221,107</b>
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/52,848	S/119,056	S/221,107
Pago impuesto a la renta	S/0	-S/.22,252	-S/.52,357
<b>Utilidad neta</b>	<b>52,848</b>	<b>96,805</b>	<b>168,750</b>

Fuente: elaboración propia

### Cuadro 25

#### Cálculo de la tributación de Ceni Inversiones SRL (soles)

<b>CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN</b>			
	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 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 2022	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,600	15	69,000
<b>Calculo del IR</b>	<b>S/52,848</b>	<b>S/119,056</b>	<b>S/221,107</b>
HASTA 15 UIT 10%		S/66,000.00	S/66,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT		S/53,056.42	S/155,106.83
IMPUESTO DEL 10%	S/5,284.80	S/6,600.00	S/6,600.00
IMPUESTO DEL 29.50%		S/15,651.65	S/45,756.51
<b>TOTAL</b>	<b>S/5,284.80</b>	<b>S/22,251.65</b>	<b>S/52,356.51</b>

Fuente: elaboración propia

### 5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

**Cuadro 26**

**Flujo de caja de Caja Económico de Ceni Inversiones SRL (soles)**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
<b>Ingresos por ventas</b>		<b>S/.375,831</b>	<b>S/.498,351</b>	<b>S/.700,657</b>	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.44,400				-S/.6,795
Capital de trabajo	-S/.37,583	-S/.5,192	-S/.3,316	-S/.2,135	S/.48,227
Compras		-S/.175,388	-S/.232,564	-S/.326,973	
Gastos administrativos		-S/.97,810	-S/.100,666	-S/.112,512	
Gastos comerciales		-S/.20,520	-S/.21,600	-S/.20,400	
Pago impuestos		-6,505	-37,305	-65,994	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.81,983</b>	<b>S/.70,416</b>	<b>S/.102,900</b>	<b>S/.172,643</b>	<b>S/.41,432</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 27**

**Flujo de caja de Caja Financiero de Ceni Inversiones SRL (soles)**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
<b>Ingresos por ventas</b>		<b>S/.375,831</b>	<b>S/.498,351</b>	<b>S/.700,657</b>	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.44,400				-S/.6,795
Capital de trabajo	-S/.37,583	-S/.5,192	-S/.3,316	-S/.2,135	S/.48,227
Compras		-S/.175,388	-S/.232,564	-S/.326,973	
Gastos administrativos		-S/.97,810	-S/.100,666	-S/.112,512	
Gastos comerciales		-S/.20,520	-S/.21,600	-S/.20,400	
Pago impuestos		-6,505	-37,305	-65,994	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.81,983</b>	<b>S/.70,416</b>	<b>S/.102,900</b>	<b>S/.172,643</b>	<b>S/.41,432</b>
Préstamo recibido	S/.60,000				S/.0
Amortización		-S/.20,000	-S/.20,000	-S/.20,000	
Gastos financieros		-S/.12,200	-S/.7,400	-S/.2,600	
<b>Escudo fiscal</b>		<b>S/.1,220</b>	<b>S/.2,183</b>	<b>S/.767</b>	
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>-S/.21,983</b>	<b>S/.39,436</b>	<b>S/.77,683</b>	<b>S/.150,810</b>	<b>S/.41,432</b>
FCE	-S/.81,983	S/.70,416	S/.102,900	S/.214,075	
FCF	-S/.21,983	S/.39,436	S/.77,683	S/.192,242	

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 28**

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

VAN Económico	S/.179,130
Tasa de descuento (CAPM)	18.55%
TIR Económica	107%
Índice B/C	3.18

Fuente: elaboración propia.

### Cuadro 29

#### Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Financiero de Ceni Inversione SRL (soles)

VAN Financiero	166,036
Tasa de descuento (WACC)	22.64%
TIR Financiero	251%
Indice B/C	8.55

Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIONES:

- a. El plan de marketing ha sido diseñado teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, quien es el consumidor de los productos y servicios. Con el presente proyecto se va satisfacer varias necesidades determinadas en la presente investigación.
- b. En cuanto al plan de operaciones se ha determinado de manera sencilla, con procesos cortos y eficientes. Los clientes prospectos cuentan con la posibilidad de adquirir un producto a precio razonable en el tiempo oportuno. Se ha determinado la fuente de aprovisionamiento la que garantiza proveer productos de calidad para la correcta elaboración de los platos a ofrecer, cumpliendo con todos los protocolos de seguridad.
- c. En el plan de recursos humanos se ha determinado brindar todos los beneficios a los trabajadores, a los que se le ha determinado las funciones de manera clara y precisa. Se busca crear un ambiente de trabajo con un excelente clima laboral. La estructura orgánica es simple creada para una micro empresa.
- d. Los ratios económicos y financieros, que arroja el proyecto, aseguran la ejecución del proyecto, confirmando la rentabilidad. El Valor Actual Neto es s/.179,130 y la Tasa Interna de Retorno es 107%, el índice Beneficio- Costo está en s/.3.18.

## BIBLIOGRAFÍA

Battever (2019), como satisfacer las necesidades de un cliente em um restaurante, en portal:battever.com 29 de octubre del 2019. <https://www.battever.com/hosteleria/como-satisfacer-las-necesidades-del-cliente-en-un-restaurante/>

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](http://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.