



Facultad de Administración y Negocios

Administración de Empresas

Programa Especial de Titulación:  
“Creación de una Heladería Rolling Rolls & Crepes para Lima  
Metropolitana – Distrito de Santiago de Surco”

para optar el Título Profesional de Licenciado  
en Administración de Empresas

Luis Antonio Calderón Rojas  
Benedict Odracir Guerra Malpartida

Lima – Perú

2017

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo impreso en este trabajo está dedicado en primera instancia a nuestros padres por su apoyo incondicional y a nuestros asesores por la paciencia brindada, como sus grandes conocimientos, empuje y experiencia, la cual nos ha servido para encaminarnos.

## INDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>12</b>
<b>CAPITULO I - ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>13</b>
1. ESTUDIO DE MERCADO .....	13
1.1. Descripción de la Idea de Negocio.....	13
1.1.1. Equipo de trabajo.....	14
1.2. Objetivos del estudio de mercado.....	15
1.2.1. Objetivos Generales.....	15
1.2.2. Objetivos Específicos.....	15
1.3. Identificación del mercado objetivo.....	15
1.3.1. Perfil del Consumidor.....	16
1.3.2. Metodología para la Segmentación de Mercado.....	17
1.3.3. Tamaño de la muestra, encuestas piloto y general .....	18
1.3.4. Proceso estadístico de los resultados e interpretación .....	20
1.4. Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo.....	30
1.4.1. Información histórica .....	37
1.4.2. Proyección de la demanda con información primaria (métodos de proyección). 39	
1.4.3. Factores estacionales.....	40
1.5. Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo .....	40
1.5.1. Identificación y análisis de la competencia.....	40
1.5.2. Productos subtítulos y complementarios .....	46
1.5.3. Análisis de los Precios .....	47
1.6. Balance Demanda-Oferta.....	50
1.6.1. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha.....	52
1.6.2. Proyección de las ventas y participación de Mercado .....	52
<b>CAPITULO II – PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>55</b>
2. PLAN DE MARKETING .....	55
2.1. Estrategia general de Marketing.....	56
2.2. Política de Precios.....	57
2.3. Tácticas de Venta .....	57
2.4. Política de Servicios y Garantía .....	58
2.5. Publicidad y Promoción .....	59
2.6. Diseño de la cadena de comercialización y elaboración, fundamentos técnicos....	60
2.6.1. Producto.....	60

2.6.2. Precio.....	64
2.6.3. Plaza .....	64
<b>CAPITULO III – PLAN DE SERVICIOS .....</b>	<b>65</b>
3. PLAN DE SERVICIOS .....	65
3.1. <i>Cálculo de la micro-comercialización</i> .....	65
3.2. <i>Distribución de Planta</i> .....	69
3.3. <i>Acondicionamiento del local</i> .....	70
3.4. <i>Calidad de atención</i> .....	70
<b>CAPITULO IV – ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>72</b>
4. ORGANIZACIÓN .....	72
4.1.1. Descripción.....	72
4.1.2. Misión.....	72
4.1.3. Visión.....	72
4.1.4. Valores Organizacionales .....	72
4.1.5. Ventaja Competitiva.....	73
4.1.6. Políticas Empresariales.....	73
4.1.7. Análisis del FODA .....	74
4.1.8. Análisis PESTA .....	77
4.1.9. Fuerzas Competitivas de Porter .....	82
4.2. <i>Personería jurídica de la sociedad</i> .....	83
4.2.1. Requisitos.....	83
4.3. <i>Análisis de la Estructura del Capital Social</i> .....	92
4.4. <i>Diseño de la Organización</i> .....	92
4.4.1. Organigrama.....	92
4.4.2. Administración .....	93
4.4.3. Área de Counter .....	93
4.4.4. Requerimiento de Recurso Humano.....	93
4.4.5. Estructura Salarial .....	96
<b>CAPITULO V – COSTOS .....</b>	<b>98</b>
5. COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL BIEN.....	98
5.1. <i>Costos Operativos por Productos:</i> .....	100
5.2. <i>Planilla y Costo de Mano de Obra.</i> .....	104
5.2.1. Planilla .....	104
5.2.2. RECIBO POR HONORARIOS .....	113
5.3. <i>Costos de Mano de Obra</i> .....	114
<b>CAPITULO VI – PRESUPUESTOS, INVERSION Y FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>117</b>
6. PRESUPUESTACIÓN.....	117
6.1. <i>Presupuesto Operativo de Ingresos del Proyecto</i> .....	117
6.1.1. Plan de Imprevistos.....	121
6.1.2. Presupuesto de Gastos Administrativos .....	121
6.1.3. Presupuesto de Gastos de Ventas.....	122

6.2.	<i>Presupuesto Financiero</i> .....	125
6.3.	<i>Estructura de la Inversión</i> .....	126
6.3.1.	Inversión Tangible (Inversión en Activos Fijos) .....	127
6.3.2.	Inversión Intangible (Activos fijos intangibles) .....	130
6.3.3.	Capital de Trabajo .....	130
6.3.4.	Otros Gastos Generales De Inversión .....	130
6.4.	<i>Financiamiento de la Inversión</i> .....	131
6.4.1.	Evaluación de las fuentes del financiamiento .....	131
6.4.2.	Estructura del Financiamiento .....	131
6.4.3.	Cuadro de servicios de la deuda .....	132
<b>CAPITULO VII – EVALUACION FINANCIERA Y SENSIBILIZACION</b> .....		<b>134</b>
7.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO .....	134
7.1.	<i>Análisis de Ratios Financieros</i> .....	134
7.2.	<i>Ratio de liquidez</i> .....	134
7.3.	<i>Ratio de Solvencia</i> .....	135
7.4.	<i>Herramientas de Evaluación</i> .....	139
7.4.1.	Costo de Oportunidad del Capital Propio .....	139
7.4.2.	El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	141
7.5.	<i>Valor actual neto y tasa de retorno - Ratio beneficio-costo y Payback</i> .....	142
7.5.1.	Valor actual Neto (VAN) .....	142
7.5.2.	Desarrollo del VAN .....	143
7.5.3.	Tasa Interna de Retorno.....	145
7.5.4.	Ratio beneficio-costo y Payback .....	146
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>150</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>151</b>
<b>BIBLIOGRAFÍAS</b> .....		<b>152</b>
<b>WEBGRAFIA</b> .....		<b>153</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>154</b>
	ANEXO 1: ENCUESTA .....	155
	ANEXO 2: LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA EL ESTABLECIMIENTO – SANTIAGO DE SURCO .....	159
	ANEXO 3: FORMATOS DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL - DIGESA .....	161
	ANEXO 4: MODELO DE INFORME TÉCNICO DE VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES DE LAS ATENCIONES DE LOS SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL .....	170
	ANEXO 5: REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CARNET DE SANIDAD .....	183
	ANEXO 6: SIMULACIÓN DE MINUTA .....	184
	ANEXO 7: COTIZACIÓN ENVASES BIODEGRADABLES .....	190
	ANEXO 8: CRONOGRAMA PRELIMINAR DE PAGOS – SIMULACIÓN DE PRÉSTAMO.....	192
	ANEXO 9: PLANILLA DE REMUNERACIONES Y RECIBO POR HONORARIOS .....	193
	ANEXO 10: COSTOS FIJOS (SOLES).....	197
	ANEXO 11: PUBLICIDAD .....	198
	ANEXO 12: SERVICIO DE COMPUTADORA Y SISTEMA DE FACTURACIÓN .....	199

## INDICE - GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO .....	15
<b>Gráfico 02:</b> LIMA METROPOLITANA POR DISTRITOS .....	17
<b>Gráfico 03:</b> DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA.....	18
<b>Gráfico 04:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS DE CREMA .....	20
<b>Gráfico 05:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN SU TIPO .....	21
<b>Gráfico 06:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN SUS CARÁCTERÍSTICAS .	22
<b>Gráfico 07:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN LAS DIFERENTES TEMPORADAS.....	23
<b>Gráfico 08:</b> DISTRIBUCIÓN POR CAPACIDAD DE PAGO PARA LA ADQUISIÓN DEL PRODUCTO. ....	24
<b>Gráfico 09:</b> DISTRIBUCIÓN POR MOTIVO DE RETORNO AL ESTABLECIMIENTO Y CONVERTIRSE CLIENTE RECURRENTE.....	25
<b>Gráfico 10:</b> DISTRIBUCIÓN POR PREFERENCIA DE TIPO DE CREPPES.....	25
<b>Gráfico 11:</b> DISTRIBUCIÓN POR CAPACIDAD DE PAGO POR ADQUISICIÓN DE LOS CREPPES. .....	26
<b>Gráfico 12:</b> DISTRIBUCIÓN POR PREFERENCIA DE FRUTAS COMO TOPPING AL MOMENTO DE CONSUMIR SU ROLL ICE CREAM .....	27
<b>Gráfico 13:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.....	28
<b>Gráfico 14:</b> DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN EL TIPO DE AMBIENTE PARA CONSUMIR LOS ROLLS ICE CREAM & CREPPES.....	29
<b>Gráfico 15:</b> DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS.....	35
<b>Gráfico 16:</b> PROMEDIO DE INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2017 – APEIM .....	35
<b>Gráfico 17:</b> POBLACIÓN TOTAL POR SEGMENTO DE EDADES 2017 – APEIM .....	36
<b>Gráfico 18:</b> NIVEL SOCIOECONÓMICO 2017 - Departamento Lima Metropolitana.....	36
<b>Gráfico 19:</b> FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PREPARACIÓN DEL HELADO ROLLS ICE CLÁSICO .....	62
<b>Gráfico 20:</b> FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PREPARACIÓN DEL CREPE .....	63
<b>Gráfico 21:</b> HELADO ROLLS ICE CLÁSICO .....	64
<b>Gráfico 22:</b> CREPES CLÁSICOS .....	64
<b>Gráfico 23:</b> FLUJOGRAMA DE PROCESOS DEL FRONT OFFICE Y BACKOFFICE.....	66
<b>Gráfico 24:</b> FLUJO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE – HELADO .....	67
<b>Gráfico 25:</b> FLUJO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE – CREPE .....	68
<b>Gráfico 26:</b> PLANO DE DISTRIBUCIÓN LOCAL.....	69
<b>Gráfico 27:</b> LOGOTIPO.....	72
<b>Gráfico 28:</b> 5 FUERZAS DE PORTER .....	82
<b>Gráfico 29:</b> ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA .....	92

## INDICE - CUADROS

<b>CUADRO N° 01:</b> PERFIL DEL CLIENTE.....	16
<b>CUADRO N° 02:</b> PERFIL DEL CONSUMIDOR .....	16
<b>CUADRO N° 03:</b> POBLACIÓN NSE A – INEI, 2015. ....	19
<b>CUADRO N° 04:</b> ZONA 7 – POBLACIÓN NSE A.....	19
<b>CUADRO N° 05:</b> DISTRITO DE LA MOLINA.....	30
<b>CUADRO N° 06:</b> DISTRITO DE SAN ISIDRO.....	31
<b>CUADRO N° 07:</b> DISTRITO DE MIRAFLORES .....	32
<b>CUADRO N° 08:</b> DISTRITO DE SAN BORJA .....	32
<b>CUADRO N° 09:</b> DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO.....	34
<b>CUADRO N° 10:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA .....	41
<b>CUADRO N° 11:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE LA MOLINA ...	42
<b>CUADRO N° 12:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO .....	43
<b>CUADRO N° 13:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SAN BORJA ...	44
<b>CUADRO N° 14:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE MIRAFLORES. ....	45
<b>CUADRO N° 15:</b> ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SAN ISIDRO ...	46
<b>CUADRO N° 16:</b> ANÁLISIS DEL CONSOLIDADO DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	47
<b>CUADRO N° 17:</b> PRECIOS GENERALES POR DISTRITOS DE LAS HELADERÍAS DE LIMA MODERNA .....	49
<b>CUADRO N° 18:</b> ELIGE TUS TOPPINGS.....	61
<b>CUADRO N° 19:</b> TOPPINGS DEL CREPE CLÁSICO .....	63
<b>CUADRO N° 20:</b> PRECIO DEL HELADO ROLLS ICE CLÁSICO.....	64
<b>CUADRO N° 21:</b> PRECIO DEL CREPE CLÁSICO .....	64
<b>CUADRO N° 22:</b> COMPARACIÓN DE SOCIEDADES.....	84
<b>CUADRO N° 23:</b> OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	88
<b>CUADRO N° 24:</b> ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA EMPRESA.....	92
<b>CUADRO N° 25:</b> PRECIOS DE LA COMPETENCIA MÁS IMPORTANTES.....	116
<b>CUADRO N° 26:</b> PLAN DE IMPREVISTOS .....	121
<b>CUADRO N°27:</b> ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	132
<b>CUADRO N° 28:</b> FINANCIAMIENTO BANCARIO .....	132
<b>CUADRO N° 29:</b> INTERESES Y AMORTIZACIÓN ANUAL .....	133
<b>CUADRO N° 30:</b> DATOS DE DESPALANCAMIENTO DE $\beta$ .....	140
<b>CUADRO N° 31:</b> DATOS PARA DETERMINAR EL COK .....	141
<b>CUADRO N° 32:</b> DATOS PARA DETERMINAR EL WACC .....	142

## INDICE - TABLAS

<b>TABLA 01:</b> <i>Pregunta N° 1: ¿Con qué frecuencia consume usted helado?.....</i>	20
<b>TABLA 02:</b> <i>Pregunta N° 2: ¿Cuál es el tipo de helados que usted consume con mayor frecuencia?.....</i>	21
<b>TABLA 03:</b> <i>Pregunta N° 3: ¿Cuál de las siguientes características lo motivan para consumir los Ice Rolls y Crepes?.....</i>	22
<b>TABLA 04:</b> <i>Pregunta N° 4: ¿Consumiría helado de crema en diferentes temporadas? .....</i>	22
<b>TABLA 05:</b> <i>Pregunta N° 5: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un helado de crema al que pueda agregarle frutas naturales y dulces preparados en el momento en un ambiente de su agrado?.....</i>	23
<b>TABLA 06:</b> <i>Pregunta N° 6: ¿Cuál es el motivo por el cual usted regresaría al establecimiento? .....</i>	24
<b>TABLA 07:</b> <i>Pregunta N° 7: ¿Qué tipo de Crepes consumiría usted en nuestro establecimiento? .....</i>	25
<b>TABLA 08:</b> <i>Pregunta N° 8: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por nuestros crepes preparado con diferentes productos del agrado de nuestros clientes hecho en el momento en un ambiente de su agrado?.....</i>	26
<b>TABLA 09:</b> <i>Pregunta N° 9: ¿Con qué fruta usted desearía que se prepare su Crepes Clásicos? .....</i>	26
<b>TABLA 10:</b> <i>Pregunta N° 10: ¿Qué producto complementario le gustaría consumir en nuestras instalaciones?.....</i>	27
<b>TABLA 11:</b> <i>Pregunta N° 11: ¿En qué tipo de ambiente le gustaría consumir el Rolls Ice Cream y Crepes?.....</i>	28
<b>TABLA 12:</b> <i>DEMANDA HISTÓRICA DE HELADOS EN LITROS .....</i>	39
<b>TABLA 13:</b> <i>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HELADO EN LITROS .....</i>	40
<b>TABLA 14:</b> <i>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LITROS SEGÚN LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.....</i>	50
<b>TABLA 15:</b> <i>PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN LITROS SEGÚN PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN .....</i>	51
<b>TABLA 16:</b> <i>CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....</i>	52
<b>TABLA 17:</b> <i>PROYECCIÓN DE VENTA DE HELADOS POR UNIDAD .....</i>	52
<b>TABLA 18:</b> <i>PROYECCION DE VENTA DE CREPPES POR UNIDAD .....</i>	53
<b>TABLA 19:</b> <i>PROYECCION DE VENTA DE AGUA POR UNIDAD.....</i>	53
<b>TABLA 20:</b> <i>PROYECCION DE VENTA DE CAFÉ ORGANICO.....</i>	54
<b>TABLA 21:</b> <i>PROCESO DIARIO DE OPERACIONES.....</i>	71
<b>TABLA 22:</b> <i>ESTRUCTURA SALARIAL DE PERSONAL EN PLANILLA .....</i>	97
<b>TABLA 24:</b> <i>COSTO UNITARIO POR INGREDIENTES DE LA BASE .....</i>	98
<b>TABLA 25:</b> <i>COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DE FRUTA .....</i>	98
<b>TABLA 26:</b> <i>COSTO UNITARIO POR TOPPING SÓLIDO .....</i>	99
<b>TABLA 27:</b> <i>COSTO UNITARIO POR TOPPING LÍQUIDO.....</i>	99
<b>TABLA 28:</b> <i>COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DEL CREPE CLÁSICO.....</i>	99



<b>TABLA 29: COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DEL TOPPING LÍQUIDO.....</b>	<b>100</b>
<b>TABLA 30: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2019 .....</b>	<b>106</b>
<b>TABLA 31: APORTACIONES DEL EMPLEADOR, 2019 .....</b>	<b>106</b>
<b>TABLA 32: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019.....</b>	<b>107</b>
<b>TABLA 33: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2020 .....</b>	<b>107</b>
<b>TABLA 34: APORTACIONES DEL EMPLEADOR, 2019 .....</b>	<b>108</b>
<b>TABLA 35: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019.....</b>	<b>108</b>
<b>TABLA 36: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2021 .....</b>	<b>109</b>
<b>TABLA 37: APORTACIONES DEL EMPLEADOR .....</b>	<b>109</b>
<b>TABLA 38: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019.....</b>	<b>110</b>
<b>TABLA 39: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2022 .....</b>	<b>110</b>
<b>TABLA 40: APORTACIONES DEL EMPLEADOR .....</b>	<b>111</b>
<b>TABLA 41: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2022.....</b>	<b>111</b>
<b>TABLA 42: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2023 .....</b>	<b>112</b>
<b>TABLA 43: APORTACIONES DEL EMPLEADOR .....</b>	<b>112</b>
<b>TABLA 44: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2023.....</b>	<b>113</b>
<b>TABLA 45: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2019 .....</b>	<b>113</b>
<b>TABLA 46: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2020 .....</b>	<b>113</b>
<b>TABLA 47: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2021 .....</b>	<b>114</b>
<b>TABLA 48: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2022 .....</b>	<b>114</b>
<b>TABLA 49: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2023 .....</b>	<b>114</b>
<b>TABLA 50: COSTO DE MANO DE OBRA POR EL AÑO 2019.....</b>	<b>115</b>
<b>TABLA 51: COSTO DE MANO DE OBRA POR LOS 5 AÑOS PROYECTADOS PARA EL PROYECTO EN MARCHA .....</b>	<b>115</b>
<b>TABLA 52: GASTOS PROYECTADOS POR LOS 12 PRIMEROS MESES DEL PROYECTO PUESTA EN MARCHA – AÑO 2019 .....</b>	<b>115</b>
<b>TABLA 53: GASTOS PROYECTOS DURANTE LOS 5 AÑOS.....</b>	<b>116</b>
<b>TABLA 54: PROYECCION DE VENTA DE HELADOS POR UNIDAD .....</b>	<b>117</b>
<b>TABLA 55: PROYECCION DE VENTA DE CREPES POR UNIDAD.....</b>	<b>118</b>
<b>TABLA 56: RESUMEN DEL PRESUPUESTO OPERATIVO .....</b>	<b>120</b>
<b>TABLA 57: CONSOLIDADO DE GASTOS POR LOS 5 PRÓXIMOS AÑOS .....</b>	<b>122</b>
<b>TABLA 58: PROYECTADO DE GASTOS DE VENTAS.....</b>	<b>122</b>
<b>TABLA 59: FLUJO DE CAJA EFECTIVO .....</b>	<b>124</b>
<b>TABLA 60: ESTADO DE RESULTADOS .....</b>	<b>125</b>
<b>TABLA 61: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>126</b>
<b>TABLA 62: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - COCINA .....</b>	<b>127</b>
<b>TABLA 63: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - SALÓN.....</b>	<b>128</b>
<b>TABLA 64: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES – EQUIPO DE OFICINA.....</b>	<b>128</b>
<b>TABLA 65: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - LIMPIEZA.....</b>	<b>129</b>
<b>TABLA 66: INVERSIÓN INTANGIBLES.....</b>	<b>130</b>
<b>TABLA 67: CAPITAL DE TRABAJO.....</b>	<b>130</b>
<b>TABLA 68: OTROS GASTOS.....</b>	<b>130</b>
<b>TABLA 69: RESUMEN DE INVERSIONES.....</b>	<b>131</b>
<b>TABLA 70: CRONOGRAMA DE PAGO DE DEUDA CAJA AREQUIPA.....</b>	<b>133</b>

<b>TABLA 71: RATIOS DE LIQUIDEZ – RAZON CORRIENTE .....</b>	<b>134</b>
<b>TABLA 72: RATIOS DE LIQUIDEZ – CAPITAL DE TRABAJO.....</b>	<b>135</b>
<b>TABLA 73: RATIOS DE LIQUIDEZ – PRUEBA ÁCIDA.....</b>	<b>135</b>
<b>TABLA 74: RATIOS DE APALANCAMIENTO – ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL .....</b>	<b>136</b>
<b>TABLA 75: RATIOS DE APALANCAMIENTO – ENDEUDAMIENTO TOTAL.....</b>	<b>136</b>
<b>TABLA 76: RATIOS DE APALANCAMIENTO – COBERTURA DE INTERESES.....</b>	<b>137</b>
<b>TABLA 77: RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN BRUTO.....</b>	<b>137</b>
<b>TABLA 78: RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN NETO .....</b>	<b>138</b>
<b>TABLA 79: RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN OPERATIVO .....</b>	<b>138</b>
<b>TABLA 80: RATIOS DE RENTABILIDAD – RATIO DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA) ....</b>	<b>139</b>
<b>TABLA 81: RATIOS DE RENTABILIDAD – RATIO DE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)</b> <b>.....</b>	<b>139</b>
<b>TABLA 82: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO.....</b>	<b>143</b>
<b>TABLA 83: FLUJO DE CAJA FINANCIERO.....</b>	<b>143</b>
<b>TABLA 84: TABLA DE VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO (VANE) .....</b>	<b>144</b>
<b>TABLA 86: TIRe.....</b>	<b>145</b>
<b>TABLA 88: BENEFICIO / COSTO (B/C) .....</b>	<b>146</b>

## INTRODUCCIÓN

Hoy por hoy, podemos decir que el Perú ha crecido económica, poblacional y culturalmente, por lo que esto ha ayudado que muchos negocios conjuntamente con su gente emprendedora dé otra connotación al ingreso per cápita del país para que ello sea destinado a un estilo de vida más acomodada, donde el comprar y adquirir bienes ya no sea tan precaria y el tener gusto para consumir comida rápida, dulces, postres, diversión, entre otros, ayude para el surgimiento de todos los comercios, brindando un mayor indicador de empleabilidad para el país. Es por ello, que con esta coyuntura nuestro negocio de Helados al estilo tailandés encaje perfectamente y nos permita ser emprendedores.

Rolls Mx Rolls ofrece una gama de productos no solo de helados de fruta, sino podrán disfrutar de unos ricos crepes, café orgánico, entre otras cosas más. Donde nos situaremos en el corazón del comercio del distrito de Santiago de Surco, a una cuadra de Polvos Rosados, donde sabemos que la afluencia de gente es recurrente y nos favorecerá para el crecimiento de nuestro negocio y a corto tiempo podamos expandirnos, como crear otras líneas de negocio.

## DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Rolling Rolls & Crepes es una marca de Royal Mx Rolls Perú SAC, una pequeña empresa dedicada a la elaboración de helados al estilo tailandés con diferentes frutas naturales y toppings al gusto del cliente, como también a la preparación de crepes con sus aditivos, y/o además podrán tomarse un rico café orgánico en un buen ambiente como alternativa del día para pasar un buen momento con los amigos o familiares. Nuestros clientes podrán visitarnos de martes a domingos en el horario de 10:00 am hasta las 10:00 pm, ubicándonos en el distrito de Santiago de Surco, Lima. Rolling Rolls & Crepes que es el nombre comercial, está constituida por 2 accionistas, Benedict Odracir Guerra Malpartida y Luis Antonio Calderón Rojas.

Royal Mx Rolls Perú es una empresa de Sociedad Anónima Cerrada, constituida por 2 accionistas mencionados líneas arriba, alineada al Régimen Especial de Renta (RER) correspondiente a SUNAT y con 7 trabajadores que la conforman para realizar sus operaciones en la Calle Barlovento N° 310, a media cuadra de Polvos Rosados, en Surco.

La inversión inicial para la constitución legal de la empresa por parte de los accionistas es del 42% de S/ 93,232 soles la cual es dividida en dos partes, S/ 19,232 soles por parte del Sr. Benedict Odracir Guerra Malpartida y S/ 20,000 soles del Sr. Luis Antonio Calderón Rojas; y el 58% de la inversión total es financiada por la entidad bancaria BBVA Continental por el importe de S/ 54,000 soles.

## CAPITULO I - ESTUDIO DE MERCADO

### 1. ESTUDIO DE MERCADO

#### 1.1. Descripción de la Idea de Negocio.

Nuestra idea de negocios, parte, de las nuevas tendencias en el mundo actual sobre los nuevos cambios gastronómicos que existen hoy en día, donde la nueva generación, conocidos como los “millennials” son los consumidores más exigentes, ya que no solo buscan productos o insumos naturales, también que sea del agrado de su paladar y además que sean sencillos en hacerlos.

En nuestro país existen una gran gama de frutas o productos naturales, en la cual las nuevas tendencias de preparación hacen que se creen nuevos sabores y surjan con ello nuevos mercados objetivos para los nuevos emprendedores, esto es también gracias al gran comercialización que estamos teniendo a nivel nacional con las diversas exportaciones e importaciones, gracias a ello las nuevas tendencias sean atractivos y novedosos para los consumidores.

Uno de los productos más consumidos en nuestro país son los helados, por su textura, sabor y presentación, teniendo un incremento de demanda en las temporadas de verano, pero, en la actualidad con la nueva generación y las nuevas tendencias que han ido evolucionando, hoy por hoy, este cliché se ha roto, ahora estos productos se consumen los 365 días del año, este cambio conductual de los consumidores es gracias a las mejoras y modernización de los locales como también de la diversificación de los productos que uno puede tener por cambio de temporada, lo cual garantiza un viabilidad en el nuestro negocio.

Por ello, nuestra idea de negocios es unir o combinar ambos lados, es decir, tanto las frutas nativas de nuestro Perú con los diferentes tipos de preparaciones de helados, lo cual es un producto novedoso para muchos paladares peruanos, de esa combinación nace los “helados artesanales de crema”, ya son un producto nutricional gracias a su contenido de leche y de complementos como frutas peruanas y a su vez diversificando con productos que hacen que este producto sea atractivo para los clientes.

Esta idea de negocio nace en Asia, pero se fue posicionando en Tailandia donde las preparaciones de sus helados son muy diferentes a las convencionales, como también a los diferentes tipos de productos que utilizan para su preparación.

En la actualidad existen pocos lugares que brindan dichos productos en lima metropolitana y su demanda actual es muy alta, por ser productos novedosos en nuestro país, es por ello que hemos visto una gran oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores.

#### 1.1.1. Equipo de trabajo.



**Administrador General:** BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA

Estudios: Bachiller de la carrera de Administración de Empresas (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ - UTP)

Experiencia: Cuatro (4) años de experiencia en sector privado en el área administrativo con conocimiento en el manejo de personal, arqueo de caja, atención al cliente, cobranza, control financiero.

Capacidad de liderazgo, proactivo, eficiente, capacidad de delegar funciones, dar solución a los conflictos con clientes internos y externos.



**Logística:** LUIS ANTONIO CALDERÓN ROJAS

Estudios: Bachiller de la carrera de Administración de Empresas (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ - UTP)

Experiencia: Cinco (5) años de experiencia en sector privado en el Área de Comercial, Servicio al Cliente y Administrativa, relacionado al manejo de indicadores de gestión, negociación, abastecimiento, cambios de mejora continua y atención al cliente. Capacidad para realizar múltiples tareas, proactivo, liderazgo, comunicación, aprendizaje continuo, manejo de problemas.

## 1.2. Objetivos del estudio de mercado.

### 1.2.1. Objetivos Generales

Identificar el consumo de helados de crema, las nuevas tendencias y el crecimiento de nuestro nicho de mercado en Lima Metropolitana.

### 1.2.2. Objetivos Específicos

Establecer las estrategias de inclusión para el consumo de helados al estilo tailandés “Ice Rolls” en nuestra heladería para los sectores A y B en los siguientes distritos: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina.

Evaluar la aceptación de los helados al estilo Ice Rolls. Conocer hasta qué nivel se puede satisfacer a los consumidores del sector A y B de los siguientes distritos: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina con respecto al consumo de helados al estilo Ice Rolls, ya sea por su sabor, tamaño, frecuencia de consumo y su presentación.

## 1.3. Identificación del mercado objetivo.

**Gráfico 01: DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO**



Identificados como los distritos de la Zona 7, donde sus habitantes tienen mayor poder adquisitivo, conformado en su mayoría por el Nivel Socioeconómico A y B, según APEIM. La Molina, Miraflores, San Borja, San

Isidro y Surco son destacados por su sostenido desarrollo económico y social, lo que se puede ver reflejado en los centros comerciales que los integran y sus respectivas marcas exclusivas, instituciones educativas de prestigio, bancos, centros de salud, clínicas, así como también prósperos negocios que se encuentran dentro de su territorio. Por otro lado, su rápido crecimiento poblacional del 6.6% tomando como año base el 2013 hasta el 2017, hace que dichos distritos sean un lugar atractivo para la apertura de nuevos comercios e inversiones.

Además de ello, cuentan con climas frescos y cálidos. Por lo que hace que estos distritos tengan la ubicación ideal para el surgimiento de nuestro negocio.

### 1.3.1. Perfil del Consumidor.

**CUADRO N° 01: PERFIL DEL CLIENTE**

VARIABLE	CRITERIO	DESCRIPCIÓN
<b>GEOGRÁFICA</b>	Distrito	Lima Moderna (La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Surco).
<b>DEMOGRÁFICA</b>	Sexo	Mujeres y Hombre
	Ingreso Mensual por Familia	S/ 7,200.00 a más.
	Estado Civil	Todos sin excepción alguna.
	Edad	De 18 a más
	Gasto Promedio Familiar en esparcimiento y diversión	S/ 800.00 a más.
<b>CONDUCTUAL</b>	Beneficios Buscados	Personas que les gustan productos saludables y deliciosos.
<b>PSICOGRÁFICA</b>	Personalidad	Personas que gusten acudir a lugares de esparcimiento. Personas que gusten de pasear los fines de semana. Personas que en su mayoría pagan con tarjeta.

Fuente: Ingreso estimado en base al gasto – INE / Elaboración del grupo.

**CUADRO N° 02: PERFIL DEL CONSUMIDOR**

VARIABLE	CRITERIO	DESCRIPCIÓN
<b>GEOGRÁFICA</b>	Distrito	La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Surco.
<b>DEMOGRÁFICA</b>	Sexo	Mujeres y Hombres.
	Estado Civil	Todos sin excepción alguna.
	Edad	De 2 a más
	Ingreso Mensual por Familia	S/ 7,200.00 a más.
	Gasto Promedio Familiar en esparcimiento y diversión	S/ 800.00 a más.
<b>CONDUCTUAL</b>	Beneficios Buscados	Personas que les gustan productos saludables y deliciosos.
<b>PSICOGRÁFICA</b>	Personalidad	Personas que gusten acudir a lugares de esparcimiento. Personas que gusten de pasear los fines de semana. Personas que en su mayoría pagan con tarjeta.

Fuente: Ingreso estimado en base al gasto – INE / Elaboración del grupo.

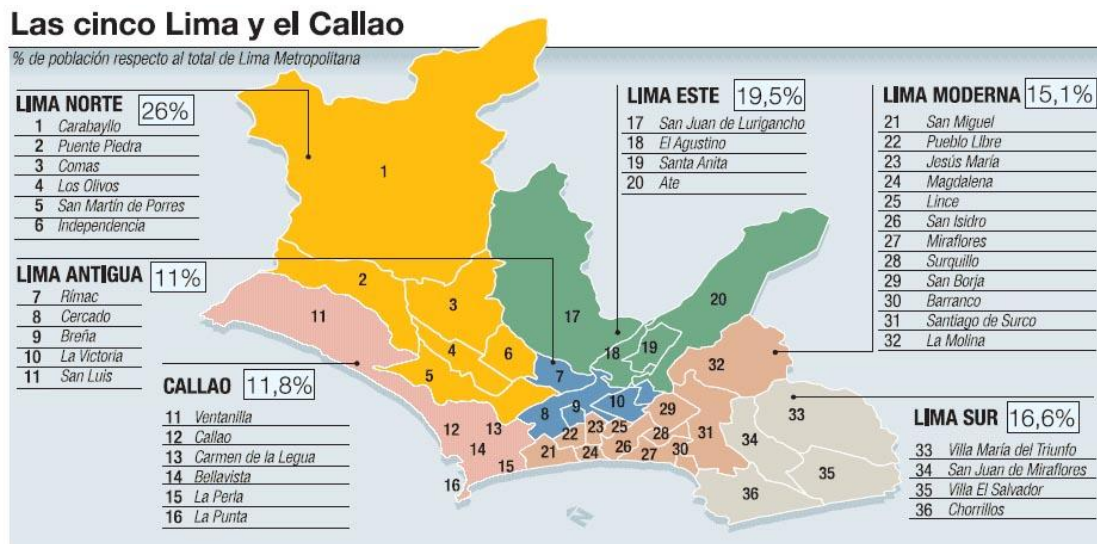


### 1.3.2. Metodología para la Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado que se emplea en nuestro plan de negocios está basada en el perfil del consumidor que se está manejando, ya que el rubro de la Heladería tiene un público amplio y con ello poder satisfacer las demandas del mercado.

Ya que el segmento del nivel socioeconómico que nos enfocaremos será en A y B como se indicó líneas arriba; se recopiló datos estadísticos de diferentes fuentes, en la cual sacamos la población total de Lima Metropolitana y buscar los distritos donde nuestro segmento se encuentra más posicionado, por ello se sacó la información de APEIM (Asociación Peruana de empresas de investigación de mercados) con el fin de poder visualizar los datos más exactos, para así poder llegar a nuestra población y muestra.

**Gráfico 02: LIMA METROPOLITANA POR DISTRITOS**



Fuente: <https://limamalalima.wordpress.com/2011/08/04/las-limas-y-los-conos>, *Las Limas de Ipsos-Apoyo, antes de 2007.*

**Gráfico 03: DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA**



**DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2017 - LIMA METROPOLITANA**

(%) HORIZONTALES

Zona	TOTAL	Niveles Socioeconómicos					Muestra	Error (%)*
		NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E		
Total	100	5.0	24.4	41.0	23.3	6.3	4,126	1.6
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.0	13.9	44.1	31.0	11.0	310	5.5
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.6	26.4	51.9	18.5	0.6	352	5.3
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.1	14.9	42.9	31.6	9.5	275	6.1
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	2.9	29.6	41.7	23.3	2.5	524	4.4
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.4	14.8	46.6	29.0	8.2	352	5.2
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	13.5	59.7	20.3	6.2	0.3	288	5.7
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.0	44.9	13.1	6.6	1.4	350	5.6
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chormillos, San Juan de Miraflores)	100	3.0	31.5	40.6	20.3	4.6	305	5.9
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac)	100	0.0	10.4	45.8	32.1	11.7	308	5.6
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.5	21.0	44.8	22.9	9.8	1015	3.1
Otros	100	0.0	12.8	31.9	34.0	21.3	47	14.3

Fuente: APEIM 2017: Data ENAHO 2016

\*Nivel de Confianza al 95% p=0.5

Al realizar el estudio y ver los datos estadísticos, vimos que los distritos que serían los más adecuados para nuestro modelo de negocio serían Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina.

Santiago de Surco sería el distrito donde colocaremos nuestro proyecto de negocio y así poder cubrir la demanda que se planea tener.

1.3.3. Tamaño de la muestra, encuestas piloto y general

$$n = \frac{z^2 x p x q x N}{(N - 1) x e^2 + Z^2 + p x q}$$

Sacamos la población de los distritos según INEI 2015:

**CUADRO N° 03:** POBLACIÓN NSE A – INEI, 2015.

SEGÚN INEI DEL 2015	
La Molina	17,1646
Santiago de Surco	344,242
San Borja	111,928
San Isidro	54,206
Miraflores	81,932
<b>Total de Habitantes</b>	<b>763,954</b>

Fuente: INEI, año 2015.

En según APEIM 2017 nos indica que de la cantidad total de habitantes solo el 34% es del NSE A y que el 44.9% es del NSE B.

**CUADRO N° 04:** ZONA 7 – POBLACIÓN NSE A

<b>Zona 7</b> (La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro, Surco)	100	34.0	44.9
---	-----	------	------

Por con siguiente el monto a utilizar como población seria 602,760 habitantes.

$$n = \frac{2.17^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 602760}{(602760 - 1) \times 0.03^2 + 2.17^2 + 0.5 \times 0.5}$$

**Dónde:**

**e** = error muestral o probabilístico. Se recomienda usar 3%

**N** = tamaño de la población

**n** = tamaño de la muestra

**z** = Valor de la tabla normal para un nivel de confianza dado. Usualmente se trabaja con 2.17 que corresponde al 97% de confianza

**P** = probabilidad de éxito u ocurrencia. Usualmente es 0,5

**Q** = probabilidad de fracaso o complemento de p.

Usualmente es  $1 - 0,5 = 0,5$

$$n = 1296.18 \rightarrow 1296$$

1.3.4. Proceso estadístico de los resultados e interpretación

Líneas abajo, se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas realizadas a las 324 personas que consumen helados y que estarían interesados en consumir nuestros productos en los distritos de La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Surco.

**TABLA 01:** Pregunta N° 1: ¿Con qué frecuencia consume usted helado?

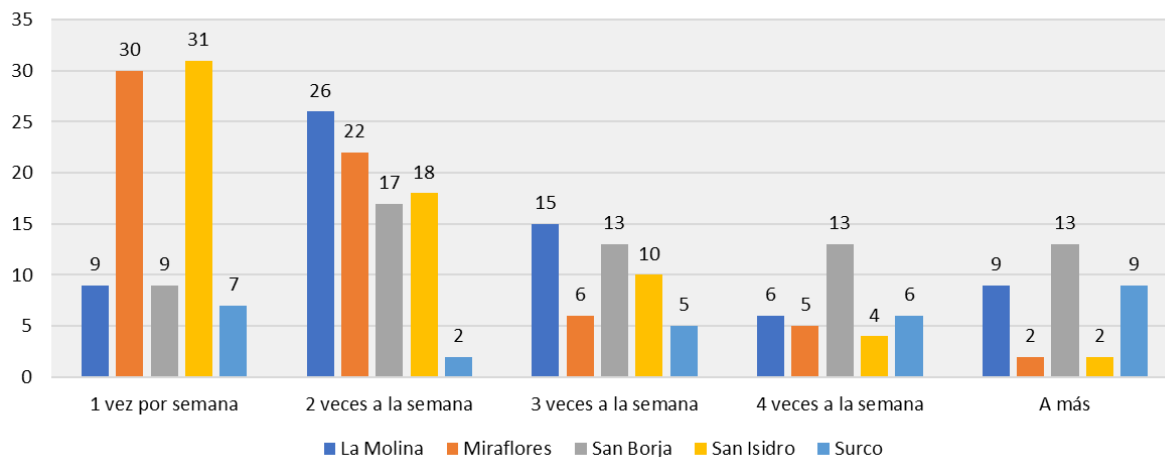
DISTRITO SEXO RESPUESTAS	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
1 vez por semana	5	4	9	14%	12	18	30	46%	5	4	9	14%	17	14	31	48%	7	7	14	22%	93	29%
2 veces a la semana	13	13	26	40%	14	8	22	34%	11	6	17	26%	9	9	18	28%	8	2	10	16%	93	29%
3 veces a la semana	7	8	15	23%	3	3	6	9%	7	6	13	20%	3	7	10	15%	8	5	13	20%	57	18%
4 veces a la semana	3	3	6	9%	3	2	5	8%	8	5	13	20%	1	3	4	6%	6	6	12	19%	40	12%
A más	4	5	9	14%	1	1	2	3%	11	2	13	20%	2	2	4	6%	6	9	15	23%	41	13%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 1, podemos observar que la distribución de encuestados por sexo y consumo en el distrito de Surco, que es donde se piensa poner el proyecto en marcha, tiene el 63% de aprobación por parte de los consumidores futuros, favoreciéndonos así en el ingreso recurrente de la empresa y de tal forma poder cumplir con los objetivos trazados en el tiempo establecido.

**Gráfico 04:** DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS DE CREMA

1) ¿Con qué frecuencia consume usted helado?



**TABLA 02:** Pregunta N° 2: ¿Cuál es el tipo de helados que usted consume con mayor frecuencia?

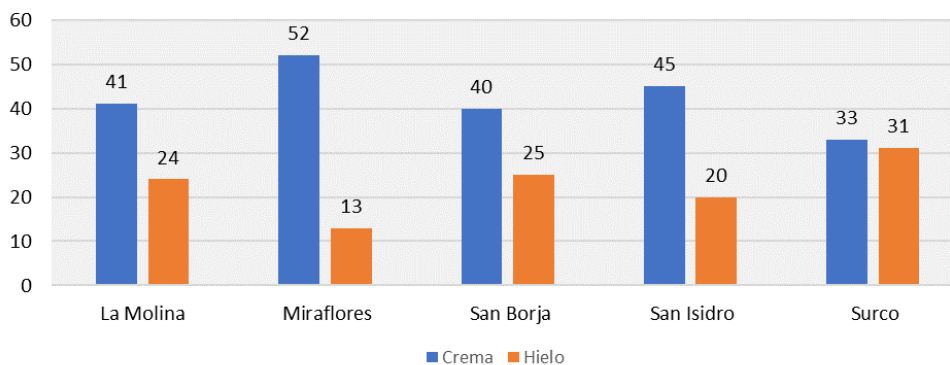
DISTRITO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Crema	23	18	41	63%	24	28	52	80%	24	16	40	62%	23	22	45	69%	18	15	33	52%	211	65%
Hielo	9	15	24	37%	9	4	13	20%	18	7	25	38%	7	13	20	31%	17	14	31	48%	113	35%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 2, podemos decir que, en base a los resultados de la encuesta realizada a las 324 personas entre los distritos de La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Surco, nos respalda el 65% de personas que prefieren el helado de crema, por lo que es propicio para nuestro plan de negocio. Con respecto a nuestro mercado objetivo que se desarrollará en el distrito de Santiago de Surco, el 52% consume helados de crema, lo que nos da a entender que nuestro producto calza con el perfil del lugar.

**Gráfico 05:** DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN SU TIPO

2) ¿Cuál es el tipo de helados que usted consume con mayor frecuencia?.



**TABLA 03:** Pregunta N° 3: ¿Cuál de las siguientes características lo motivan para consumir los Ice Rolls y Crepes?

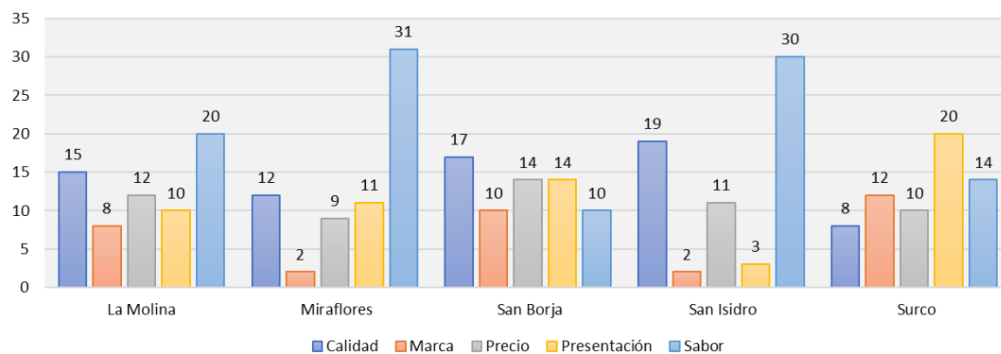
DISTRITO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Calidad	8	7	15	23%	5	7	12	18%	12	5	17	26%	8	11	19	29%	3	5	8	13%	71	22%
Marca	3	5	8	12%	1	1	2	3%	4	6	10	15%	2	2	4	6%	7	5	12	19%	34	10%
Precio	7	5	12	18%	4	5	9	14%	9	5	14	22%	3	8	11	17%	5	5	10	16%	56	17%
Presentación	5	5	10	15%	5	6	11	17%	11	3	14	22%	1	2	3	5%	12	8	20	31%	58	18%
Sabor	9	11	20	31%	18	13	31	48%	6	4	10	15%	18	12	30	46%	8	6	14	22%	105	32%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 3, como podemos ver, 105 personas que equivalen el 32% del total de los encuestados prefieren consumir los Ice Rolls y Creppes por su sabor y su calidad, que también es respaldada con el 22%, de esta manera nuestros productos cumplen con las expectativas requeridas.

**Gráfico 06:** DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN SUS CARÁCTERÍSTICAS

3) ¿Cuál de las siguientes características lo motivan para consumir los Ice Rolls y Creppes?



**TABLA 04:** Pregunta N° 4: ¿Consumiría helado de crema en diferentes temporadas?

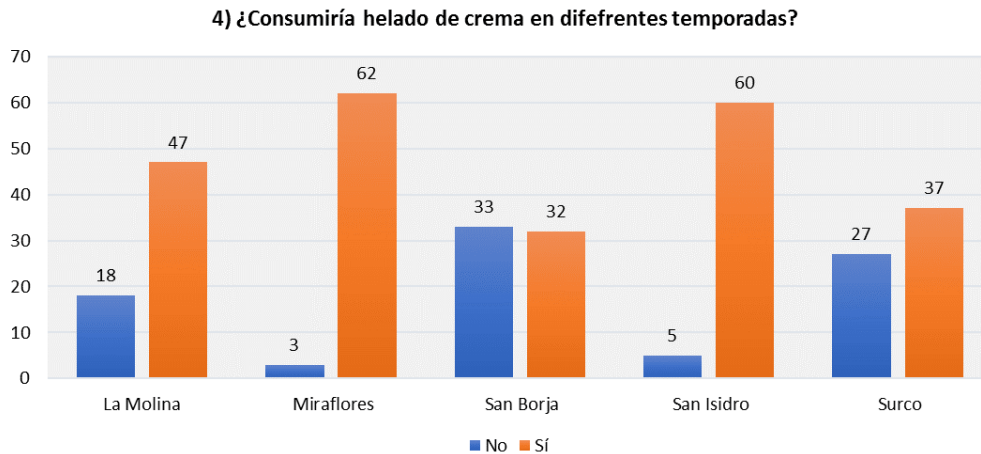
DISTRITO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
No	11	7	18	28%	3	3	6	9%	23	10	33	51%	1	4	5	8%	15	12	27	42%	86	27%
Sí	21	26	47	72%	30	32	62	95%	19	13	32	49%	29	31	60	92%	20	17	37	58%	238	73%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 4, está claro que hoy por hoy, las costumbres tradicionales de consumir helados de cualquier tipo solo en la temporada de verano es cosa del pasado, como podemos ver en la

tabla y en el gráfico de una manera más visible, las personas consumen helados en cualquier temporada, basándonos en las 238 versus a los 324 encuestados. Con respecto al distrito de Surco, pasa lo mismo, el 58% también cumplen la misma preferencia de consumo.

**Gráfico 07: DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN LAS DIFERENTES TEMPORADAS**



**TABLA 05: Pregunta N° 5: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un helado de crema al que pueda agregarle frutas naturales y dulces preparados en el momento en un ambiente de su agrado?**

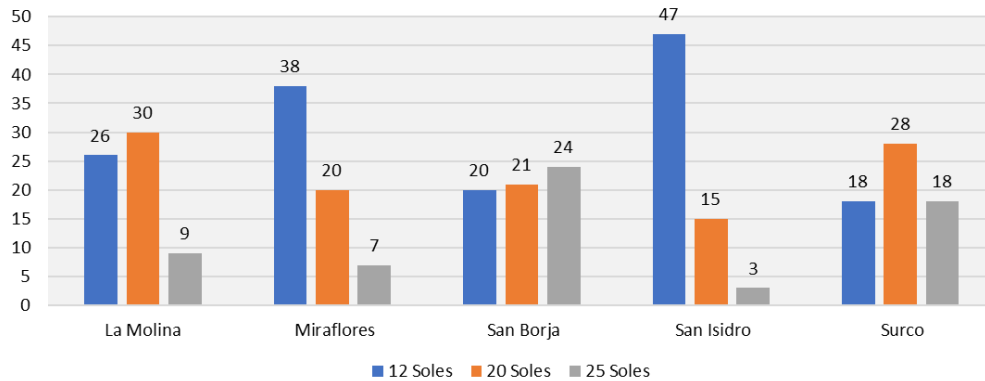
DISTRITO SEXO RESPUESTAS	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
12 Soles	13	13	26	40%	20	18	38	58%	13	7	20	31%	18	29	47	72%	9	9	18	28%	149	46%
20 Soles	13	17	30	46%	9	11	20	31%	15	6	21	32%	11	4	15	23%	17	11	28	44%	114	35%
25 Soles	6	3	9	14%	4	3	7	11%	14	10	24	37%	1	2	3	5%	9	9	18	28%	61	19%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 5, el 44% de los consumidores estarían en la situación económica de poder pagar S/ 20.00 soles por un producto de calidad y pueda cubrir sus expectativas sin ningún problema en el distrito de Santiago de Surco, lugar donde se pondrá en marcha el proyecto de inversión, mientras el 46% del promedio total de los 324 encuestados prefiere pagar S/ 12.00 Soles.

**Gráfico 08: DISTRIBUCIÓN POR CAPACIDAD DE PAGO PARA LA ADQUISIÓN DEL PRODUCTO.**

5 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un helado de crema al que pueda agregarle frutas naturales y dulces preparados en el momento en un ambiente de su agrado?



**TABLA 06: Pregunta N° 6: ¿Cuál es el motivo por el cual usted regresaría al establecimiento?**

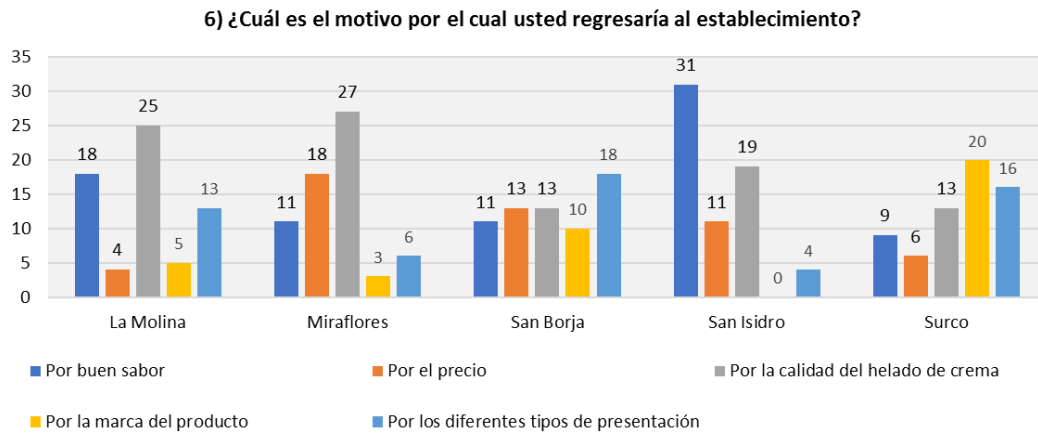
DISTRITO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Por buen sabor	6	12	18	28%	5	6	11	17%	4	7	11	17%	19	12	31	48%	3	6	9	14%	80	25%
Por el precio	1	3	4	6%	7	11	18	28%	8	5	13	20%	4	7	11	17%	4	2	6	9%	52	16%
Por la calidad del helado de crema	14	11	25	38%	15	12	27	42%	8	5	13	20%	6	13	19	29%	7	6	13	20%	97	30%
Por la marca del producto	4	1	5	8%	3	3	6	9%	7	3	10	15%				0%	12	8	20	31%	38	12%
Por los diferentes tipos de presentación	7	6	13	20%	3	3	6	9%	15	3	18	28%	1	3	4	6%	9	7	16	25%	57	18%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 6, como podemos ver, lo más resaltante de un producto es su calidad, siendo este el factor que siempre resalta y, es por el cual las personas más se inclinarán al momento de elegir y consumir cualquier producto. Está claro que, para llegar a esta determinación, 97 personas que representan el 30% de nuestros encuestados dan a denotar dicho resultado, seguido por el buen sabor con un 25% para completar dicha elección.



**Gráfico 09: DISTRIBUCIÓN POR MOTIVO DE RETORNO AL ESTABLECIMIENTO Y CONVERTIRSE CLIENTE RECURRENTE.**



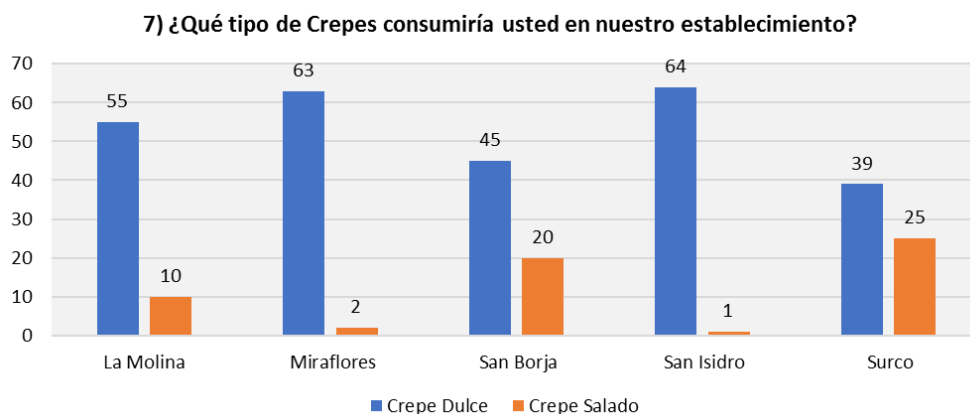
**TABLA 07: Pregunta N° 7: ¿Qué tipo de Crepes consumiría usted en nuestro establecimiento?**

DISTRITO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ	%
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Crepe Dulce	29	26	55	85%	32	31	63	97%	29	16	45	69%	30	34	64	98%	25	14	39	61%	266	82%
Crepe Salado	3	7	10	15%	1	1	2	3%	13	7	20	31%	1	1	2	2%	10	15	25	39%	58	18%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 7, como podemos apreciar, el porcentaje del total de los encuestados versus al 61% de los encuestados del distrito de Santiago de Surco, prefieren consumir los Crepes Dulces, siendo este un ingreso adicional del consumo de helados al estilo tailandés por el sexo femenino.

**Gráfico 10: DISTRIBUCIÓN POR PREFERENCIA DE TIPO DE CREPPES.**



**TABLA 08:** Pregunta N° 8: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por nuestros crepes preparado con diferentes productos del agrado de nuestros clientes hecho en el momento en un ambiente de su agrado?

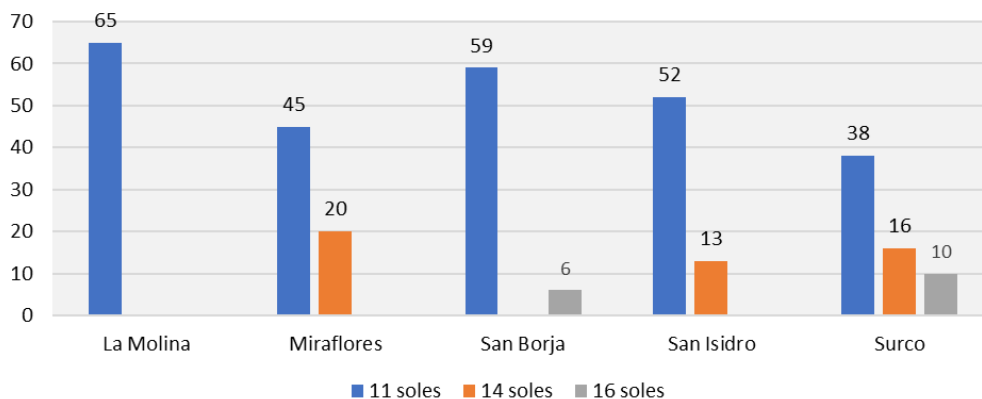
DISTRITO SEXO RESPUESTAS	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
11 soles	32	33	65	100%	25	20	45	69%	38	21	59	91%	24	28	52	80%	20	18	38	59%	259	80%
14 soles			0%		8	12	20	31%			0%		6	7	13	20%	8	8	16	25%	49	15%
16 soles			0%				0%		4	2	6	9%			0%		7	3	10	16%	16	5%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 11, como podemos apreciar, los consumidores tienen la capacidad de pago para poder adquirir nuestros creppes en sus diversas versiones y precios debido que el 59% y 25% de, S/ 11.00 Soles y S/ 14.00 Soles respectivamente son aceptados en el distrito de Santiago de Surco, dando oportunidad de poder dinamizar este rico producto que es consumido en todas partes de mundo como desayuno preferencial.

**Gráfico 11:** DISTRIBUCIÓN POR CAPACIDAD DE PAGO POR ADQUISICIÓN DE LOS CREPPES.

8) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por nuestro crepe preparado con diferentes productos del agrado de nuestros clientes hecho en el momento en un ambiente de su agrado?



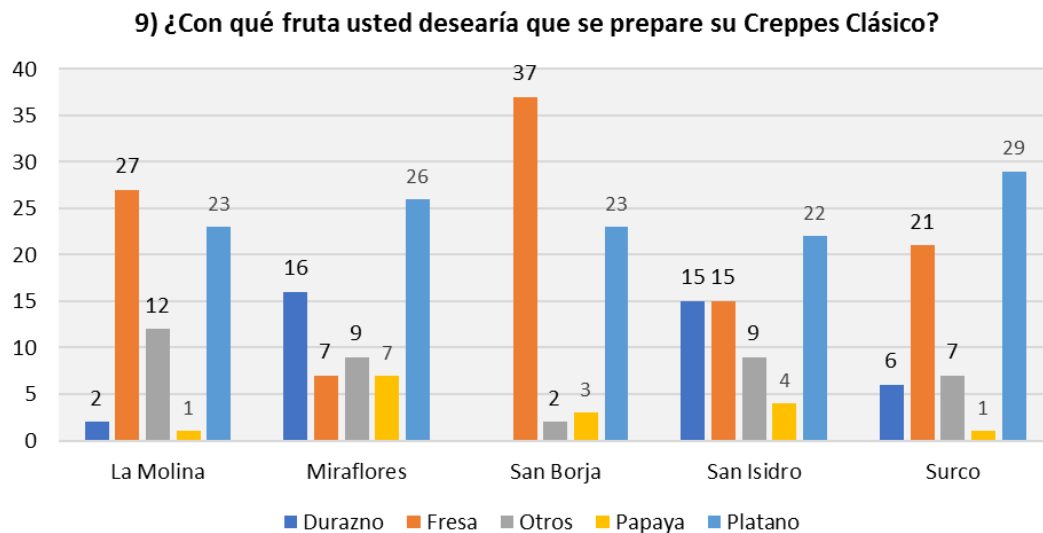
**TABLA 09:** Pregunta N° 9: ¿Con qué fruta usted desearía que se prepare su Crepes Clásicos?

DISTRITO SEXO RESPUESTAS	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Durazno		2	2	3%	9	7	16	25%			0%		6	9	15	23%	5	1	6	9%	39	12%
Fresa	15	12	27	42%	6	1	7	11%	27	10	37	57%	5	10	15	23%	12	9	21	33%	107	33%
Otros	7	5	12	18%	2	7	9	14%	1	1	2	3%	4	5	9	14%	4	3	7	11%	39	12%
Papaya		1	1	2%	1	6	7	11%		3	3	5%	3	1	4	6%		1	1	2%	16	5%
Platano	10	13	23	35%	15	11	26	40%	14	9	23	35%	12	10	22	34%	14	15	29	45%	123	38%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 9, se puede visualizar y llegar a la conclusión las frutas seleccionadas como topping son del agrado y consumo de los clientes en un 87,96%, mientras que el 12,04% siendo la minoría prefieren otras frutas que no están dentro de nuestro catálogo por decirlo de esa forma.

**Gráfico 12:** DISTRIBUCIÓN POR PREFERENCIA DE FRUTAS COMO TOPPING AL MOMENTO DE CONSUMIR SU ROLL ICE CREAM



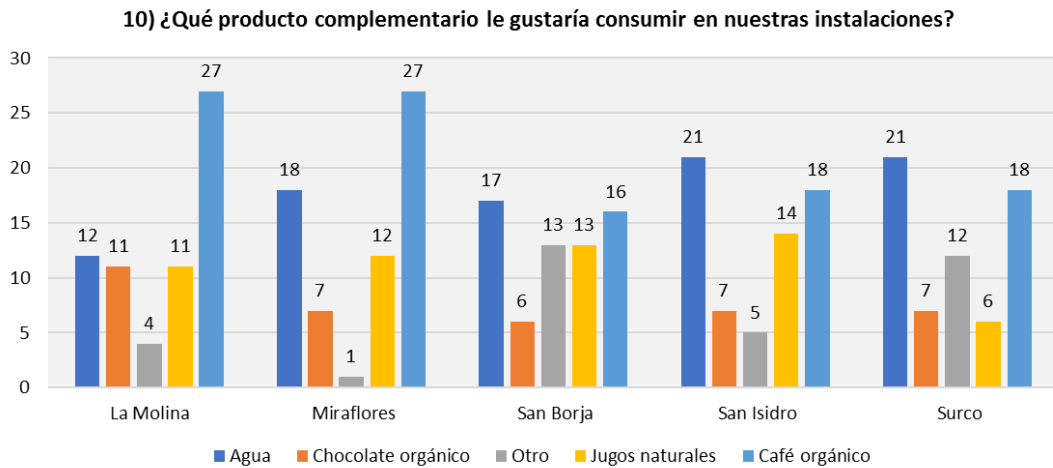
**TABLA 10:** Pregunta N° 10: ¿Qué producto complementario le gustaría consumir en nuestras instalaciones?

SEXO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Agua	4	8	12	18%	6	12	18	28%	10	7	17	26%	8	13	21	32%	9	12	21	33%	89	27%
Café orgánico	10	17	27	42%	14	13	27	42%	9	7	16	25%	9	9	18	28%	12	6	18	28%	106	33%
Chocolate orgánico	8	3	11	17%	4	3	7	11%	5	1	6	9%	7		7	11%	4	3	7	11%	38	12%
Jugos naturales	8	3	11	17%	9	3	12	18%	8	5	13	20%	6	8	14	22%	3	3	6	9%	56	17%
Otro	2	2	4	6%	1	1	2	2%	10	3	13	20%	5	5	8	11%	7	5	12	19%	35	11%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 10, podemos notar que el 33% de los 324 encuestados suele consumir como un producto alternativo un buen café, no dejando de lado otros productos como el chocolate, jugos de fruta, agua o entre otros. Esta tabla también nos da como dato que en el distrito de Surco las mujeres serían las más interesadas en el consumo de café.

**Gráfico 13:** DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN PRODUCTOS  
COMPLEMENTARIOS



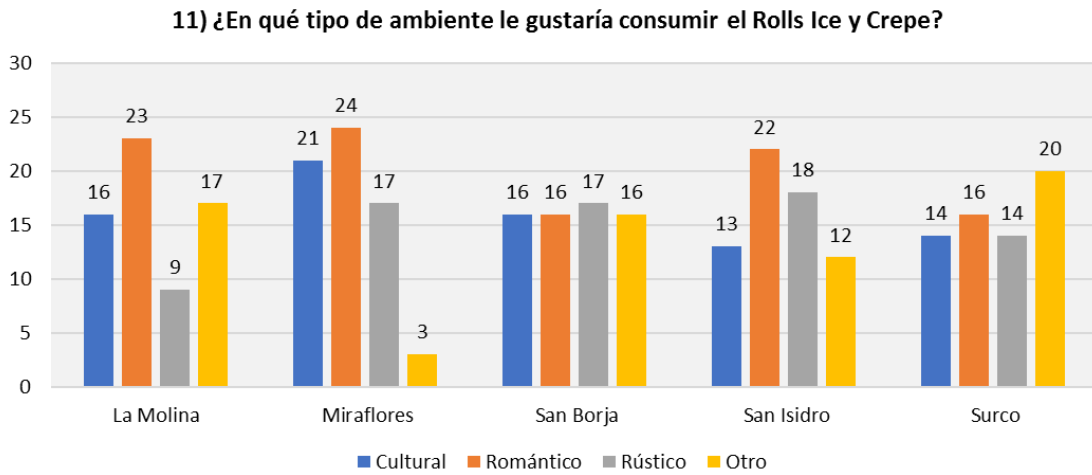
**TABLA 11:** Pregunta N° 11: ¿En qué tipo de ambiente le gustaría consumir el Rolls Ice Cream y Crepes?

DISTRITO SEXO	La Molina				Miraflores				San Borja				San Isidro				Surco				Σ Total	% Total
	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%	F	M	Σ	%		
Cultural	5	11	16	25%	8	13	21	32%	10	6	16	25%	5	8	13	20%	7	7	14	22%	80	25%
Otro	9	8	17	26%	3	3	6	5%	11	5	16	25%	1	11	12	18%	12	8	20	31%	68	21%
Romántico	16	7	23	35%	20	4	24	37%	10	6	16	25%	18	4	22	34%	7	9	16	25%	101	31%
Rústico	2	7	9	14%	5	12	17	26%	11	6	17	26%	6	12	18	28%	9	5	14	22%	75	23%
<b>Total General</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Equipo de Trabajo.

En la Tabla N° 11, podemos notar que los consumidores prefieren un ambiente más romántico al momento de elegir un lugar donde comer un helado, creppes o tomarse un buen café orgánico, según el 31% de los 324 encuestados liderado por el sexo femenino.

**Gráfico 14:** DISTRIBUCIÓN POR CONSUMO DE HELADOS SEGÚN EL TIPO DE AMBIENTE PARA CONSUMIR LOS ROLLS ICE CREAM & CREPPES



1.4. Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo

ANÁLISIS DEL MERCADO

**CUADRO N° 05: DISTRITO DE LA MOLINA**

LA MOLINA Distrito	
<b>UBICACIÓN</b>	En la parte central de la Costa peruana, en el departamento de Lima.
<b>SUPERFICIE TOTAL</b>	65,75 Km <sup>2</sup>
<b>COORDENADAS GEOGRÁFICAS</b>	12° 00° 03° a 12° 00° 07° Latitud Sur, 76° 57° 00° a 76° 51 ° 00° Longitud Oeste.
<b>POBLACIÓN</b>	Tiene una población 124,468 habitantes, según censo del 2005. N° de Urbanizaciones: 94 N° de Asentamientos Humanos: 05 N° de Asociaciones de Vivienda y Conjuntos Residenciales: 23
<b>CLIMA</b>	Entre los 13°C y los 31°C durante todo el año.
<b>LÍMITES</b>	Por el NORTE con Ate-Vitarte, por el OESTE con Santiago de Surco, por el SUR con Pachacamac y Villa María del Triunfo, y por el ESTE con Pachacamac.
<b>COMERCIOS</b>	Modernos edificios empresariales, centros comerciales, restaurantes, muebles, prendas de vestir y manufacturas varias.
<b>SERVICIOS</b>	Colegios, centros de enseñanza superior, atención médica, servicios financieros, peluquerías, reparaciones mecánicas, spa, hospedajes, entre otros.
<b>SALUD</b>	Cuenta con el hospital Carlos Alcántara Butterfield y MoliSalud, también existen otros centros médicos, consultorios particulares y clínicas de servicios diversos.
<b>EDUCACIÓN</b>	En este distrito existen Talleres Educativos, Concursos y Exposiciones de Pintura, Bibliotecas, Centros de Educación Inicial, Centro de Educación Primaria y Secundaria, Universidades, entre otros.
<b>AVENIDAS CENTRALES</b>	Avenida Las Palmeras, Avenida Javier Prado, Avenida Los Frutales, Avenida Los Constructores, Avenida La Molina y la Avenida Rinconada del Lago.

**CUADRO N° 06: DISTRITO DE SAN ISIDRO**

<b>SAN ISIDRO</b> Distrito	
<b>UBICACIÓN</b>	En la parte central de la Costa peruana, en el departamento de Lima.
<b>SUPERFICIE TOTAL</b>	9.78 Km <sup>2</sup> ó 978.47 Hectáreas; / 805 Manzanas.
<b>COORDENADAS GEOGRÁFICAS</b>	12°05'57"S 77°02'05"O°
<b>POBLACIÓN</b>	58,056 habitantes (25,184 hombres y 32,872 mujeres), según Censo 2007.
<b>CLIMA</b>	<p>La temperatura es de 18°C, La temperatura máxima en los meses veraniegos puede llegar a los 30°C y la mínima a los 12°C en época invernal. El distrito de San Isidro por estar ubicado en la franja costera tiene un clima del tipo árido, con deficiencia de lluvias durante todo el año; solo se presentan lloviznas ligeras entre abril y diciembre, con un ambiente atmosférico húmedo.</p> <p>Las sensaciones de calor o frío se dan de acuerdo con las estaciones correspondientes, están en función de la alta humedad atmosférica que domina el ambiente de la capital.</p> <p>En el distrito se distinguen cuatro estaciones habituales, verano, otoño, invierno y primavera con los siguientes promedios de temperatura diaria:</p> <p>Verano: Enero a marzo: 21°C a 29 °C.            Otoño: Abril a junio: 17°C a 27 °C.            Invierno: Julio a setiembre: 12°C a 19°C.            Primavera: Octubre a diciembre: 16°C a 24°C.</p>
<b>LÍMITES</b>	Al Oeste con Magdalena del Mar y el Océano Pacífico, al Norte con Jesús María, Lince y La Victoria, al Este con San Borja y al Sur con Miraflores y Surquillo.
<b>COMERCIOS</b>	Modernos edificios empresariales, centros comerciales, restaurantes, muebles, prendas de vestir y manufacturas varias.
<b>SERVICIOS</b>	Colegios, centros de enseñanza superior, atención médica, servicios financieros, peluquerías, reparaciones mecánicas, spa, hospedajes, entre otros.
<b>SALUD</b>	El distrito cuenta con un área de Salud Humana que ofrece los siguientes servicios: Carné sanitario, Certificado pre nupcial, Consultas Médicas en Consultorios GDS, Servicio de Consulta Médica a Domicilio, Psicología, Campañas y Jornadas de salud, Educación sanitaria en Salud, Laboratorio Clínico. Además, también se pueden encontrar Ambulancias, Centros Asistenciales EsSalud, Clínicas Privadas, etc.
<b>EDUCACIÓN</b>	En este distrito existen Actividades y talleres educativos en la Biblioteca Municipal, en la Biblioteca Infantil, en el Teatro de Cámara y en la Sala de Arte.
<b>AVENIDAS CENTRALES</b>	Av. Javier Prado, Av. Arequipa, Av. Camino Real, Av. Conquistadores, Av. Pardo y Aliaga, Vía Expresa.

**CUADRO N° 07: DISTRITO DE MIRAFLORES**

<b>MIRAFLORES</b> Distrito	
<b>UBICACIÓN</b>	Se encuentra dentro del conurbano de la ciudad de Lima.
<b>SUPERFICIE TOTAL</b>	9.62 km <sup>2</sup>
<b>COORDENADAS GEOGRÁFICAS</b>	12°07'03"S 77°02'35"O
<b>POBLACIÓN</b>	89,060 habitantes.
<b>CLIMA</b>	La temperatura media anual de la costa del Litoral Limeño es de 18 grados centígrados (64,4 grados Fahrenheit). La temperatura máxima en los meses veraniegos puede llegar a los 30°C (86°F) y la mínima a los 12°C (53.6°F) en época invernal.
<b>LÍMITES</b>	Limita al Norte con el distrito de San Isidro, al Este con el distrito de Surquillo y el distrito de Santiago de Surco, al Sur con el distrito de Barranco y al Oeste con el Océano Pacífico.
<b>COMERCIOS</b>	Modernos edificios empresariales, centros comerciales, restaurantes, muebles, prendas de vestir y manufacturas varias.
<b>SERVICIOS</b>	Colegios, centros de enseñanza superior, atención médica, servicios financieros, peluquerías, reparaciones mecánicas, spa, hospedajes, entre otros.
<b>EDUCACIÓN</b>	En este distrito existen Talleres Educativos, Concursos y Exposiciones de Pintura, Bibliotecas, Centros de Educación Inicial, Centro de Educación Primaria y Secundaria, Universidades, entre otros.
<b>AVENIDAS CENTRALES</b>	Avenida Las Palmeras, Avenida Javier Prado, Avenida Los Frutales, Avenida Los Constructores, Avenida La Molina y la Avenida Rinconada del Lago.

**CUADRO N° 08: DISTRITO DE SAN BORJA**

<b>SAN BORJA</b> Distrito	
<b>UBICACIÓN</b>	Es uno de los 43 distritos de la provincia de Lima, Capital de la República del Perú, ubicada en el departamento homónimo.
<b>SUPERFICIE TOTAL</b>	9,96 km <sup>2</sup>
<b>COORDENADAS GEOGRÁFICAS</b>	12°06'00"S 77°01'00"O
<b>POBLACIÓN</b>	Total: 111 928 habitantes Densidad: 11 237,75 hab/km <sup>2</sup>
<b>CLIMA</b>	El clima del distrito de San Borja es templado cálido, con una humedad anual superior al 95%; la temperatura oscila, sin variaciones abruptas, entre los 17 y 27°C y presenta garúas escasas y superficiales.
<b>LÍMITES</b>	Limita por el NORTE con el Distrito de San Luis, el Distrito de La Victoria y el distrito de Ate; por el ESTE con el Distrito de Santiago de Surco; por el SUR con el distrito de Surquillo y por el OESTE con el distrito de San Isidro.



<p><b>COMERCIOS</b></p>	<p>Modernos edificios empresariales, centros comerciales, restaurantes, muebles, prendas de vestir y manufacturas varias. Existen dos grandes Centros Comerciales que son: "Centro Comercial La Rambla", frente a la Av. Javier Prado y "Centro Comercial Real Plaza", frente a la Av. Angamos en el límite el distrito de Surquillo; ambos cuentan con numerosas tiendas por departamentos, Supermercados, Restaurantes, Salas de Cine y lugares de diversión.</p>
<p><b>SERVICIOS</b></p>	<p>Colegios, centros de enseñanza superior, atención médica, servicios financieros, peluquerías, reparaciones mecánicas, spa, hospedajes, entre otros.</p>
<p><b>SALUD</b></p>	<p>Cuenta con El Instituto Nacional de Salud del Niño, sede de San Borja, que se ubica frente a la Av. Javier Prado., también existen otros centros médicos, consultorios particulares y clínicas de servicios diversos.</p>
<p><b>EDUCACIÓN</b></p>	<p>En este distrito existen Talleres Educativos, Concursos y Exposiciones de Pintura, Bibliotecas, Centros de Educación Inicial, Centro de Educación Primaria y Secundaria, Universidades, entre otros. Además, podemos encontrar El Centro Cultural de la Nación, que alberga a la Biblioteca Nacional del Perú, el Gran Teatro Nacional del Perú, el Museo de la Nación, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación, todas estas construcciones se ubican sobre la Av. Javier Prado en la intersección con la Av. Aviación, donde además se ubica la Estación la Cultura del Metro de Lima.</p>
<p><b>AVENIDAS CENTRALES</b></p>	<p>El distrito cuenta con las siguientes avenidas importantes como la Av. Javier Prado, Aviación, Guardia Civil, San Luis y circundada por el lado este por la Panamericana Sur, tiene como ejes de circulación las Avenidas San Borja Norte y San Borja Sur así como la Avenida de Las Artes. En el año 2011, empezó a circular en vía elevada sobre la Aviación, la Línea 1 del Metro de Lima.</p>

**CUADRO N° 09: DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO**

SANTIAGO DE SURCO Distrito	
<b>UBICACIÓN</b>	Se ubica en el Centro Occidental del departamento de Lima. Se halla comprendido dentro de las siguientes coordenadas geográficas:  Altitud: 68 metros Latitud: 12°08'36" Longitud: 77°00'13"
<b>SUPERFICIE TOTAL</b>	52.00 km <sup>2</sup>
<b>COORDENADAS GEOGRÁFICAS</b>	12°09'00"S 77°01'00"O
<b>POBLACIÓN</b>	Total: 289 597 hab. Densidad: 8333,73 hab/km <sup>2</sup>
<b>CLIMA</b>	18° C (temperatura promedio) 27° C (enero - marzo) y 15° C (en invierno)
<b>LÍMITES</b>	<b>Norte:</b> Con los distritos de La Molina, Ate Vitarte y San Borja. <b>Sur:</b> Con el distrito de Chorrillos. <b>Este:</b> Con los distritos de La Molina, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores. <b>Oeste:</b> Con los distritos de San Borja, Miraflores, Surquillo y Barranco.
<b>COMERCIOS</b>	Modernos edificios empresariales, centros comerciales, restaurantes, muebles, prendas de vestir y manufacturas varias.
<b>SERVICIOS</b>	Colegios, centros de enseñanza superior, atención médica, servicios financieros, peluquerías, reparaciones mecánicas, spa, hospedajes, entre otros.
<b>SALUD</b>	Cuenta con el Centro de Salud Santiago de Surco, también existen otros centros médicos, consultorios particulares y clínicas de servicios diversos.
<b>EDUCACIÓN</b>	En este distrito existen Talleres Educativos, Concursos y Exposiciones de Pintura, Bibliotecas, Centros de Educación Inicial, Centro de Educación Primaria y Secundaria, Universidades, entre otros.
<b>AVENIDAS CENTRALES</b>	Avenida El Polo, Avenida Manuel Olguin, Avenida Javier Prado, Avenida Los Constructores, Avenida La Molina y la Avenida Rinconada del Lago.

Gráfico 15: DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS



DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2017 - LIMA METROPOLITANA

PERSONAS - (%) HORIZONTALES

Zona	TOTAL	Niveles Socioeconómicos				
		NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	4.4	24.5	42.2	23.0	5.9
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.0	13.6	46.4	30.7	9.3
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.5	28.3	49.8	18.9	0.5
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.2	16.1	43.5	31.5	7.7
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	2.8	31.0	43.6	20.1	2.5
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.0	17.0	47.3	27.3	7.4
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	14.9	59.3	19.8	5.9	0.1
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.9	46.0	11.4	6.2	1.5
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	2.7	31.3	42.3	19.1	4.6
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac)	100	0.0	10.4	48.4	30.4	10.8
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.6	21.5	45.6	22.0	9.3
Otros	100	0.0	10.3	32.3	37.9	19.5

APEIM 2017: Data ENAHO 2016

Gráfico 16: PROMEDIO DE INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2017 – APEIM



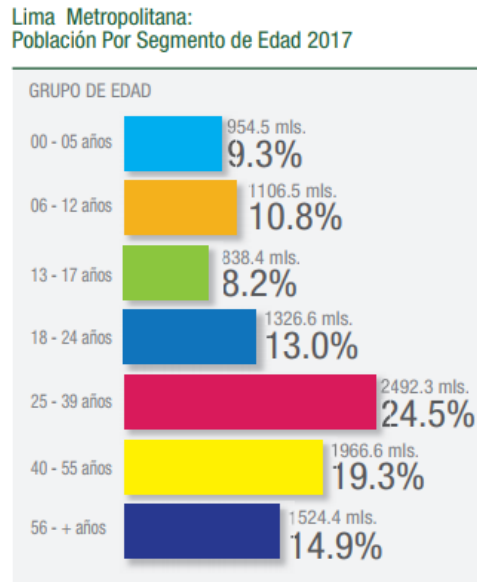
INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2017 - LIMA METROPOLITANA

PROMEDIOS

	Lima Metropolitana							
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – <b>gasto promedio</b>	S/. 1,268	S/. 1,582	S/. 1,461	S/. 1,286	S/. 1,319	S/. 1,227	S/. 1,062	S/. 912
Grupo 2 : Vestido y Calzado – <b>gasto promedio</b>	S/. 170	S/. 333	S/. 242	S/. 152	S/. 168	S/. 123	S/. 112	S/. 98
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – <b>gasto promedio</b>	S/. 472	S/. 998	S/. 690	S/. 429	S/. 453	S/. 386	S/. 281	S/. 190
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – <b>gasto promedio</b>	S/. 205	S/. 1,068	S/. 293	S/. 130	S/. 140	S/. 112	S/. 95	S/. 78
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – <b>gasto promedio</b>	S/. 253	S/. 609	S/. 355	S/. 230	S/. 262	S/. 173	S/. 151	S/. 100
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – <b>gasto promedio</b>	S/. 405	S/. 1,424	S/. 668	S/. 320	S/. 355	S/. 256	S/. 147	S/. 90
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – <b>gasto promedio</b>	S/. 475	S/. 1,321	S/. 800	S/. 380	S/. 423	S/. 302	S/. 219	S/. 112
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – <b>gasto promedio</b>	S/. 220	S/. 465	S/. 307	S/. 195	S/. 209	S/. 169	S/. 142	S/. 140
<b>PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL</b>	S/. 3,468	S/. 7,800	S/. 4,815	S/. 3,122	S/. 3,329	S/. 2,748	S/. 2,211	S/. 1,719
<b>PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*</b>	S/. 5,006	S/. 14,205	S/. 7,297	S/. 4,193	S/. 4,586	S/. 3,483	S/. 2,851	S/. 2,120

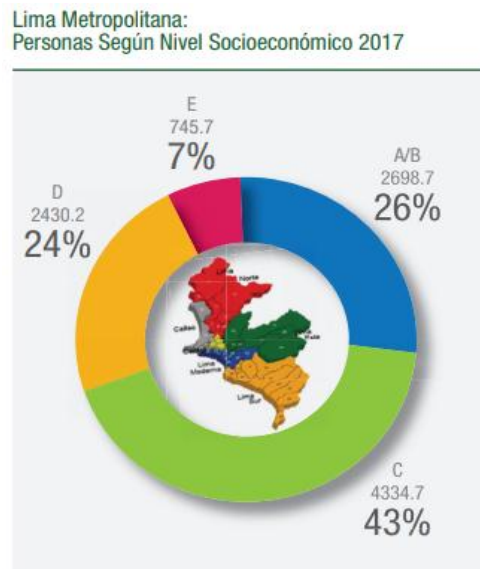
\*Ingreso estimado en base al gasto - INEI  
Data ENAHO 2016. Elaboración APEIM.

**Gráfico 17:** POBLACIÓN TOTAL POR SEGMENTO DE EDADES 2017 – APEIM



Fuente: CPI, agosto 2017.

**Gráfico 18:** NIVEL SOCIOECONÓMICO 2017 - Departamento Lima Metropolitana



Fuente: INEI- Estimados y proyecciones de población.

Elaboración: Departamento de Estadística - CPI

### 1.4.1. Información histórica

#### 1.4.1.1. Ice Cream Rolls

Si hay algo que los peruanos consumimos durante todo el año son los helados. Estos sean, artesanales, con brownie o torta de chocolate, son muchas las formas de disfrutar este riquísimo postre, ya sea, al iniciar la mañana, a medio día o por la noche, nunca caen mal para deleitarse y darse un gusto.

Pues, ¿Te imaginas otra original presentación? Hoy te mostramos una deliciosa idea, que cada vez se vuelve más popular en el resto del mundo: El helado a la plancha o I-Tim-Pad (en tailandés: “ไอติมผัด”, que puede traducirse simplemente como “helado”), también llamado Ice Roll o Ice Cream Roll (en inglés: “rollo de hielo” y “rollo de helado”) es una técnica artesanal de elaboración de helado originaria de Tailandia, motivo por el que también es conocido popularmente como helado tailandés. Este postre es a menudo clasificado como una variante del helado frito o un plato similar a este, y ha empezado a ganar notoriedad y popularidad internacionalmente, sobre todo desde 2015.

Los orígenes del helado tailandés se sitúan a finales de la década de 1990, cuando los vendedores ambulantes de los mercados nocturnos de Phuket comenzaron a elaborarlo como un producto artesanal.<sup>1</sup>

#### 1.4.1.2. Creppes

Otra alternativa con la que nuestra heladería contará para complementar, son los famosos y deliciosos Crepes: Se denomina crepe, crepa, o crep (del francés crêpe, y éste a su vez del latín crispus, “crespo”) a la receta europea de origen francés bretón, hecha fundamentalmente de harina de trigo, con la que se elabora una masa en forma de disco, de unos 16 cm de diámetro. Se sirve habitualmente como base de un plato o postre, aplicándole todo tipo de ingredientes dulces.

---

<sup>1</sup> "Qué es el Ice Roll, la nueva tendencia en helados". losandes.com.ar. Consultado el 9 de febrero de 2018.

La tortita es otro tipo de crepe, hecho con levadura o gasificantes, de menor diámetro (10 cm) y se hace a fuego lento, en vez de medio.

Las crepes son originarias de la región de Bretaña, al oeste de Francia, en donde se llaman *krapouezh*; actualmente es un plato consumido a diario en todo el país, especialmente en el *Chandeleur* o Fiesta de la Candelaria, como parte de la tradición local (habitualmente se sirven acompañados de sidra). En esta región francesa se distinguen dos platos parecidos: las *crêpes* elaboradas con trigo candeal y generalmente reservadas a los dulces y las *galettes* (galletas) elaboradas con trigo sarraceno (o alforfón), en general reservadas a rellenos salados. Este tipo de trigo oscuro fue traído a Europa de China y a su paso por Europa Oriental dio origen a una comida similar, los *blinis*.

En Europa Central, se llama *palačinka* (República Checa, Serbia, Croacia), *palatschinken* (Austria), *palachinca* (Bulgaria) o *palacsinta* (Hungría), términos todos derivados del latín *placenta*. Según los estudios realizados, el origen de este plato se halla en la época del Imperio Romano, y las naciones que surgieron en sus antiguas provincias eventualmente continuaron preparándolo a través de los siglos. En la mayoría de las regiones alemanas es *pfannkuchen* y en neerlandés *pannenkoeken* (que proviene de unir las palabras 'sartén' y 'torta').

En España se suelen acompañar con nata montada, mermelada, azúcar, chocolate o embutido (generalmente jamón de York y queso) como desayuno o merienda en cafeterías y restaurantes. En Galicia y Asturias son, tradicionalmente, típicas de los carnavales. En Galicia se denominan *filloas* o *freixós*, y en Asturias *fayuelos* o *frixuelos* (frisuelos en Cantabria).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> "Comment faire des crêpes? | Pourquoi Comment: Les réponses à vos questions!". [www.pourquicocomment.fr](http://www.pourquicocomment.fr). Consultado el 11 de enero de 2016

## 1.4.2. Proyección de la demanda con información primaria (métodos de proyección).

**TABLA 12: DEMANDA HISTÓRICA DE HELADOS EN LITROS**

<b>MES \ AÑOS</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Enero	4,993,882	5,020,183	5,271,192	5,534,752	5,811,489
Febrero	4,993,882	5,020,183	5,271,192	5,534,752	5,811,489
Marzo	3,841,448	3,861,679	4,054,763	4,257,501	4,470,376
Abril	3,073,158	3,089,343	3,243,810	3,406,001	3,576,301
Mayo	2,689,013	2,703,175	2,838,334	2,980,251	3,129,263
Junio	2,304,868	2,317,007	2,432,858	2,554,500	2,682,226
Julio	2,689,013	2,703,175	2,838,334	2,980,251	3,129,263
Agosto	2,304,868	2,317,007	2,432,858	2,554,500	2,682,226
Septiembre	2,304,868	2,317,007	2,432,858	2,554,500	2,682,226
Octubre	2,689,013	2,703,175	2,838,334	2,980,251	3,129,263
Noviembre	3,073,158	3,089,343	3,243,810	3,406,001	3,576,301
Diciembre	3,457,303	3,475,511	3,649,287	3,831,751	4,023,339
<b>TOTAL</b>	<b>38,414,482</b>	<b>38,616,795</b>	<b>40,547,634</b>	<b>42,575,016</b>	<b>44,703,767</b>

*Fuente: Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, SUNAT, INEI.*

Al ser el helado un producto que se consume mayormente en temporadas donde el clima es caluroso se ha optado por usar el método de tendencia multiplicativo de manera mensual para proyectar la demanda de acuerdo con el mes en que nos encontremos.

De esta manera podemos tomar las previsiones necesarias en términos de insumos y personal para atender los meses donde haya mayor afluencia de público. Asimismo, optar por la introducción de productos complementarios al helado de crema para nuestro público buscando reducir el impacto en los ingresos de la empresa debido a la estacionalidad que presenta nuestro principal producto.

**TABLA 13: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HELADO EN LITROS**

<b>AÑO</b> <b>MES</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Enero	5,869,895	6,089,431	6,308,967	6,528,503	6,748,039
Febrero	5,872,931	6,091,898	6,310,865	6,529,832	6,748,799
Marzo	4,520,871	4,688,905	4,856,940	5,024,975	5,193,009
Abril	3,618,561	3,752,643	3,886,724	4,020,806	4,154,888
Mayo	3,166,623	3,283,597	3,400,572	3,517,546	3,634,521
Junio	2,713,517	2,813,446	2,913,376	3,013,305	3,113,234
Julio	3,162,863	3,278,984	3,395,105	3,511,226	3,627,346
Agosto	2,703,750	2,802,712	2,901,674	3,000,636	3,099,598
Septiembre	2,699,403	2,797,905	2,896,408	2,994,910	3,093,413
Octubre	3,147,460	3,261,964	3,376,468	3,490,972	3,605,476
Noviembre	3,597,178	3,727,648	3,858,117	3,988,586	4,119,056
Diciembre	4,048,543	4,194,940	4,341,338	4,487,736	4,634,134
<b>TOTAL</b>	<b>45,121,599</b>	<b>46,784,079</b>	<b>48,446,559</b>	<b>50,109,039</b>	<b>51,771,519</b>

*Fuente: Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, SUNAT, INEI.*

#### 1.4.3. Factores estacionales

Para Royal Mx Rolls, los factores estacionales que afectarían en sus ventas serían en la temporada de invierno:

- Del 22 de junio al 22 de septiembre.

Pero como plan de contingencia, ofreceremos crepes para poder compensar la disminución de las ventas e ingresos en dicha estación y no vernos afectados del todo.

#### 1.5. Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo

##### 1.5.1. Identificación y análisis de la competencia

##### 1.5.1.1. Competencia directa

Ya que nuestro plan de negocios se planea realizar al mercado del sector socioeconómico A, en los distritos de La Molina, Santiago de surco, San Borja, San isidro y Miraflores, analizamos la competencia de dichos lugares.



**CUADRO N° 10: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA		
DISTRITO	EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA
Santiago de Surco	Miri Ice Cream Rolls	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 años a 40 años de la clase A, B y C. <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 9.50 Soles. <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.
Miraflores	Roll It	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 años a 40 años de la clase A, B y C. <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles. <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Calle Porta N° 120, Miraflores, CP: 15074.
	Rollo Ice Cream	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 años a 40 años de la clase A, B y C. <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 9.50 Soles. <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Calle Berlín N° 207, Miraflores, CP: 15074.

#### 1.5.1.2. Competencia Indirectas:

En las competencias indirectas son todos los productos que pueden satisfacer la misma necesidad que nuestro negocio, por ello, se elaboró una lista de las empresas que pueden cumplir con dicha descripción.

**CUADRO N° 11: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE LA MOLINA**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA		
DISTRITO	EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA
La Molina	Mr. Chill	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Helados de Crema.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 18.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Jr. Los Bambúes Cdra. 3, La Molina.</p>
	Supermercados Metro	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Productos Diversos.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 25.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. La Molina N° 1068, La Molina.</p>
	Hipermercados Plaza Vea	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Productos Diversos.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 20.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. La Molina N° 1080, La Molina.</p>
	Bodegas	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Productos Diversos.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. Separadora Industrial N° 252, La Molina.</p>
	Angélica	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Cremoladas y jugos de fruta.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 12.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. Flora Tristan N° 295, La Molina.</p>

**CUADRO N° 12: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA		
DISTRITO	EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA
Santiago de Surco	<b>Bembos</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Comida rápida y helados de crema. <b>Precio:</b> S/ 18.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo y delivery. <b>Dirección:</b> C.C Jockey Plaza - Av. Javier Prado Este N° 4200, Surco.
	<b>Burger King</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Comida rápida y helados de crema. <b>Precio:</b> S/ 20.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo y delivery. <b>Dirección:</b> Av. Caminos del Inca N° 408, Surco.
	<b>Mc Donald</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Comida rápida y helados de crema. <b>Precio:</b> S/ 18.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo y delivery. <b>Dirección:</b> Av. Caminos del Inca N° 408, Surco.
	<b>D'Casa Helados Gourmet</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 12.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Caminos del Inca N° 170, Monterrey, Surco.
	<b>Helados Paletti</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 14.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> CC Caminos del Inca - Jr. Monterrey N° 123, Surco.
	<b>Zacateca Paletas Mexicanas</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 14.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Villaran N° 967, Surco.
	<b>Helados Anelare</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> C.C Jockey Plaza - Av. Javier Prado Este N° 4200, Surco.

**CUADRO N° 13: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SAN BORJA**

<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA</b>		
<b>DISTRITO</b>	<b>EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA</b>	<b>DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA</b>
<b>San Borja</b>	<b>Dolce Latte Perú</b>	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Helados de Crema.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. Rosa Toro N° 144, San Borja.</p>
	<b>Marcianos Frozen Fruits</b>	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Helados de Hielo (Marcianos)</p> <p><b>Precio:</b> S/ 2.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Calle Las Musas N° 231 Torres de Limatambo, San Borja.</p>
	<b>Pinkberry</b>	<p><b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C</p> <p><b>Producto:</b> Helados de crema.</p> <p><b>Precio:</b> S/ 16.00 Soles</p> <p><b>Plaza:</b> Sistema de canal directo.</p> <p><b>Dirección:</b> Av. Javier Prado N° 2050, San Borja.</p>

**CUADRO N° 14: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE MIRAFLORES**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTAS		
DISTRITO	EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA
Miraflores	<b>El Parque Donofrio</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de crema, bebidas calientes-frías, platos de fondo y postres. <b>Precio:</b> S/25.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Lima N° 401, Miraflores - CP: 15074.
	<b>Frutilados Miraflores</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Sushi y Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 25.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Calle Porta N° 315, Miraflores CP: 15074.
	<b>Harry's Fuente de Soda</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helado de Crema Rolls. <b>Precio:</b> S/ 12.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Andrés Aramburú N° 116, Miraflores - CP: 15074.
	<b>Gelarti</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema y jugos. <b>Precio:</b> S/ 18.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Miraflores - CP: 15074.
	<b>Amore Mio! Heladería</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 12.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. La Paz N° 178, Miraflores - CP: 15074.
	<b>Elarte</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> General Mendi Buru N° 738, Miraflores - CP: 15074.
	<b>Palettas</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 12.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. La Paz N° 178, Miraflores - CP: 15074.

**CUADRO N° 15: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTA – DISTRITO DE SAN ISIDRO**

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INDIRECTAS		
DISTRITO	EMPRESA HELADERIA Y CAFETERIA	DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA INDIRECTA
San Isidro	<b>The Ice Cream Factory</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de crema. <b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Los Conquistadores N° 395, San Isidro - CP: 15073.
	<b>Helados Anelare</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 10.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Comandante Espinar N° 635, San Isidro - CP: 15073.
	<b>Nice Cream</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema. <b>Precio:</b> S/ 15.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Av. Los Conquistadores N° 282, San Isidro - CP: 15073.
	<b>La Latteria</b>	<b>Mercado Meta:</b> Edades entre 5 a 40 años de la clase A, B y C <b>Producto:</b> Helados de Crema, bebidas y piqueos. <b>Precio:</b> S/ 16.00 Soles <b>Plaza:</b> Sistema de canal directo. <b>Dirección:</b> Pancho Fierro N° 131, San Isidro - CP: 15073.

### 1.5.2.Productos subtítulos y complementarios

**Raspadilla:** Hielo raspado de forma natural y al finalizar se coloca en la parte superior la miel de fruta, puede ser cualquier tipo de fruta el cual lo selecciona el consumidor.

**Cremolada:** Se utiliza una máquina que une el hielo con la miel de fruta que de igual forma lo selecciona el consumidor.

**Helado de hielo:** Es un helado hecho a base de agua, colorante, saborizante y azúcar, de forma alargada y con un palo que lo atraviesa para tomarlo. Se hace congelando el líquido alrededor de un palo de manera similar a una piruleta.

**Marciano:** Tipo de helado elaborado a partir de jugos de frutas naturales o de una solución azucarada con colorantes y saborizantes artificiales que se envuelve o no en un empaque o bolsa de plástico cerrada y se congela.

**Yogurt frozen:** El yogur congelado, yogurlado o yogur helado es un producto lácteo helado elaborado principalmente de yogur u otros productos lácteos. El yogur helado se sirve en versiones de bajo contenido graso de forma alternativa a como se sirve el helado.

**Smoothies:** Un smoothie es un batido de fruta comercializado con esta apelación. Es una bebida cremosa no alcohólica preparada a base de trozos y zumos de fruta, concentrados o congelados, mezclados tradicionalmente con productos lácteos, hielo o helado

### 1.5.3. Análisis de los Precios

**CUADRO N° 16: ANÁLISIS DEL CONSOLIDADO DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA**

NOMBRE COMERCIAL	DISTRITO	PRECIO	SERVICIOS ADICIONALES
D'Lucuma	La Molina	S/. 15.00	
San Antonio La Molina		S/. 42.00	
Helados Anelare		S/. 10.00	
Pinkberry		S/. 15.00	
Dalcello	Santiago de Surco	S/. 8.00	
Cattleya - Helados Artesanales		S/. 12.00	Postres de Repostería Fina
Nativa De Shambo Heladeria		S/. 10.00	
Chimney Inc.		S/. 11.00	
Sarcletti		S/. 25.00	
Quska	San Borja	S/. 10.00	
Coconube		S/. 15.00	
Yogashi Patisserie		S/. 25.00	
La Panera Gelato		S/. 15.00	
4D		S/. 18.00	
Amorelado		S/. 15.00	
Sorbets & Ice Cream Café		S/. 35.00	
Gelato Mio	Miraflores	S/. 25.00	
Helado Amable Perú		S/. 30.00	
Icecookies		S/. 25.00	
Frutilados		S/. 15.00	

### 1.5.3.1. Factores que influyen en los precios del negocio

#### A. Costos Fijos

- Alquiler del establecimiento (Espacio físico donde será el negocio)
- Teléfono
- Internet
- Pago de Planilla
- Pago de RHE (Recibos por Honorarios Electrónicos)
- Seguro (Médico, Contra Siniestros, Robo)
- Cable
- Pago por mantenimiento
- Pago a SUNAT
- Publicidad
- Pago por Seguridad

#### B. Costos Variables

- Insumos
- Menaje descartable
- Electricidad
- Agua
- Gas Natural
- Merchandising

### 1.5.3.2. Fijación del precio de Mercado

Teniendo en consideración, que en Lima Metropolitana existe una gran presencia de heladerías, cafés, restaurantes; siendo los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina los lugares propicios para definir el precio del mercado en base a la competencia <sup>3</sup>y el resultado

---

<sup>3</sup> KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary (2001); Principios de Marketing Octava edición, New Jersey:Prentice Hall Inc.



de las encuestas realizadas como parte de la investigación para este plan de negocio con respecto a nuestro público objetivo.

Nuestros productos y servicios a comparación de la competencia tendrán un valor añadido, justificando el precio en relación al rango promedio del mercado y el rango promedio considerado en las encuestas ejecutados por el plan de negocio.

La fijación de precios para un determinado producto o servicio, se basan en utilizar los precios de la competencia para establecer nuestros propios precios. Siguiendo la línea de los objetivos trazados por la empresa, como tácticas de penetración en el mercado, inclusión de la marca, estrategias comerciales, metas económicas, entre otras; donde el precio puede sufrir cambios en el ciclo de vida de nuestro producto. Hoy por hoy, tenemos en claro que, si una empresa quiere ganar un lugar en el mercado o posicionarse como marca, tiene que considerar que, dentro de su estrategia comercial agresiva, es tener el mejor precio económico o como se entiende, el precio más bajo del mercado ante sus competidores. Ahora, todo lo contrario, si una empresa quiere tener una imagen de prestigio, entonces, tendría que tener los precios más altos, para dar a entender que su producto es de calidad y/o exclusivo, según sea el caso. Un ejemplo claro es la marca Apple, sus equipos son altamente costosos porque ellos proyectan estilo, calidad y exclusividad a sus clientes que adquieren sus productos.

**CUADRO N° 17: PRECIOS GENERALES POR DISTRITOS DE LAS HELADERÍAS DE LIMA MODERNA**

DISTRITO	NOMBRE COMERCIAL	PRECIO
La Molina	D'Lucuma	S/. 15.00
	Mr. Chill	S/. 18.00
	Helados Anelare	S/. 18.00
Miraflores	Roll It	S/. 10.00
	Rollo Ice Cream	S/. 9.50
	El Parque Donofrio	S/. 25.00
	Frutilados Miraflores	S/. 25.00
	Harry's Fuente de Soda	S/. 12.00
	Gelarti	S/. 18.00
	Amore Mio! Heladería	S/. 12.00
	Elarte	S/. 10.00
	Palettas	S/. 12.00
	La Fiorentina Gelateria	S/. 10.00

DISTRITO	NOMBRE COMERCIAL	PRECIO
San Borja	Dolce Latte Perú	S/. 10.00
	Pinkberry	S/. 16.00
	The Ice Cream Factory	S/. 10.00
	Helados Anelare	S/. 10.00
	Nice Cream	S/. 15.00
	La Latteria	S/. 16.00
Santiago de Surco	Miri Ice Cream Rolls	S/. 9.50
	D'Casa Helados Gourmet	S/. 12.00
	Gran Sorbetto	S/. 15.00
	Helados Paletti	S/. 14.00
	Zacateca Paletas Mexicanas	S/. 14.00
	Helados Anelare	S/. 10.00

Elaborado por: Equipo de trabajo

Es por ello que, dicho método es simple y sencillo en términos de teoría económica y, por tanto, tiene un bajo riesgo al establecer un precio ineficaz, permitiéndonos alcanzar un equilibrio económico aceptable.

Para este método, se cuenta con la ventaja que los precios de la competencia son públicos y accesibles, permitiéndonos simplificar el trabajo de definir un precio acorde y óptimo para nuestros productos y servicio. En el siguiente cuadro podremos observar los precios de algunos establecimientos de Lima Metropolitana, enfocados en la Zona 7 del NSE.

#### 1.6. Balance Demanda-Oferta

**TABLA 14:** PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LITROS SEGÚN LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑO	POBLACION	DEMANDA
2013	588,666	38,414,482
2014	595,727	38,616,795
2015	602,760	40,547,635
2016	615,657	42,575,016
2017	627,334	44,703,767

AÑOS	POBLACION PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA
2018	677,521	55,856,025
2019	731,722	65,124,507
2020	790,260	75,134,467
2021	853,481	85,945,225
2022	921,759	97,620,842
2023	968,492	105,612,202

*Fuente: Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, SUNAT, INEI, CPI, APEIM.*

**TABLA 15: PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN LITROS SEGÚN PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

AÑO	POBLACION	OFERTA
2013	588,666	37,930,019
2014	595,727	38,129,781
2015	602,760	40,036,270
2016	615,657	42,038,083
2017	627,334	44,139,988

AÑO	POBLACION PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA
2018	677,521	54,392,580
2019	731,722	63,543,987
2020	790,260	73,427,505
2021	853,481	84,101,706
2022	921,759	95,629,842
2023	978,019	105,128,797

*Fuente: Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, SUNAT, INEI, CPI, APEIM.*

## 1.6.1. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha.

**TABLA 16: CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

AÑOS	POBLACION	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	677,521	55,856,025	54,392,580	1,463,445
2019	731,722	65,124,507	63,543,987	1,580,520
2020	790,260	75,134,467	73,427,505	1,706,962
2021	853,481	85,945,225	84,101,706	1,843,519
2022	921,759	97,620,842	95,629,842	1,991,000
2023	978,019	105,612,202	105,128,797	2,112,522

Fuente: Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, SUNAT, INEI, CPI, APEIM.

## 1.6.2. Proyección de las ventas y participación de Mercado

**TABLA 17: PROYECCIÓN DE VENTA DE HELADOS POR UNIDAD**

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	2,546	2,572	2,597	2,623	2,650
Febrero	2,546	2,572	2,597	2,623	2,650
Marzo	1,273	1,286	1,299	1,312	1,325
Abril	637	643	649	656	662
Mayo	424	429	433	437	442
Junio	424	429	433	437	442
Julio	424	429	433	437	442
Agosto	637	643	649	656	662
Setiembre	637	643	649	656	662
Octubre	1,273	1,286	1,299	1,312	1,325
Noviembre	2,546	2,572	2,597	2,623	2,650
Diciembre	2,546	2,572	2,597	2,623	2,650
<b>Σ Total Proyectado</b>	<b>15,914</b>	<b>16,073</b>	<b>16,233</b>	<b>16,396</b>	<b>16,560</b>

RESUMEN VENTAS HELADOS POR UNIDAD					
Año	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Proyectado Anual</b>	<b>15,914</b>	<b>16,073</b>	<b>16,233</b>	<b>16,396</b>	<b>16,560</b>

**TABLA 18: PROYECCION DE VENTA DE CREPPES POR UNIDAD**

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	437	448	459	471	482
Febrero	437	448	459	471	482
Marzo	874	896	918	941	965
Abril	1,748	1,792	1,837	1,883	1,930
Mayo	1,967	2,016	2,066	2,118	2,171
Junio	1,967	2,016	2,066	2,118	2,171
Julio	2,404	2,464	2,526	2,589	2,653
Agosto	2,404	2,464	2,526	2,589	2,653
Setiembre	1,967	2,016	2,066	2,118	2,171
Octubre	874	896	918	941	965
Noviembre	437	448	459	471	482
Diciembre	437	448	459	471	482
<b>Σ Total Proyectado</b>	<b>15,953</b>	<b>16,352</b>	<b>16,301</b>	<b>16,709</b>	<b>17,126</b>

<b>RESUMEN VENTAS CREPPES POR UNIDAD</b>					
<i>Año</i>	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Proyectado Anual</b>	<b>15,953</b>	<b>16,112</b>	<b>16,273</b>	<b>16,436</b>	<b>16,600</b>

**TABLA 19: PROYECCION DE VENTA DE AGUA POR UNIDAD**

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	111	114	118	121	125
Febrero	111	114	118	121	125
Marzo	83	85	88	91	94
Abril	55	57	59	61	62
Mayo	55	57	59	61	62
Junio	55	57	59	61	62
Julio	55	57	59	61	62
Agosto	28	28	29	30	31
Setiembre	28	28	29	30	31
Octubre	83	85	88	91	94
Noviembre	111	114	118	121	125
Diciembre	111	114	118	121	125
<b>Σ Total Proyectado</b>	<b>884</b>	<b>893</b>	<b>902</b>	<b>911</b>	<b>920</b>

<b>RESUMEN VENTAS AGUA POR UNIDAD</b>					
<i>Año</i>	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Proyectado Anual</b>	<b>884</b>	<b>893</b>	<b>902</b>	<b>911</b>	<b>920</b>

**TABLA 20: PROYECCION DE VENTA DE CAFÉ ORGÁNICO**

MES	AÑO				
	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	214	218	221	224	227
Febrero	429	435	442	448	455
Marzo	429	435	442	448	455
Abril	857	870	883	896	910
Mayo	1,286	1,305	1,325	1,344	1,365
Junio	1,286	1,305	1,325	1,344	1,365
Julio	1,500	1,523	1,545	1,569	1,592
Agosto	1,500	1,523	1,545	1,569	1,592
Setiembre	1,286	1,305	1,325	1,344	1,365
Octubre	429	435	442	448	455
Noviembre	214	218	221	224	227
Diciembre	214	218	221	224	227
<b>Σ Total Proyectado</b>	<b>9,643</b>	<b>9,739</b>	<b>9,837</b>	<b>9,935</b>	<b>10,034</b>

<b>RESUMEN VENTAS CAFÉ ORGÁNICO POR UNIDAD</b>					
<i>Año</i>	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Proyectado Anual</b>	<b>9,643</b>	<b>9,739</b>	<b>9,837</b>	<b>9,935</b>	<b>10,034</b>

## CAPITULO II – PLAN DE MARKETING

### 2. PLAN DE MARKETING

En este capítulo daremos a conocer nuestros productos y sus valores añadidos más a fondo, se hará llegar de forma en que se genere interés y aumente las expectativas de la población con referencia a nuestro giro de negocio que emprenderemos; siendo un objetivo general la inclusión e inserción de esta idea “*Helados al estilo Tailandés*” en la mente de los consumidores, bajo la marca de la empresa **Heladería Royal Mx Rolls**, y así generar una nueva necesidad; en dicho plan de marketing también se indicará como convertiremos nuestra marca en una muy reconocida y de prestigio, en la ciudad de Lima - Perú; iniciando primero por La Molina, Miraflores, San Isidro, San Borja y Surco .

Objetivos del Plan de Marketing:

- Crear un vínculo con los clientes, produciendo interés y fidelizando a nuestros clientes.
- Vigorizar los vínculos comerciales con nuestros socios estratégicos.
- Implementar e incluir una estrategia agresiva en la publicidad de la marca y en la estructura del establecimiento para reflejar un concepto atractivo para nuestros clientes, generando prestigio, tranquilidad y confianza a nuestros clientes.
- Determinar un diseño visual, exclusivo y original para lograr un mayor posicionamiento apoyado de marketing en acción de publicidad.
- Identificar los elementos principales que puedan afectar nuestro posicionamiento.
- Establecer una cultura empresarial basada en valores, siendo estos los pilares que asegurarán y respaldarán nuestro servicio ante el mercado.
- Lograr a través de la implementación de estrategias mercadológicas una mayor productividad y comercialización de nuestros productos.
- Homologar nuestros procesos y estandarizar nuestra calidad en nuestros productos y servicios.
- Desarrollar e innovar con nuevos servicios y valores añadidos.
- Monitorear y optimizar frecuentemente nuestros costos de operaciones para generar rentabilidad en nuestro negocio.

## 2.1. Estrategia general de Marketing<sup>4</sup>

### Estrategias de Segmentación

Se caracteriza por la elección previa de un segmento, mercado local, etc. y por ajustar una estrategia óptima que responda a las necesidades específicas de los clientes escogidos. Se trata, en consecuencia, no de ser los mejores del mercado, pero sí de ser los mejores en el segmento escogido, por ello hemos elegido las siguientes variables para segmentar a nuestro mercado:

- Geográfica:
  - Todas las personas residentes de los distritos de La Molina, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y zonas aledañas a nuestro establecimiento.
  
- Demográfica:
  - Cliente: Todas las personas que consuman helados a partir de 2 años de ambos sexos.
  - Consumidor: Todas las personas que consuman helados con el rango de edad entre 2 años a 65 años.
  - Conductual: Todas las personas que les gusten consumir helados de crema al estilo tailandés y que puedan adquirir de forma directa o indirecta nuestros productos.

### Estrategias de Diferenciación

Buscamos una diferenciación ante la competencia por nuestros valores agregados, diversos productos y/o servicios que ofrecemos, dándonos una ventaja. A ello, le sumamos nuestra forma profesional y creativa de preparar nuestros helados al estilo tailandés y con sabores especiales por nuestro personal altamente calificado; brindándoles un excelente servicio, una infraestructura moderna ubicada en la Calle Barlovento N° 310 – Santiago de Surco; estando a media cuadra de Polvos Rosados, este lugar una zona concurrida. Además, contarán nuestros clientes con un buen ambiente seguro y música acorde a la temática.

---

<sup>4</sup> SCHNAARS, Steven P. (1991), Marketing Strategy. A Customer-Driven Approach, New York:Baruch Colage.



### Estrategias de Posicionamiento

Queremos ser percibidos por nuestros clientes como una Heladería con sabor a Creatividad en Lima Metropolitana y diferenciarnos de otras heladerías o cafés por la experiencia y sensación de consumo por nuestros productos.

### Estrategias de Fidelización

Vamos a incluir un programa de fidelización que nos ayude a generar vínculos cercanos con nuestros clientes a corto, mediano y largo plazo, con la creación de herramientas como gifs cards, trae un amigo para obtener un descuento en tu helado, puntos bonus, sorteos por consumo a los clientes recurrentes (Premium Customers), entre otros.

#### 2.2. Política de Precios

Tenemos como ideal que los clientes elegirán el sabor que deseen de sus helados, el precio variará según la presentación elegida según el cliente, esto sea en tarrina biodegradable con un costo de S/.10.90 Soles o en cono dulce con el precio de S/.12.90 Soles, como a su vez, tendrán otras alternativas a selección como, café, agua, jugos naturales, entre otros.

Como se indica en las tablas líneas arriba, los precios son referenciales y pueden variar según la estacionalidad en el año.

#### 2.3. Tácticas de Venta

En Royal Mx Rolls Perú, no solo contaremos con la venta de diversos helados de crema de frutas con el preparado al estilo tailandés hace que nuestros clientes vayan a nuestro local y consuman los productos, debido a que es un producto novedoso y delicioso al momento de comerlo, sino también el ambiente y la buena atención.

Al ser una empresa nueva se dará a degustar al público en general, nuestros productos para que puedan probar, es más fácil darles en un período de tiempo el producto gratuito que ayudara a atraer en corto plazo clientes continuos a nuestro establecimiento.

Contamos con personal sumamente capacitados en la realización del helado de crema, como a la venta de nuestros diversos productos orgánicos, contando a su vez con empatía y buen trato con nuestros clientes, teniendo nuestros colaboradores capacitaciones constantes con respecto a los productos, atención al cliente, seguridad, entre otras.

Contar con redes sociales es un gran medio para darles a conocer nuestros productos a los consumidores que estén cerca o lejos de nuestro establecimiento, darles la intriga de los diferentes tipos de sabores que pueden degustar con nosotros, lo cual haría que podamos transformar esos clientes esporádicos a clientes recurrentes, con ello podremos obtener mayor acogida en los segmentos que queremos llegar.

Contar con una página web es algo fundamental para la llegada a nuevos prospectos de clientes, dando la facilidad de que pueda ver la gama de productos orgánicos que tenemos, precios, como los diferentes tipos de presentaciones que se puede tener con los productos orgánicos y el helado de crema orgánico, dándoles también una breve descripción la composición de dichos productos, a su vez darle la opción de hacer compras a delivery si viven en zonas cercanas al distrito de Surco.

#### 2.4. Política de Servicios y Garantía

Nuestra política de servicios es darle la descripción de los productos que brindamos, precios de cada uno de nuestra gama, tiempo de espera para la entrega de su pedido, dando una buena calidad de atención, a su vez teniendo un ambiente agradable para nuestros clientes.

Nuestra garantía es que muy aparte de que la preparación del helado de crema que se realiza en presencia del cliente y que los productos sea 100% naturales y de buena calidad, es que el ambiente y la buena atención de nuestros colaboradores le darán una perspectiva única al cliente de la calidad de local y del producto.

## 2.5. Publicidad y Promoción

Al ser nuestro el helado de preparación artesanal en rolls relativamente nuevo en el mercado y aunque una gran parte de nuestro público objetivo conoce de este, no ha tenido la oportunidad aún de probar esta nueva forma de preparación artesanal de helados en rolls.

Para ello nos vamos a enfocar en tres aspectos para desarrollar nuestra estrategia de publicidad:

### **Características:**

Darle a conocer a nuestro público que propiedades tiene nuestros helados, insumos orgánicos, preparación, toppings.

### **Beneficios:**

Hacer de conocimiento de nuestros clientes que si bien se trata de un producto agradable también es saludable pues tenemos sumo cuidado en la selección de nuestros productos para hacer de nuestros productos además de apetitoso, saludable.

### **Ventaja Competitiva:**

A diferencia de otros negocios que ya cuentan con nuestro producto, nosotros nos vamos a enfocar en el uso de frutas orgánicas para la preparación del helado. Así como también daremos la opción del tipo de leche a escoger. Desde los diferentes tipos de leche de vaca como también leche veggie.

Al ser un negocio nuevo y no poder hacer inversión de publicidad en medios de comunicación masivos, vamos a enfocarnos en el uso de las redes sociales para dar a conocer la ubicación de nuestro establecimiento y productos con los que contamos en la comunidad en general. Para ello hemos tomado la decisión de contratar un servicio de community manager que pueda lanzar publicaciones que causen impacto en la comunidad y que incentiven la visita de nuestro establecimiento.

Asimismo, para que los vecinos que transitan el distrito de Santiago de Surco vean que hay un nuevo lugar donde degustar de una novedosa preparación y presentación de helados, vamos a repartir volantes en las zonas aledañas. Nuestros empleados jugarán un rol importante en la introducción del producto a las personas que se acerquen al establecimiento para conocer de qué se trata.

En la fase de lanzamiento de nuestra heladería-cafetería orgánica vamos a optar por usar dos instrumentos para la promoción:

\*Descuento del 20% por lanzamiento, todas las personas que hagan la compra de su helado en las 2 primeras semanas, formarán parte de este descuento de manera automática.

\*Regalos, se le hará entrega de merchandising de la empresa a los clientes que consuman en nuestro establecimiento.

\*Demostraciones, explicar a nuestros \*clientes, que por primera vez van a ver la preparación de su helado, cada uno de los procesos de la preparación y hacerlos participar de la misma.

## 2.6. Diseño de la cadena de comercialización y elaboración, fundamentos técnicos

### 2.6.1.Producto

En definición, Royal Mx Rolls Perú SAC es un producto (marca) versátil que se adapta a la estacionalidad del año, como a la necesidad de los clientes que buscan consumir productos de calidad, ricos y novedosos, siendo estos los helados de cremas al estilo tailandés y los creppes en sus diversas preparaciones.

#### **Tipo de Productos:**

Nuestra marca contará con dos productos insignia que forman parte de core bussines.

- *Helado Rolls Ice Clásico:*

ARMA TU MIX (Todos vienen con una base a 2 tipos de frutas, 4 topping sólido y 1 liquido)

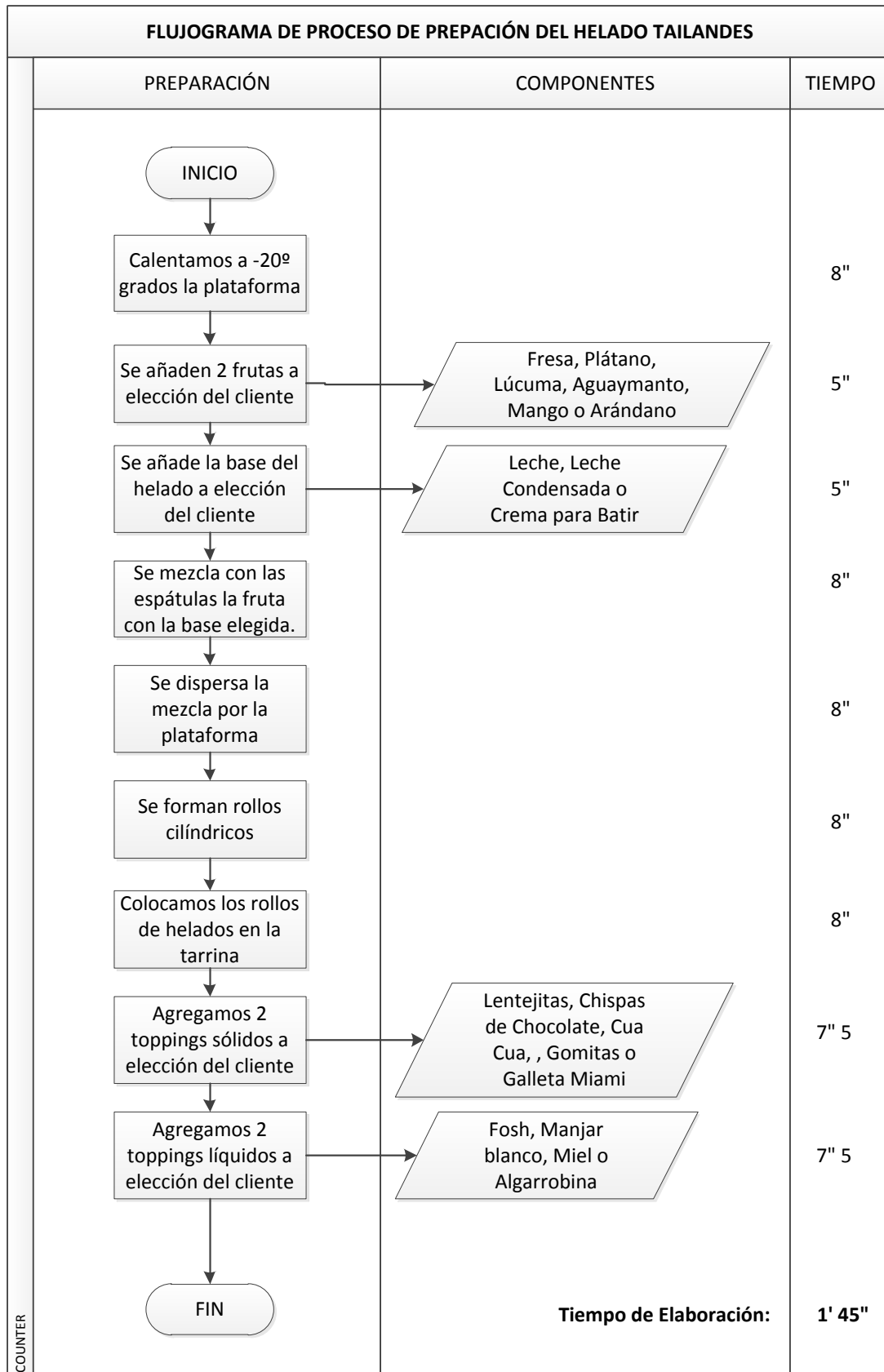
**CUADRO N° 18: ELIGE TUS TOPPINGS**

ELIGE 2 FRUTAS A COMBINAR		ELIGE TUS 4 TOPPINGS SÓLIDOS	
Fresa	Aguaymanto	Lentejitas	Gomitas
Plátano	Mango	Chispas de Chocolate	Galleta Miami
Lúcuma	Arádano	Cua-Cua	
ELIGE TU TOPPING QUE MÁS TE GUSTE			
Fosh	Manjar Blanco	Miel	Algarrobina

*Elaborado por: Equipo de trabajo*

El cliente puede seleccionar dos frutas para la preparación de su helado, después de ello puede elegir 4 topping sólidos para probar como también combinar los sabores y al finalizar elegir un topping líquido para darle un toque especial.

**Gráfico 19: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PREPARACIÓN DEL HELADO ROLLS ICE CLÁSICO**



- Crepe Clásico:

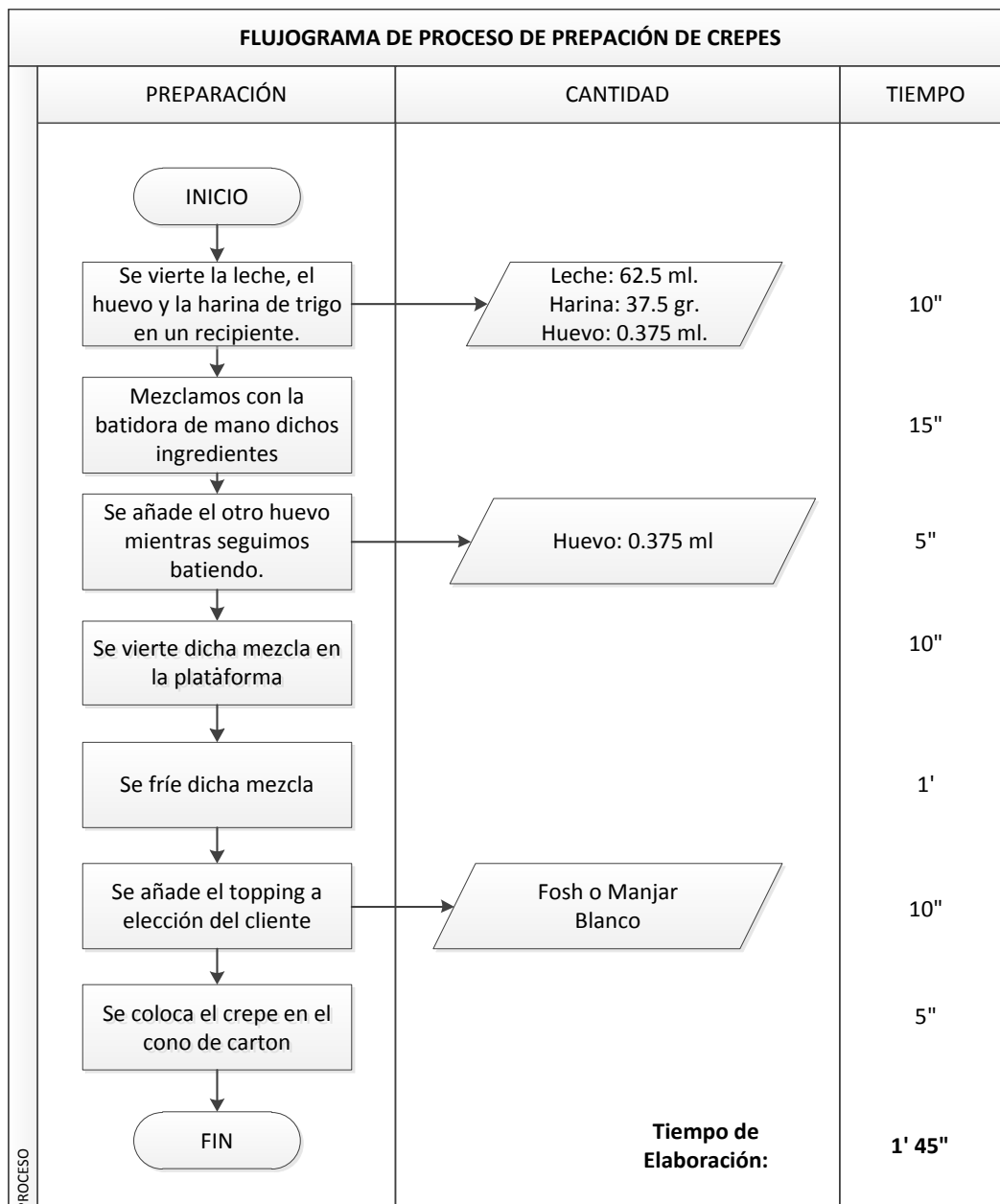
**CUADRO N° 19: TOPPINGS DEL CREPE CLÁSICO**

ELIGE EL TOPPING QUE MÁS TE GUSTE	
Fosh	Manjar Blanco

Elaborado por: Equipo de trabajo

El cliente al elegir nuestro crepe clásico que está elaborado por una masa entre leche, huevo y harina, puede seleccionar uno de nuestros dos topping líquidos que tenemos que en este caso sería el Fosh o Manjar Blanco lo cual le da un sabor único.

**Gráfico 20: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PREPARACIÓN DEL CREPE**



### 2.6.2.Precio

El precio comercial representativo que tendrá el **Helado Rolls Ice Clásico** es de:

**Gráfico 21:** HELADO ROLLS ICE CLÁSICO



**CUADRO N° 20:** PRECIO DEL HELADO ROLLS ICE CLÁSICO

TIPO	PRECIO
Helado Rolls Ice Clásico	S/ 12.00 Soles

Mientras que en el caso de los **Crepes Clásicos** es de:

**Gráfico 22:** CREPES CLÁSICOS



**CUADRO N° 21:** PRECIO DEL CREPE CLÁSICO

TIPO	PRECIO
Crepe Clásico	S/ 11.00 Soles

### 2.6.3.Plaza

En nuestro caso, contaremos con un establecimiento acondicionado para la atención y venta de los Ice Cream Rolls & Creppes, en el corazón del Comercio del distrito de Santiago de Surco, Lima Metropolitana.



## CAPITULO III – PLAN DE SERVICIOS

### 3. Plan de servicios

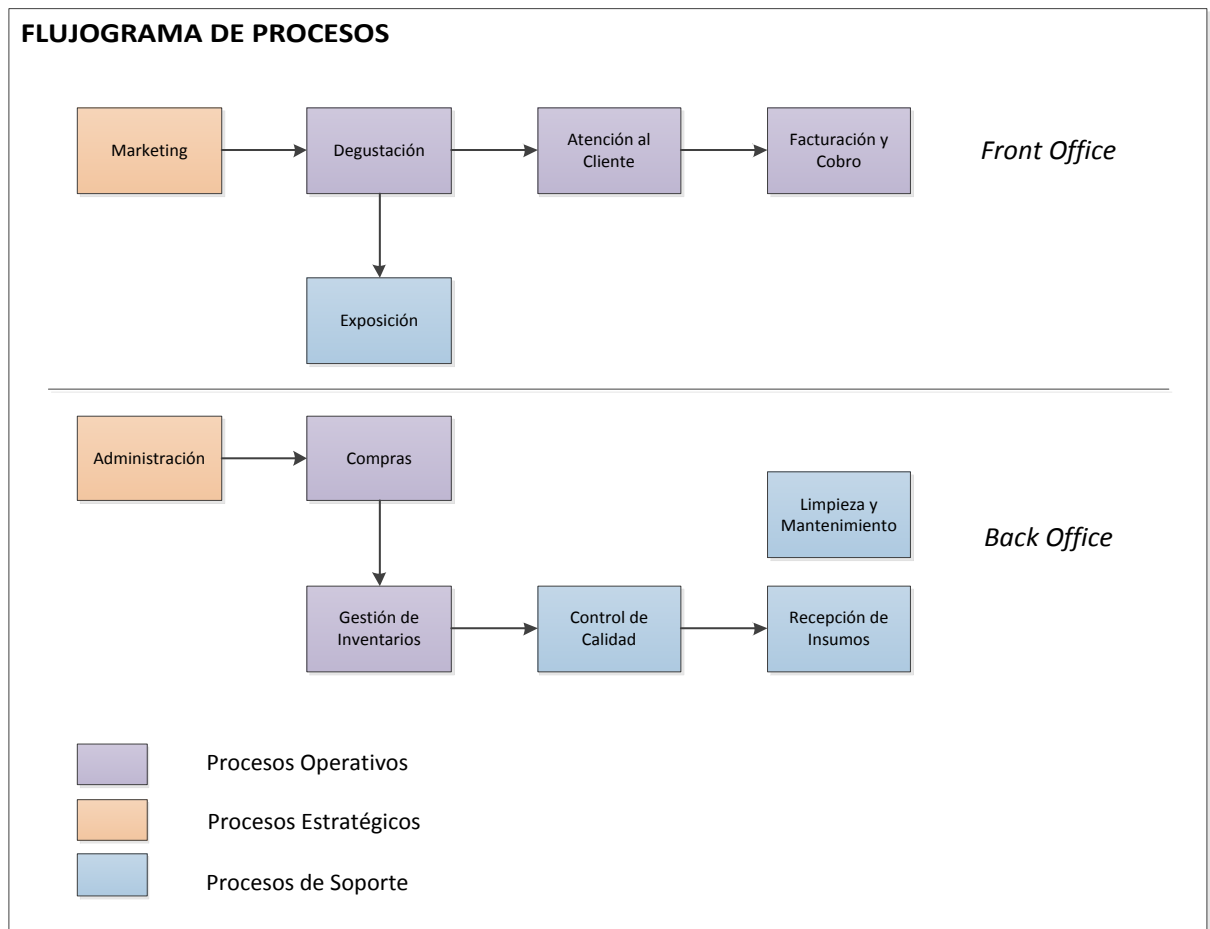
#### 3.1. Cálculo de la micro-comercialización

La localización de nuestra Heladería Rolling Rolls & Crepes se realizara mediante la evaluación de una serie de factores que determinaran el adecuado funcionamiento y rentabilidad de nuestro negocio.

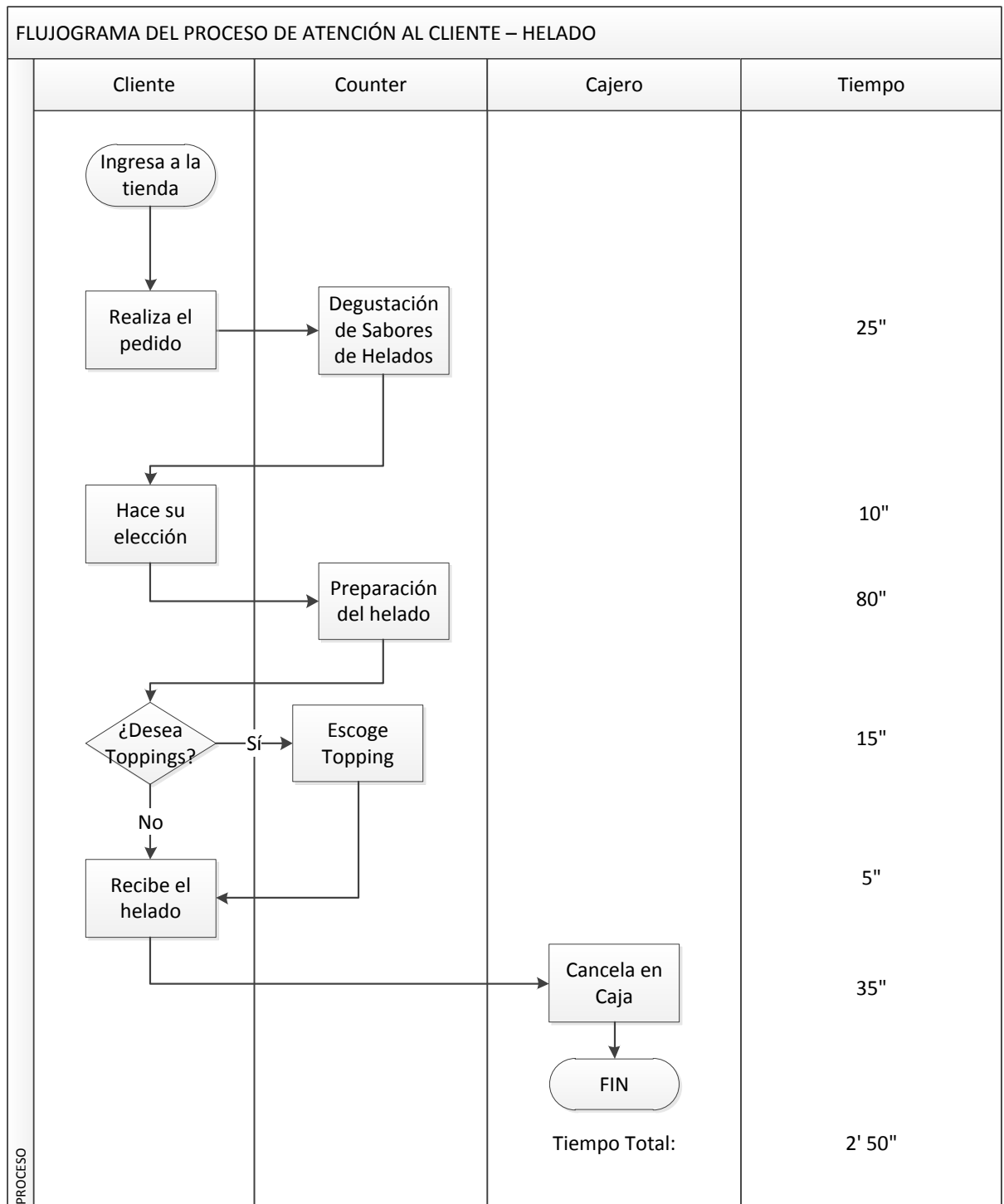
Para determinar la ubicación del negocio se tomó en cuenta anteriormente al porcentaje de personas mayores a 18 años en Lima Moderna (La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Surco) y la afluencia que existen en consumir dichos productos dentro de estos distritos, para mayor detalle efectuaremos el análisis de micro localización, teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Mercado: Nuestra Heladería Rolling Rolls & Crepes debe de estar ubicado en una zona de mucho movimiento en la que permitan atraer a nuestro público objetivo.
- Servicios básicos: los suministros de agua potable, energía eléctrica, teléfono e internet en la zona donde estará ubicada nuestra Heladería Rolling Rolls & Crepes son muy importantes para lograr el desarrollo de nuestro negocio ya que se requiere dichos servicios para mantener el funcionamiento de nuestro negocio.
- Alquiler: este factor es importante ya que es necesario tener un lugar que esté acorde a la zona para la atención y que este dentro del presupuesto ya que debemos mantener precios razonables.

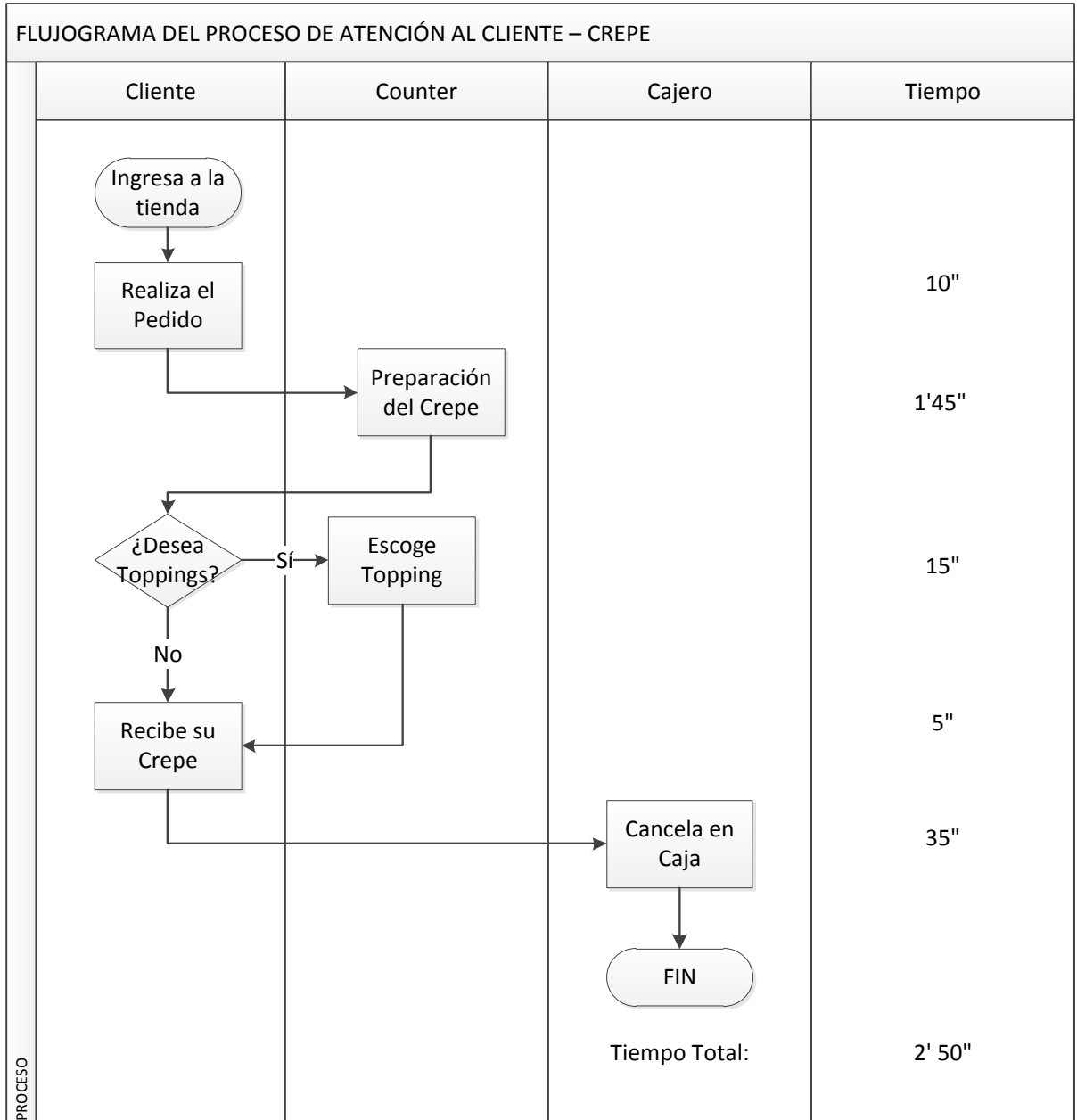
**Gráfico 23:** FLUJOGRAMA DE PROCESOS DEL FRONT OFFICE Y BACKOFFICE



**Gráfico 24:** FLUJO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE – HELADO



**Gráfico 25: FLUJO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE – CREPE**

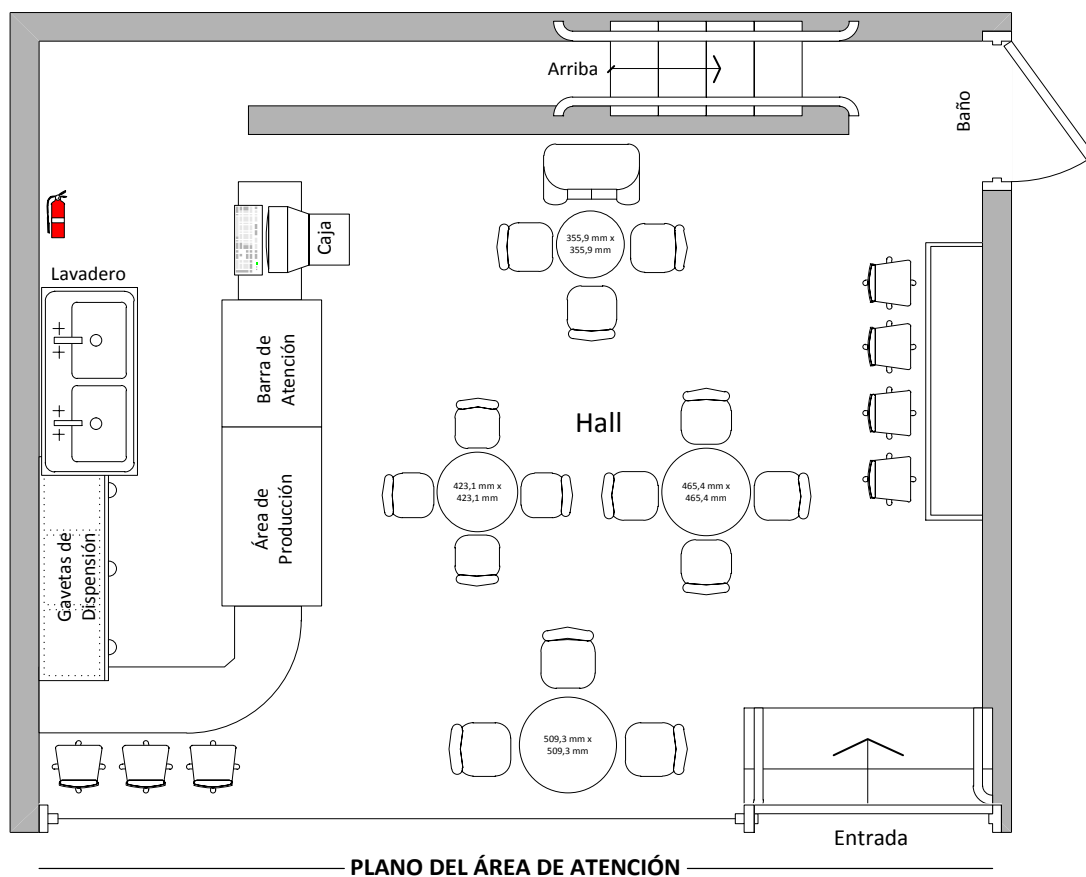


### 3.2. Distribución de Planta

Nuestro local es de unos dos pisos y distribuido de la siguiente manera:

- **04 mesas**
- **07 asientos de barra**
- **02 baños**
- **01 Comedor**
- **01 Cocina**

**Gráfico 26: PLANO DE DISTRIBUCIÓN LOCAL**



Elaborado por: Equipo de trabajo

### 3.3. Acondicionamiento del local

Nuestra heladería cuenta con 2 pisos bien distribuidos, de un buen ambiente dentro del local, donde todos nuestros clientes podrán gozar de una reconfortante estadía y tranquilidad.

Nuestro centro geriátrico diurno contara con 5 ambientes bien distribuidos dentro del local donde se llevará acabo las actividades y talleres programadas por el centro; un área verde donde se realizarían las demás actividades como psicomotrices y de relajación.

Además de contar un área de esparcimiento, cocina, tópico y baños. Cada uno de los ambientes estarán acondicionados para su uso de acuerdo a las actividades que se realizarán en ellos, respetando las normativas para evacuación frente a cualquier eventualidad.

### 3.4. Calidad de atención

Nuestro personal encargado de la atención, son personas con experiencia tanto en las labores a desarrollar como también en atención al cliente.

El personal está debidamente calificado y cuentan con una capacitación constante para el desarrollo de sus funciones como también para tener una mejor atención a los clientes, esto es poder fidelizarlos muy aparte por nuestro producto sino también por nuestro servicio que brindamos.

**TABLA 21: PROCESO DIARIO DE OPERACIONES**

DESCRIPCIÓN DIARIA DE OPERACIONES	9:30 AM	10:00 AM	10:30 AM	11:00 AM	11:30 AM	12:00 PM	12:30 PM	1:00 PM	1:30 PM	2:00 PM	2:30 PM	3:00 PM	3:30 PM	4:00 PM	4:30 PM	5:00 PM	5:30 PM	6:00 PM	6:30 PM	7:00 PM	7:30 PM	8:00 PM	8:30 PM	9:00 PM		
	10:00 AM	10:30 AM	11:00 AM	11:30 AM	12:00 PM	12:30 PM	1:00 PM	1:30 PM	2:00 PM	2:30 PM	3:00 PM	3:30 PM	4:00 PM	4:30 PM	5:00 PM	5:30 PM	6:00 PM	6:30 PM	7:00 PM	7:30 PM	8:00 PM	8:30 PM	9:00 PM	9:30 PM		
Entrada del personal administrativo																										
Entrada de empleados																										
Recepción de insumos																										
Control de calidad y almacenamiento																										
Apertura de caja																										
Apertura tienda																										
Atención a clientes (preparación de productos)																										
Atención a clientes (caja)																										
Limpieza de mesas, vitrinas, mobiliario y pisos																										
Cierre de caja																										
Almacenamiento de insumos sobrantes del día																										
Cierre de tienda (administrativos)																										

Elaborado por: equipo de trabajo

**Leyenda de la Programación de Operaciones Diarias:**

	Administrativos (Gerente General, Asistente de Operaciones y Supervisor de Tienda)
	Empleados
	Asistente de Operaciones
	Supervisor de tienda

## CAPITULO IV – ORGANIZACIÓN

### 4. Organización

#### 4.1.1. Descripción

- Nombre: Heladería Rolling Rolls & Crepes
- Razón Social: Heladería Royal Mx Rolls Perú S.A.C.
- Logo Tipo:

Gráfico 27: LOGOTIPO



- Slogan: En todo momento contigo.

#### 4.1.2. Misión

Brindamos bienestar y variedad a la gente a través de nuestros productos naturales contribuyendo a su equilibrio nutricional de nuestros clientes.

#### 4.1.3. Visión

Ser reconocidos nacionalmente como una marca saludable y responsable en el estilo de vida de nuestros clientes en el consumo de productos naturales.

#### 4.1.4. Valores Organizacionales

- Confianza
- Transparencia y Cultura Abierta
- Responsabilidad
- Integridad



- Disponibilidad al Cambio
- Pasión
- Trabajo en Equipo
- Vocación de Servicio
- Innovación
- Transformación
- Enfoque al Cliente

#### 4.1.5. Ventaja Competitiva

Nuestra ventaja competitiva se basa en un servicio de calidad en la atención, a cargo de un personal muy preparado, y en el abanico de productos variados que puede elegir el cliente, donde además contará con un ambiente acorde, un programa de valores añadidos que sumarán y harán placentero su paso por la experiencia Royal Mx Rolls.

#### 4.1.6. Políticas Empresariales

##### 4.1.6.1. De Contrataciones

Contaremos con un personal altamente capacitado y entrenado para que la experiencia Royal Mix Rolls Perú SAC sea inigualable, inolvidable y además podamos responder ante cualquier situación.

##### 4.1.6.2. De Créditos y Cobranzas

En nuestro esquema de negocio, no contaremos con un departamento de créditos y cobranzas, ya que todo pago es en efectivo y/o con pago de tarjeta de débito o crédito.

##### 4.1.6.3. Factores Claves de Éxito

- Mantener una buena calidad de atención al cliente interno y externo.
- | Mantener un buen diseño acogedor y una buena estructura del establecimiento.
- Mantener a nuestro personal bien capacitado y actualizado para brindar un buen servicio.
- Mantener una buena imagen de nuestra marca, así como el servicio.

#### 4.1.7. Análisis del FODA

##### 4.1.7.1. FODA

###### A. FORTALEZAS

- Personal calificado.
- Producto diferenciado.
- Productos de calidad.
- Servicio de calidad.
- Infraestructura moderna y acogedor.
- Plan de beneficios (Fidelización / Post-Venta).
- Ubicación del establecimiento.
- Concepto innovador.
- Facilidad de medios de pago.

###### B. DEBILIDADES

- Capacidad limitada.
- Costos elevados en la adquisición de máquinas.
- El ser una marca nueva.
- Costos elevados para una expansión a futuro.
- Importación de helados.
- Alta rotación del personal en el sector retail.

###### C. OPORTUNIDADES

- Crecimiento población del país
- Crecimiento socioeconómico del sector, expansión y sólido crecimiento del retail.
- Sofisticación del consumidor NSE A y NSE B (Alimentos y recreación).
- Crecimiento del mercado de helados a nivel nacional.
- Expansión de la marca en provincias con más tiendas.
- Abarcar nuevos clientes que busquen probar otras alternativas de helados.
- Disminución en la tasa de interés a nivel nacional

#### D. AMENAZAS

- Competencia alterna.
- Tendencia en el consumismo de productos light o productos veganos.
- Decrecimiento de nuestra marca en el consumo en invierno.
- Incremento en el costo del alquiler del local.
- Aumento de promociones por parte de los helados industrial

#### 4.1.7.2. ANÁLISIS DEL FODA Y ESTRATÉGIAS

##### **OPORTUNIDADES / FORTALEZAS:**

1. Aprovechar el crecimiento de la población y crecimiento socioeconómico donde podremos hacer crecer nuestro negocio en un plazo no mayor a 5 años, colocando otra tienda más en el distrito de Miraflores, debido a la afluencia de turistas internos y externos con un concepto vintage.

2. Implementar nuevas líneas de productos y ampliar nuestra gama de servicios para aprovechar el crecimiento del mercado de helados y abarcar nuevos clientes. Donde se contemplarán sabores especiales en el nuevo portafolio de productos (Helados Tailandeses con sabores a gaseosas, tres leches y crema volteada), como también la venta de café, agua y entres otros.

##### **OPORTUNIDADES / DEBILIDADES:**

1. Se contratará personal: Se captará a nuestro personal de atención al público (Counter) recurriendo a bolsas de trabajo de universidades e instituto, para que el pago vaya acorde al nivel salarial y además como empresa responsable contribuiremos al incremento al indicador de trabajo educativo (Inserción laboral a los estudiantes o egresados). También nos fijaremos en empresas similares de alimentos en el rubro.

Se adquirirá máquinas a través del leasing bancario, ya que en el presente año la mayoría del sistema financiero (Bancos) están apostando al sector Mype y Pyme emprendedor, brindando tasas de intereses muy atractivos, dinamizando paralelamente el sector de inversión y financiero;

la cual como empresa no podremos desaprovechar para acogernos a estas opciones de financiamiento para nuestro equipo de trabajo.

2. Abarcando a los nuevos clientes, podremos consolidarnos como una marca prestigiosa al ser nueva y contar con un programa afines a los clientes sofisticados. Se contará con un programa de fidelización donde el cliente contará con una cartilla de acumulación de puntos por cada compra que realice, como también los clientes que traigan a un referido a consumir a nuestro local, por ello, obtendrán una gana de beneficios como descuentos, bebidas con descuentos, sorteos, entre otras opciones más.

#### **AMENAZAS / FORTALEZAS:**

1. Con nuestro personal calificado (Se capacitará a nuestros trabajadores a través de convenios con universidades o institutos) y los productos de calidad (Se contará con los permisos respectivos, según DIGESA), se crearán nuevas líneas de productos para atenuar a la competencia y atender a los consumidores de helados tradicionales, ofreciéndoles productos acordes o alternativos. Con respecto al último punto, considerando la venta de café, venta de agua y otros productos de heladería, se abarcará la estacionalidad total del año, para que no pueda afectarnos el cambio de temporada.

2. Con el plan de beneficios clientes recurrentes podremos ofrecer a nuevas promociones, descuentos, puntos, entre otras alternativas más para poder fidelizar a nuestros clientes y así competir en el mercado.

#### **AMENAZAS / DEBILIDADES:**

1. Con una estrategia de mapeo queremos ver si parte de nuestra competencia también cuenta con limitaciones para poder atacar o crear escudos ante esta situación. De forma mensual, se realizarán encuestas de satisfacción de clientes que ingresen a nuestro local y recogeremos sus experiencias que hayan tenido en otros comerciales a fines a nuestro rubro (Competencia), como las oportunidades de mejora para nuestro negocio, de tal forma nos permitan tener un mejor panorama y podamos direccionar nuevas oportunidades y alternativas de crecimiento.

2. Viendo de forma visionaria, los costos elevados de adquisición de máquinas y el decrecimiento de ventas en invierno (En esta estación, dejamos en claro que se combatirá con nuevos productos

a corte a esta temporada), aperturaremos nuevas tiendas temáticas a la estacionalidad y buscaremos otros proveedores que nos puedan brindar máquinas a menor precio.

#### 4.1.8. Análisis PESTA

##### **Factores Políticos:**

- Cambio de Poder Ejecutivo - Gobierno: Durante los últimos 15 años, nuestro país ha tenido relativamente una estabilidad y continuidad política en comparación de otros países de Latinoamérica, permitiendo así, que las inversiones fluctúen y crezcan cada vez más.
- Cambios en las legislaciones tributarias: Con el paso de los años, las modificaciones con respecto a los impuestos tributarios solo han sufrido una mínima variación de un porcentual menos al 19%, quedando con el 18% de las ventas generadas, según las declaraciones del actual presidente Pedro Pablo Kuczynski, podría variar un 1% menos.
- Cambios en la legislación de pensiones: Actualmente el sistema de pensiones en nuestro país ha sufrido un cambio notorio con respecto a los nuevos aportantes (Personas que se insertan en el mundo laboral por primera vez) sólo podrán elegir si sus aportes de jubilación serán derivados a la ONP o a la AFP Habitat, este último con el fin de apoyar a las nuevas inversiones en nuestro país y/o dar oportunidad a nuevas empresas.
- Cambios en la legislación laboral: Nuestro gobierno, hoy por hoy, está luchando y trabajando en la forma de cumplir con las promesas ofrecidas en su candidatura, donde los trabajadores podrían contar con un aumento en el sueldo básico, así como la formalización de empresas que puedan respetar los beneficios laborales, derechos laborales y de seguridad.
- Cambios en los requisitos mínimos para la apertura de nuevos negocios o comercios: Si bien es cierto, el IGV ha sufrido un pequeño cambio, esto no es impedimento para la creación y/o apertura de nuevos negocios o comercios, donde los requisitos aún se mantienen estandarizados y bajo regímenes ante la SUNAT, en caso estos varíen, nuestro negocio tendría que ser flexible y versátil ante cualquier eventualidad, y adaptarse a ello.

**Factores Económicos:**

- Tasa de Inflación: En los últimos años, el Perú ha tenido un cambio notorio económicamente, permitiéndonos un crecimiento estandarizado en los precios de los bienes y/o servicios. Dándonos a entender que las inversiones y políticas económicas están yendo de la mano, para un mejor encaminamiento.
- Para este año 2018 no se espera que haya 'shocks' de oferta que el escenario de precios en el país, señala Kallpa SAB. En ese sentido, la entidad prevé que la inflación debe mantenerse en niveles cercanos al 2% este año.
- Índice de Pobreza: En los últimos años, el porcentaje de la población peruana en situación de pobreza extrema pasó de 4.1% (cifra de 2015) a 3.8%. Ello representa una reducción de 0.3 puntos porcentuales, equivalente a 70,000 peruanos que salieron de la pobreza extrema, según el informe técnico Evolución de la Pobreza Monetaria 2007-2016, del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
- Inversión Privada: Uno de los componentes del cálculo del PBI, alcanzará el 2017 su primer dato positivo luego de tres años de caídas consecutivas, entre el 2014 y 2016, tres de los cuales incluyen años con datos en rojo, informó el MEF. Sin embargo, el 2017 se habría logrado un avance de 0.5% durante el 2017. Añadió que para el 2018 la expectativa es lograr una expansión de 3.5%. Para la ministra de Economía y Finanzas, Claudia Cooper, que la inversión privada deje de caer en el 2017 fue uno de los resultados más difíciles de conseguir. “Hemos conseguido ponerla en azul y hemos tenido efectos negativos de proyectos que no hemos podido hacer, producto del caso Lava Jato, si no hubiésemos crecido 3.7%”, indicó. Fuente: *Diario Gestión*, <https://gestion.pe/economia/mef-inversion-privada-crecio-2017-luego-tres-anos-consecutivos-caida-224279>
- Evolución del PBI: Si bien la actividad económica anotará un avance de 2,7% en el 2017, Kallpa SAB prevé que el ritmo de crecimiento del producto se acelerará y alcanzará una tasa de 3,8% este año. El principal 'driver' (Gatillador) del crecimiento será la recuperación de la inversión, especialmente la privada. Fuente: *Diario El Comercio*, <https://elcomercio.pe/economia/pasara-pbi-dolar-inflacion-otros-indices-2018-noticia-486257?foto=1>

- Tipo de Cambio: En la situación actual, se estima que el tipo de cambio debe fluctuar alrededor de S/3,25 para este año 2018. Se sostiene que la recuperación esperada de la inversión privada y los mejores términos de intercambio (ante un escenario favorable en cuanto a precios de los metales) contrarrestarían los efectos negativos de una mayor fortaleza del billete verde, debido a la política contractiva de la Reserva Federal de Estados Unidos.
- Tasa del Desempleo: La tasa de desempleo en Lima Metropolitana cerró el 2017 en 6,9%, reportó el INEI. Así, se estima que 358.400 personas buscaron trabajo de manera activa.

Del total de personas desempleadas el 48,6% (174.200) son hombres y el 51,4% (184.200) mujeres. Y la tasa de desempleo femenina se ubicó en 7,7%, siendo 1,5 puntos porcentuales más que el registrado en los hombres (6,2%).

Además, el INEI informó que el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo en Lima Metropolitana se ubicó en S/1.667,3. Es decir, que aumentó ligeramente (0,4%) respecto al 2016.

El ingreso promedio de los hombres fue de S/1.919,2 y el de las mujeres S/1.353,9. El ingreso de las mujeres representó el 70,5% del ingreso de los hombres.

#### POR ACTIVIDAD:

En 2017, la actividad Comercial dinamizó la ocupación al aumentar en 5,9% (56.200 personas), mayormente como vendedores en comercio por menor, dedicados al rubro de venta de alimentos y bebidas en establecimientos especializados como no especializados y en puestos de mercado y alrededores, así como en venta de vehículos, piezas y accesorios, venta de productos cosméticos y artículos de tocador, entre los principales.

Asimismo, se incrementó población ocupada en Servicios en 1,9% (50.500), desempeñándose en mantenimiento y reparación de vehículos automotores, actividades de contabilidad y asesoramiento en materia de impuestos, transporte no regular de pasajeros, mantenimiento del orden público y seguridad, así como personal de salud.

En cambio, disminuyó población ocupada en la rama de Manufactura en 1,5% (10.100), principalmente en fabricación de productos textiles y en fabricación de muebles. También, en el sector Construcción decreció la población ocupada en 4,4% (15.800) debido al menor requerimiento de personal en obras de ingeniería civil por la paralización de varias obras públicas.

*Fuente: Diario El Comercio, <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-tasa-desempleo-lima-ubico-6-9-2017-noticia-489181>*

- **Sueldo Mínimo:** En estos últimos 6 años, nuestro país sufrió el cambio positivo de incrementar el sueldo mínimo de S/ 750.00 Soles a S/ 850.00 Soles con la salida de gobierno del ex presidente Ollanta Humala, dejándole como tarea al actual presidente Pedro Pablo Kuczynski en mejorar dicha cifra. El incremento o disminución del sueldo mínimo influye en la oferta y demanda laboral, ya que las expectativas de los trabajadores aumentan; así como cada empresa necesita mayores ingresos para contrarrestar el aumento de gastos por el concepto de sueldos de sus trabajadores.

#### **Factores Socio-Culturales:**

- **Costumbres Sociales:** Actualmente las personas ya tienen un concepto respecto al consumo de productos light, productos veganos, productos de calidad, ya que estamos en la época de la tendencia del cuidado de la imagen personal y física, por el cual, comer hoy en día, significa que es lo que le estamos dando al cuerpo, por tanto, mucha gente cuida con el balanceado de sus comidas, y de vez en cuando porque no darse un gusto comiendo dulces, postres o algún helado.
- **Variación del Nivel Socioeconómico, objetivo de nuestro servicio:** Al haber caído en un 0.3% la pobreza extrema, además contar con estabilidad política, el cual permite que se respete los derechos laborales, nuestro mercado objetivo del NSE A y NSE B día a día va mejorando su situación actual y tienen un poder adquisitivo que les permite acceder a nuestros productos, y a su vez, permitiéndonos crecer como negocio.
- **Composición Social de la Población (Inmigrantes):** Actualmente, INEI manifiesta que la Tasa de Inmigración ha crecido con respecto a las zonas rurales o provincias, hacia la ciudad. Dicha tasa, representa el 25% de la población hasta al 2007, cifra que se va aumentando



como se mencionó líneas arriba, a una Tasa Promedio Anual del 1.1%. Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, Censo Nacional de Población y Vivienda, 2007.

- Nuevos estilos de vida y tendencias de moda: Las tendencias de heladerías con estructuras modernas o de conceptos libre a nivel mundial ha ido cambiando notoriamente en el pasado del tiempo, donde no solo se trata de ir a un lugar “X”, sino en ir a un establecimiento donde te ofrece una gama de beneficios, pues es importante captar la atención de nuestros clientes para que puedan adquirir y consumir nuestros productos, a su vez estos puedan referenciarnos en su entorno, permitiéndonos consolidar nuestra marca con el conocido marketing de boca a boca, donde nada más poderoso, es la opinión y experiencia que este traslada a las personas con las que tiene contacto y estos a futuro se conviertan en potenciales clientes.

#### **Factores Tecnológicos:**

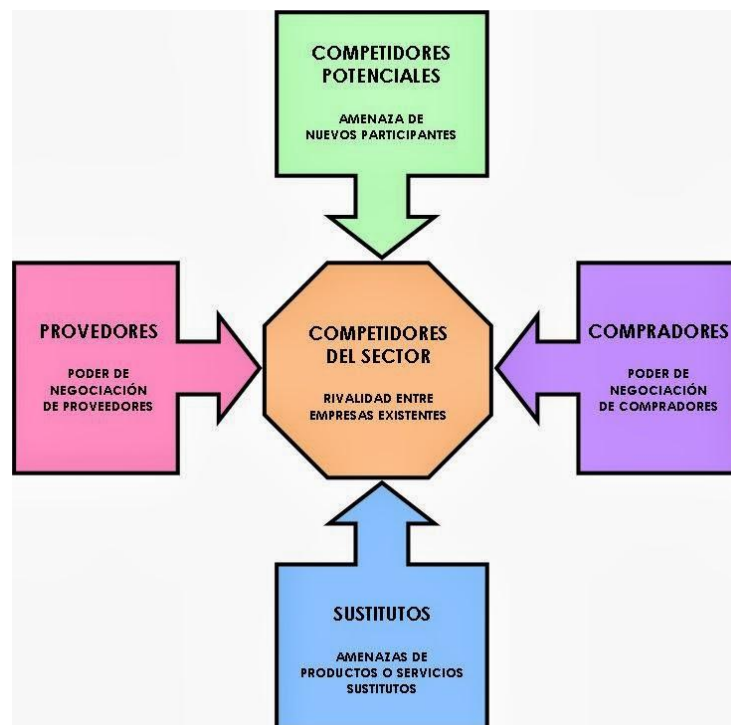
- Aparición de nuevas tecnologías: Hoy por hoy, la tecnología ha permitido grandes avances, y los comercios no han ignorado este acontecimiento, todo lo contrario, han adoptado las tecnologías como herramientas y un buen aliado para captar más clientes, como a la vez mejorar el proceso de preparación para sus productos optimizando tiempo y recursos.
- Internet y otros medios virtuales: Con el avance del internet se convierte en el medio de apoyo preferido para poder publicar y/o vender nuevos productos o servicios, teniendo un mayor alcance al público objetivo. Lo bueno, es que el mundo virtual te ofrece como ventaja estar en una vitrina virtual donde todos pueden visitar tu página web, fan page en Facebook u otra plataforma virtual que te ayuda a conectar fronteras con tus productos.

#### **Factores Ambientales:**

- Estación Climatológica (otoño e invierno): Con respecto a la estacionalidad, sí representaría una desventaja, pero no un Talón de Aquiles para nuestro negocio, debido a que contaremos con productos alternativos para cubrir esa demanda.

#### 4.1.9. Fuerzas Competitivas de Porter

**Gráfico 28: 5 FUERZAS DE PORTER**



*Fuente: Lesly Julianny, Colombia (2013), Gerencia Tecnológica.*

<http://leslyjulianny2.blogspot.pe/2013/10/analysis-de-las-5-fuerzas-de-porter.html>

#### **Poder de Negociación de los Clientes**

- Los clientes pueden cambiarnos por otras marcas.
- La Accesibilidad, cercanía y ubicación del cliente es un factor muy importante.
- La Existencia de heladerías y/o Heladerías cafés sustitutos.
- La diferenciación de los productos (en el mercado existen productos y segmentos diferenciados).
- Para el cliente, nuestros productos tienen un precio aceptante para su NSE.

#### **Poder de Negociación de los Proveedores**

- Una gran desventaja ante los Centros Comerciales con fuerte poder de negociación para brindar establecimientos.

- Escasa alternativas para tercerizar la distribución con cadena de frío para las tiendas afines al rubro.
- Las compras realizadas, serán sujetas al precio que coticen los proveedores vs otros proveedores.
- Desde ya, nosotros tendremos la capacidad y poder de decisión ante los proveedores los precios, servicios y facilidad de pago en el momento de abastecernos.

### **Amenaza de Nuevos Competidores**

- Posibilidad que ingresen nuevos comercios con franquicias de helados al mercado.
- Ingreso de nuevos competidores (Nuevas Heladerías) con marcas locales.
- Competidores con un amplio abanico de productos alternativos o sustitutos.
- No existen límites o barreras de entradas relevantes.

### **Amenaza de productos sustitutos**

- Los clientes cuentan esencialmente con un producto que puede ser sustituido fácilmente.
- Facilidad de cambio del cliente hacia productos sustitutos (cremoladas, milkshakes, jugos, raspadillas, postres helados, smoothies, chupetes de hielo y yogurt).

### **Rivalidad entre los competidores**

- El sector de helados es un mercado competitivo que admite nuevos competidores.
- La ubicación del negocio es un punto crucial y estratégico ante los competidores.

## 4.2. Personería jurídica de la sociedad

### 4.2.1. Requisitos

#### 4.2.1.1. Elección del tipo de sociedad

Para la creación de una nueva empresa, tenemos primero que saber qué tipo de sociedad se va a constituir dicha empresa.

Para el tipo de negocio que es la Heladería, el tipo de negocio más adecuado sería la Sociedad Anónima Cerrada (SAC).

Seleccionamos la Sociedad Anónima Cerrada ya que los accionistas seremos una cantidad menos a 20 aportadores y no se tiene las acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores siendo la alternativa más recomendada para empresas pequeñas o medianas.

**CUADRO N° 22: COMPARACIÓN DE SOCIEDADES**

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO MÍNIMO Y MÁXIMO DE SOCIOS O ACCIONISTAS	ÓRGANOS	CAPITAL SOCIAL	DURACIÓN DE LA SOCIEDAD	TRANSFERENCIA
<b>SOCIEDAD ANONIMA (S.A.)</b>	Mínimo: 2 Máximo: No existe	Junta General De Accionistas Directorio Gerente Sub Gerente	Aporte en efectivo o en bienes se divide en acciones.	Determinado O Indeterminado	Debe ser anotada en el libro de matrícula de acciones de la sociedad.
<b>SOCIEDAD ANONIMA CERRADA(S.A.C.)</b>	Mínimo: 2 Máximo: 20 Accionistas	Junta General De Accionistas Directorio (Opcional) Gerente	Aporte en efectivo o en bienes se divide en acciones.	Determinado O Indeterminado	Debe ser anotada en el libro de matrícula de acciones de la sociedad.
<b>SOCIEDAD ANONIMA ABIERTA(S.A.A.)</b>	Tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas	Junta General De Accionistas Directorio Gerente	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.	Determinado O Indeterminado	Debe ser anotada en el libro de matrícula de acciones de la sociedad.
<b>SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.C.R.L.)</b>	De 2 a 20 socios participacioncitas	Junta General De Accionistas Gerente	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%.	Indeterminado	Mediante escritura pública.

*Elaborado por: Equipo de trabajo*

#### 4.2.1.2. Búsqueda y reserva del nombre

La reserva del nombre se debe de realizar antes de la constitución de la empresa lo cual se tiene que primero realizar una verificación del nombre que se elige en la SUNARP (superintendencia nacional de registros públicos) ya que si existe ase tendría que buscar otro nombre para dicha empresa.

Después de realizar la búsqueda y se valida que no exista en el mercado un nombre parecido, se realiza la separación o reserva del nombre, lo cual tiene un tiempo de 30 días donde nadie va a poder utilizarlo.

#### 4.2.1.3. Elaboración de la Minuta

Es el documento privado, que es elaborado por un abogado y a su vez firmado por el mismo, el cual se celebra la constitución de una empresa con la conformidad que los socios, donde se señala los acuerdos ya antes conversados.

Los requisitos que se necesitan son:

- Los datos generales del miembro o miembros: Nombres y apellidos, edad y número de DNI.
- Descripción de la actividad económica: es decir a qué se va a dedicar o cual sería el rubro de la empresa
- Elegir el tipo de sociedad que sería la empresa: en este caso sería Sociedad Anónima Cerrada (SAC).
- Duración de la sociedad: indeterminado.
- Cuándo va a iniciar sus actividades comerciales la empresa.
- Dónde realizara las funciones la empresa (domicilio comercial).
- Cuál es la denominación o razón social de la empresa.
- Dónde van a funcionar las agencias o sucursales, si es que las hubiera.
- Quién va a ver la parte administrativa o quienes serán los representantes legales.
- Los aportes de cada miembro. Los cuales pueden ser: Bienes dinerarios (dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.) y/o bienes no dinerarios (inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.)
- Otros acuerdos que establezcan los miembros de la empresa.
- El capital social o patrimonio social de la empresa.

#### 4.2.1.4. Elevación de la minuta a escritura publica

Consiste en acudir a una notaría y llevarle la minuta a un notario público para que la revise y la eleve a Escritura Pública.

Los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la Sunarp.

Una vez elevada la minuta, esta debe ser firmada y sellada por el notario.

#### 4.2.1.5. Elevar la escritura pública en la Sunarp e hacer la inscripción en los registros públicos

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Sunarp, en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa.

Terminado la inscripción ya se está constituida la empresa, cabe resaltar que el costo para realizar todos estos trámites ya mencionados es de S/700 nuevos soles o tener el apoyo de COFIDE que tendría un costo de S/380 nuevos soles.

#### 4.2.1.6. Inscripción en SUNAT

Todas las empresas jurídicas que adquieran la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados y/o recaudados por la SUNAT se encuentran obligadas a inscribirse en el Registro Único del Contribuyente (RUC) y deberán hacerlo dentro de los doce meses anteriores a la fecha del inicio de sus actividades.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

- DNI del Representante Legal
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
- Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara (8 recibo de luz, agua, internet, etc.).

Plazo:

- Inscríbete en el RUC siempre que proyectes iniciar tus actividades dentro de los doce (12) meses siguientes.
- Si inscribiste a tu empresa a través del Sistema Integrado de Servicios Públicos Virtuales (SISEV) tienes un plazo máximo de 12 meses para activar dicho RUC.
- Tienes la obligación de mantener actualizada la información de tu RUC. El plazo para comunicar la modificación de domicilio fiscal es de un (1) día hábil. El plazo para modificar o actualizar los demás datos registrados en el RUC es de cinco (5) días hábiles de producidos los hechos.
- Cabe recordar que la inscripción del ruc es de forma gratuita e inmediata.

#### 4.2.1.7. Apertura de cuentas bancarias

Para la apertura de una cuenta corriente o de ahorros para la empresa se necesitará los siguientes documentos:

- Copia simple de los documentos de identidad de los representantes de la Empresa.
- Declaración Jurada Persona Jurídica.
- Ficha RUC.
- Copia simple de la Copia Literal de la Partida Electrónica de la persona jurídica (no mayor a 30 días).
- Copia simple de testimonio o acta de otorgamiento/ modificación de poderes bancarios (obligatorio de existir).
- Copia Simple del último estatuto.
- File de Apertura de Cuenta Corriente Persona Jurídica que incluye:
  - Ficha de Registro de Firmas.
  - Carta de Instrucción.
  - Informe Comercial.

Adicionalmente:

- Se cobrarán S/40.00 por Concepto de Bastanteo de Poderes.
- Formatos FATCA y PEP en caso aplique.

- Efectuar un depósito mínimo de S/500 o US\$ 500.

#### 4.2.1.8. Obligaciones tributarias

Según lo indicado por la SUNAT, las obligaciones tributarias que la empresa en el **RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)** debe de tener en cuenta son:

- Que para Este Régimen es que la empresa debe de proyecten tener ingresos y/o Compras que no superen los S/. 525,000.00 anuales.

Además, establece dos restricciones adicionales:

- El valor de los activos fijos de la empresa, no pueden superar los S/. 126,000 excluyendo en su cómputo los predios y vehículos.
- El número de los trabajadores no podrá ser mayor a 10 personas por turno de trabajo.

**CUADRO N° 23: OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

OBLIGACIONES	DESCRIPCIÓN
Comprobantes de Pago que emiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturas, boletas de venta y tickets de máquina registradora.</li> <li>• La impresión de comprobantes se tramita ante una imprenta autorizada por la SUNAT.</li> <li>• Las Facturas pueden ser emitidas en forma electrónica a través del portal de la SUNAT. Esta modalidad es opcional.</li> </ul>
Libros y Registros Contables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro de Compras y Registro de Ventas, que se llevan en forma impresa o electrónica a través del Programa de Libros Electrónicos - PLE. En este caso la modalidad es opcional.</li> <li>• Los Libros de formato impreso se legalizan antes de su uso.</li> </ul>
Planilla Electrónica	El Titular o Empresa como Empleador, se inscribe en el T- Registro y también a sus trabajadores y presenta la PLAME mensual ante la SUNAT para pagar Essalud y ONP en caso haya afiliados al Sistema Nacional de Pensiones.
Tributos mensuales afectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por Impuesto a la Renta: se paga cuota del 1.5 % sobre los ingresos netos mensuales.</li> <li>• Por el IGV: se paga el 18% sobre las ventas del mes, con deducción del IGV pagado en las compras.</li> </ul>
Declaración Anual	No están obligados a presentar por que los pagos mensuales del impuesto a la renta son definitivos.

Fuente: SUNAT – *Tributación en los Negocios*



#### 4.2.1.9. Licencias y permisos

##### 4.2.1.9.1. Licencia de Funcionamiento

Para obtener la licencia de Funcionamiento de nuestra para nuestro negocio lo cual se realizará en el distrito de Santiago de Surco (ANEXO), la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad.

Cualquier aspecto adicional será materia de fiscalización posterior.

Requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:
  - Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Copia simple de título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo con la normativa vigente, en la declaración jurada.

- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que, conforme a ley, la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General.
- Plan de seguridad en Defensa Civil: Tener en cuenta que para la Municipalidad de Santiago de Surco existe una licencia de funcionamiento para establecimientos con un área de las de 100 m<sup>2</sup> hasta 500m<sup>2</sup>; ya que el local donde se pondrá en funcionamiento nuestro proyecto cuenta con un área de 150 m<sup>2</sup>, donde tendría un costo de S/612.40 nuevos soles; los requisitos para la licencia de funcionamiento son los siguientes:
  - Formato de solicitud-declaración jurada
  - Copia de vigencia de poder
  - Numero de comprobante de pago por derecho de tramite
  - Copia simple del título profesional
  - Autorización sectorial

#### 4.2.1.10. Defensa Civil:

Para obtener el certificado de defensa civil será necesario acercarse a las oficinas de Defensa Civil de la municipalidad distrital de Santiago de Surco, donde se adjuntarán los siguientes requisitos:

- Recibo original del pago de los derechos correspondientes del área ocupada (de 100 a 500 m<sup>2</sup> S/.223.75).
- Plan de seguridad (firmado por el gerente, administrador y/o jefe de seguridad o la persona responsable de la seguridad ocupacional de la empresa).
- Planos de señalización y equipos de seguridad (firmados por un Arquitecto colegiado).
- Planos de rutas de evacuación (firmados por un Arquitecto colegiado).
- Certificado de operatividad de extintores y prueba hidrostática (empresa según corresponda).
- Planos de arquitectura, ubicación y especificaciones técnicas (firmados por un Arquitecto colegiado).
- Memoria descriptiva de arquitectura de acuerdo al Anexo N° 01 del manual de inspección técnica.

- Planos de instalaciones técnicas vigentes, memoria descriptiva y especificaciones técnicas (firmado por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado).
- Certificado vigente de medición de resistencia de pozo de puesta a tierra con una antigüedad no mayor a 9 meses (firmado por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado).
- Evaluación de sobrecargas y/o carta de seguridad de la estructura, en estructura de concreto (firmado por un Ingeniero Civil colegiado)
- Constancia de mantenimiento de la estructura de soporte de las estructuras metálicas (firmado por un Ingeniero Civil colegiado)
- Ficha de registro de SUNAT vigente
- Planos de instalaciones sanitarias vigentes 1/50 o 1/20 con memoria Descriptiva
- Memoria descriptiva y especificaciones técnicas del sistema de agua contra incendios (firmado por un Ingeniero Sanitario colegiado)
- Constancia de operatividad, mantenimiento, deben incluir las pruebas de presión hidrostática de los sistemas de agua contra incendios (deberá ser firmado por el representante de la empresa responsable de la emisión del documento y/o por un Ingeniero Sanitario)
- Constancia de mantenimiento de escaleras mecánicas, ascensores, sistemas de evaluación u otros (firmado por un Ingeniero Mecánico colegiado)
- Constancia de mantenimiento actualizados de calderas (firmado por un Ingeniero Mecánico colegiado)

La municipalidad tiene 4 días para designar a las personas que harán la inspección de local, luego estas personas tendrán 7 días para hacer la evaluación, y, después, 10 días para su pronunciación, los inspectores señalaran que cosas se deben mejorar o cambiar en el local y si este es apto para funcionar como negocio y recibir al público, de lo contrario se tiene 5 días para presentar un descargo para subsanar las observaciones. En total este trámite dura 21 días hábiles desde la presentación de la documentación requerida hasta la pronunciación de los inspectores y tendrá el costo de S/ 223.75.

La constitución de la empresa, así como la apertura de la cuenta bancaria, legalización de libros contables, licencia de funcionamiento y certificado de defensa civil asumen un costo de S/.836.15 soles.

### 4.3. Análisis de la Estructura del Capital Social

Nuestro capital social de nuestra empresa está conformado por los aportes de los dos socios quienes son:

**CUADRO N° 24: ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA EMPRESA**

Estructura de Capital de la Empresa		
Socio	Aporte (Expresado en Soles)	% de Participación
Luis Calderón	S/ 20,000	50.98%
Benedict Guerra	S/ 19,232	49.02%
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 39,232</b>	<b>100.00%</b>

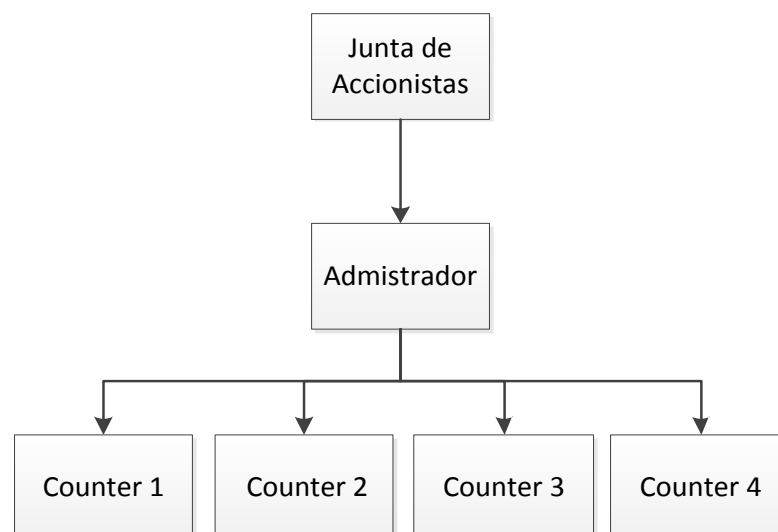
*Elaborado por: Equipo de trabajo*

### 4.4. Diseño de la Organización

Para el diseño de la estructura organizacional para la empresa, seleccionamos el tipo funcional, ya que nuestra organización al ser pequeña y no contar con mucho personal las funciones se definen con mayor rapidez y eficiencia, a su vez el encargado de tienda va tener menor presión, por la delegación de funciones que se puede realizar entre el personal para llegar a cumplir y superar las metas planeadas en los periodos de tiempo asignado por la junta de accionistas.

#### 4.4.1. Organigrama

**Gráfico 29: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**



*Elaborado por: Equipo de trabajo*

#### 4.4.2. Administración

El administrador encargado del área administrativa sería la persona a cargo del local, el cual designaría las funciones del día a los colaboradores a su vez que estos sean cumplidos con eficiencia, aparte de ello, el administrador tendría que llevar un control logístico como también administrar la parte financiera, entregando un reporte semanal a la junta general de accionistas. Para así, monitorear el avance de la meta mensual, y en caso el cumplimiento de la meta mensual se vea afectada, realizar los cambios de mejora y tomar las acciones correctivas para el accionar respectivo.

#### 4.4.3. Área de Counter

En esta área es donde nuestros colaboradores se encargan de las diversas funciones que el administrador de tienda les designe, recepción de pedido, venta, elaboración del helado de crema, limpieza, etc.

En las que cada colaborador debe de realizarlo con eficiencia para el mejoramiento de la empresa y con ello mejorar su productividad.

#### 4.4.4. Requerimiento de Recurso Humano

##### 4.4.4.1. Administrador

Puesto: Administrador de Tienda (1)

Perfil:

- ✓ Titulado Administración de Empresas, Administración Hotelera y/o Turismo, Administración en Marketing, Ingeniería Industrial, Contabilidad o carreras afines.
- ✓ Experiencia mínimo 1 año en retail, restaurantes o fast food realizando funciones de manejo de personal.
- ✓ Conocimiento de Administración, Supervisión y buenas relaciones con el cliente interno y externo.
- ✓ Capacidad de trabajo en equipo y bajo a presión.

- ✓ Actitud positiva y diligente.
- ✓ Alto sentido de responsabilidad.

Funciones:

1. Responsable de la apertura y cierre de tienda.
2. Cuidar que los insumos estén en perfectas condiciones.
3. Control y supervisar al personal de tienda.
4. Monitorear y controlar las transacciones realizadas en tienda, arqueos de caja.
5. Encargado del abastecimiento de los insumos y realizar el inventario de estos.
6. Verificar la planilla y hacer el seguimiento para el correcto pago de los colaboradores.

El Administrador de tienda será un licenciado en Administración de Empresas, de Marketing, Hotelera y/o Turismo, Contador o Ingeniero Industrial. Deberá tener como mínimo 1 año de experiencia en posiciones similares o afines, administrando algún negocio retail, restaurantes, fast food, entre otros. Conocimientos de Administración, Supervisión y buenas relaciones con el cliente interno y externo. Como también tener conocimientos en herramientas de gestión, herramientas informáticas como Microsoft Office, tributación SUNAT, algo de legislación laboral.

El profesional deberá tener conducta y actitud proactiva, positiva, diligente, liderazgo, empático, comunicativo, juicioso, tolerante a trabajo bajo presión y por resultados con respecto a los objetivos de la empresa.

También es relevante y crucial que sepa generar estrategias para incrementar las ventas y genere nuevas alianzas estratégicas con el fin de minimizar los costos y gastos, como la correcta aplicación eficiente del uso de los recursos.

#### 4.4.4.2. Counter

Puesto: Personal de Counter (4)

Perfil:

- ✓ Estudiantes o Egresado en Administración de Empresas, Administración Hotelera y/o Turismo, Administración en Marketing, Ingeniería Industrial, Contabilidad o carreras afines.
- ✓ Experiencia mínimo 6 meses en Restaurantes, Fast Food o afines. realizando funciones de manejo de personal.
- ✓ Persona con capacidad de aprendizaje.
- ✓ Capacidad de trabajo en equipo y bajo a presión.
- ✓ Actitud proactiva y positiva.
- ✓ Alto sentido de responsabilidad.

Funciones:

1. Atender a los clientes que ingresen a la tienda.
2. Cuidar que los insumos estén en perfectas condiciones.
3. Realizar la preparación de los productos.
4. Manejo de Caja y Arqueo.
5. Encargado de la limpieza del establecimiento.
6. Encargado de reportar para el abastecimiento de los insumos y realizar el inventario de estos al administrador de tienda.
7. Orientar e inducir al cliente en esta nueva forma de preparación de helados.

#### 4.4.5. Estructura Salarial

Líneas abajo, en el cuadro podemos observar la estructura salarial de nuestra empresa; correspondientes a todos los beneficios de ley, tanto para el administrador de tienda, como para el personal de Counter.

En el caso del Administrador de tienda, su sueldo base mensual será de S/1,200.00 soles correspondientes a 8 horas de trabajo más 2 horas adicionales por día laborado, siendo un total de 48 horas adicionales en el mes, por lo que generará un ingreso adicional por horas extras al mes de S/ 300.00 soles. Cabe resaltar que tal beneficio está sujeto a los descuentos y deducciones acorde a la ley peruana.

En el caso del personal del Counter, su remuneración base mensual será de S/ 600.00 soles de martes a domingos en el horario rotativo de 10:00 am a 9:00 pm

De igual manera se detalla tanto las gratificaciones anuales, como el CTS que son gastos que vamos a asumir como empleadores y los gastos anuales que tendremos por planilla.



**TABLA 22: ESTRUCTURA SALARIAL DE PERSONAL EN PLANILLA**

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/ 1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/ 1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/ 3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

Elaborado Por: El Equipo De Trabajo.

**TABLA 23: APORTACIONES DE PLANILLA**

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 3,270.00	S/ 886.25	S/ 886.25	S/ 1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/ 2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/ 886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>

Elaborado Por: El Equipo De Trabajo.

## CAPITULO V – COSTOS

### 5. Costos de Producción del Bien

Los costos de elaboración de nuestros rolls de helado de crema se van a desagregar de la siguiente forma:

Base, que es una combinación entre leche, leche condensada y crema para batir que como su mismo nombre lo dice será la base de nuestro helado.

**TABLA 24: COSTO UNITARIO POR INGREDIENTES DE LA BASE**

BASE	PRECIO UNIT.
Leche	S/ 0.45
Leche Condensada	S/ 0.80
Crema para Batir	S/ 0.80
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/ 0.68</b>

Frutas, en el caso de estas podrán ser elegidas dos por nuestros clientes para su combinación con la base Toppings, en este caso los también conocidos como adicionales se subdividirán en líquidos y sólidos. La tarrina, que será el envase donde irán nuestros rolls.

Frutas:

**TABLA 25: COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DE FRUTA**

FRUTA	PRECIO UNIT.
Fresa	S/ 0.15
Plátano	S/ 0.30
Lúcuma	S/ 0.60
Aguaymanto	S/ 1.20
Mango	S/ 0.30
Arándano	S/ 1.20
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/ 1.25</b>

El Peso para la fruta de nuestro helado es un promedio de 100 gr.

Nuestros Toppings Sólidos:

**TABLA 26: COSTO UNITARIO POR TOPPING SÓLIDO**

TOPPINGS	PRECIO UNIT.
Lentejitas	S/ 0.73
Chispas de Chocolate	S/ 0.88
Cua Cua	S/ 0.63
Gomitas	S/ 0.63
Galleta Miami	S/ 0.63
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/ 2.09</b>

El Peso para los topping sólidos de nuestro helado es un promedio de 50 gr.

Nuestros Toppings líquidos:

**TABLA 27: COSTO UNITARIO POR TOPPING LÍQUIDO**

TOPPINGS	PRECIO UNIT.
Fosh	S/ 0.70
Manjar blanco	S/ 0.65
Miel	S/ 0.65
Algarrobina	S/ 1.10
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/ 0.78</b>

El Peso para los topping líquidos de nuestro helado es un promedio de 50 ml.

El costo promedio de preparación para nuestro Helado Rolls Ice Clásico:

<b>COSTO UNITARIO PROMEDIO PRODUCTO FINAL</b>	<b>S/ 4.79</b>
---	----------------

Para la preparación del Crepe Clásico:

**TABLA 28: COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DEL CREPE CLÁSICO**

INSUMOS	CANT.	UNID. MEDIDA	PRECIO	CANT. PROD.	CANTIDAD X UNID	UNID. MEDIDA	COSTO X CREPE
Leche	250	ml	S/ 1.74	4	62.5	ml	S/ 0.44
Huevos	3	Unid	S/ 0.32	4	0.75	Unid	S/ 0.08
Harina de Trigo	150	gr	S/ 0.16	4	37.5	gr	S/ 0.04
<b>TOTAL</b>							<b>S/ 0.56</b>

Nuestros Toppings líquidos:

**TABLA 29: COSTO UNITARIO POR INGREDIENTE DEL TOPPING LÍQUIDO**

TOPPING	PRECIO UNIT.
Fosh	S/ 0.70
Manjar blanco	S/ 0.65
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 0.68</b>

El Peso para los topping líquidos de nuestro Crepe Clásico es un promedio de 50 ml.

El costo promedio de preparación para nuestro Crepe Clásico:

<b>COSTO UNITARIO PROMEDIO CREPE CLÁSICO</b> <i>(Crepe de Manjar o Fudge)</i>	<b>S/ 1.23</b>
--	----------------

#### 5.1. Costos Operativos por Productos:

Los costos operativos de nuestros productos son diversos los cuales se detallaran a continuación.

##### ✓ Helado Rolls Ice Clásico:

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 2,546	S/. 2,572	S/. 2,597	S/. 2,623	S/. 2,650
Febrero	S/. 2,546	S/. 2,572	S/. 2,597	S/. 2,623	S/. 2,650
Marzo	S/. 1,273	S/. 1,286	S/. 1,299	S/. 1,312	S/. 1,325
Abril	S/. 637	S/. 643	S/. 649	S/. 656	S/. 662
Mayo	S/. 424	S/. 429	S/. 433	S/. 437	S/. 442
Junio	S/. 424	S/. 429	S/. 433	S/. 437	S/. 442
Julio	S/. 424	S/. 429	S/. 433	S/. 437	S/. 442
Agosto	S/. 637	S/. 643	S/. 649	S/. 656	S/. 662
Setiembre	S/. 637	S/. 643	S/. 649	S/. 656	S/. 662
Octubre	S/. 1,273	S/. 1,286	S/. 1,299	S/. 1,312	S/. 1,325
Noviembre	S/. 2,546	S/. 2,572	S/. 2,597	S/. 2,623	S/. 2,650
Diciembre	S/. 2,546	S/. 2,572	S/. 2,597	S/. 2,623	S/. 2,650
<b>TOTALES</b>	<b>S/. 15,914</b>	<b>S/. 16,073</b>	<b>S/. 16,233</b>	<b>S/. 16,396</b>	<b>S/. 16,560</b>

Visualizamos en el cuadro superior la demanda del helado lo cual con ello podemos detallar el costo de la preparación como también del envase.

✓ Costo de Preparación Promedio: S/4.79 UNI

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 12,205	S/. 12,327	S/. 12,450	S/. 12,574	S/. 12,700
Febrero	S/. 12,205	S/. 12,327	S/. 12,450	S/. 12,574	S/. 12,700
Marzo	S/. 6,102	S/. 6,163	S/. 6,225	S/. 6,287	S/. 6,350
Abril	S/. 3,051	S/. 3,082	S/. 3,112	S/. 3,144	S/. 3,175
Mayo	S/. 2,034	S/. 2,054	S/. 2,075	S/. 2,096	S/. 2,117
Junio	S/. 2,034	S/. 2,054	S/. 2,075	S/. 2,096	S/. 2,117
Julio	S/. 2,034	S/. 2,054	S/. 2,075	S/. 2,096	S/. 2,117
Agosto	S/. 3,051	S/. 3,082	S/. 3,112	S/. 3,144	S/. 3,175
Setiembre	S/. 3,051	S/. 3,082	S/. 3,112	S/. 3,144	S/. 3,175
Octubre	S/. 6,102	S/. 6,163	S/. 6,225	S/. 6,287	S/. 6,350
Noviembre	S/. 12,205	S/. 12,327	S/. 12,450	S/. 12,574	S/. 12,700
Diciembre	S/. 12,205	S/. 12,327	S/. 12,450	S/. 12,574	S/. 12,700
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 64,643</b>	<b>S/. 65,290</b>	<b>S/. 65,943</b>	<b>S/. 66,602</b>	<b>S/. 67,268</b>
IGV - 18%	S/. 11,636	S/. 11,752	S/. 11,870	S/. 11,988	S/. 12,108
<b>MONTO TOTAL</b>	<b>S/. 76,279</b>	<b>S/. 77,042</b>	<b>S/. 77,812</b>	<b>S/. 78,590</b>	<b>S/. 79,376</b>

✓ El envase del helado, más conocido como tarrina: S/0.80 UNI

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 2,400	S/. 1,600	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Febrero	S/. 2,400	S/. 1,600	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400
Marzo	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Abril	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Mayo	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Junio	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Julio	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Agosto	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Setiembre	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Octubre	S/. 800	S/. 1,600	S/. 800	S/. 800	S/. 800
Noviembre	S/. 800	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600
Diciembre	S/. 800	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 11,525</b>	<b>S/. 12,203</b>	<b>S/. 12,203</b>	<b>S/. 12,203</b>	<b>S/. 12,203</b>
IGV - 18%	S/. 2,075	S/. 2,197	S/. 2,197	S/. 2,197	S/. 2,197
<b>MONTO TOTAL</b>	<b>S/. 13,600</b>	<b>S/. 14,400</b>	<b>S/. 14,400</b>	<b>S/. 14,400</b>	<b>S/. 14,400</b>

- ✓ La cucharita para el helado: S/0.03 UNI

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/ 90.00	S/ 60.00	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 90.00
Febrero	S/ 90.00	S/ 60.00	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 90.00
Marzo	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Abril	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Mayo	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Junio	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Julio	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Agosto	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Setiembre	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Octubre	S/ 30.00	S/ 60.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Noviembre	S/ 30.00	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00
Diciembre	S/ 30.00	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00	S/ 60.00
<b>Subtotal</b>	<b>S/ 432.20</b>	<b>S/ 457.63</b>	<b>S/ 457.63</b>	<b>S/ 457.63</b>	<b>S/ 457.63</b>
IGV - 18%	S/ 77.80	S/ 82.37	S/ 82.37	S/ 82.37	S/ 82.37
<b>Monto total</b>	<b>S/ 510.00</b>	<b>S/ 540.00</b>	<b>S/ 540.00</b>	<b>S/ 540.00</b>	<b>S/ 540.00</b>

- ✓ Crepe Clásico:

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 437.06	S/. 447.99	S/. 459.19	S/. 470.67	S/. 482.43
Febrero	S/. 437.06	S/. 447.99	S/. 459.19	S/. 470.67	S/. 482.43
Marzo	S/. 874.12	S/. 895.97	S/. 918.37	S/. 941.33	S/. 964.86
Abril	S/. 1,748.24	S/. 1,791.95	S/. 1,836.74	S/. 1,882.66	S/. 1,929.73
Mayo	S/. 1,966.77	S/. 2,015.94	S/. 2,066.34	S/. 2,118.00	S/. 2,170.95
Junio	S/. 1,966.77	S/. 2,015.94	S/. 2,066.34	S/. 2,118.00	S/. 2,170.95
Julio	S/. 2,403.83	S/. 2,463.93	S/. 2,525.52	S/. 2,588.66	S/. 2,653.38
Agosto	S/. 2,403.83	S/. 2,463.93	S/. 2,525.52	S/. 2,588.66	S/. 2,653.38
Setiembre	S/. 1,966.77	S/. 2,015.94	S/. 2,066.34	S/. 2,118.00	S/. 2,170.95
Octubre	S/. 874.12	S/. 895.97	S/. 918.37	S/. 941.33	S/. 964.86
Noviembre	S/. 437.06	S/. 447.99	S/. 459.19	S/. 470.67	S/. 482.43
Diciembre	S/. 437.06	S/. 447.99	S/. 459.19	S/. 470.67	S/. 482.43
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 15,952.69</b>	<b>S/. 16,351.51</b>	<b>S/. 16,760.29</b>	<b>S/. 17,179.30</b>	<b>S/. 17,608.78</b>

Visualizamos en el cuadro superior la demanda del Crepe Clásico lo cual con ello podemos detallar el costo de la preparación como también del envase.

✓ Costo de Preparación Promedio: S/1.23 UNI

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 538	S/. 551	S/. 565	S/. 579	S/. 593
Febrero	S/. 538	S/. 551	S/. 565	S/. 579	S/. 593
Marzo	S/. 1,075	S/. 1,102	S/. 1,130	S/. 1,158	S/. 1,187
Abril	S/. 2,150	S/. 2,204	S/. 2,259	S/. 2,316	S/. 2,374
Mayo	S/. 2,419	S/. 2,480	S/. 2,542	S/. 2,605	S/. 2,670
Junio	S/. 2,419	S/. 2,480	S/. 2,542	S/. 2,605	S/. 2,670
Julio	S/. 2,957	S/. 3,031	S/. 3,106	S/. 3,184	S/. 3,264
Agosto	S/. 2,957	S/. 3,031	S/. 3,106	S/. 3,184	S/. 3,264
Setiembre	S/. 2,419	S/. 2,480	S/. 2,542	S/. 2,605	S/. 2,670
Octubre	S/. 1,075	S/. 1,102	S/. 1,130	S/. 1,158	S/. 1,187
Noviembre	S/. 538	S/. 551	S/. 565	S/. 579	S/. 593
Diciembre	S/. 538	S/. 551	S/. 565	S/. 579	S/. 593
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 16,629</b>	<b>S/. 17,044</b>	<b>S/. 17,470</b>	<b>S/. 17,907</b>	<b>S/. 18,355</b>
IGV - 18%	S/. 2,993	S/. 3,068	S/. 3,145	S/. 3,223	S/. 3,304
<b>MONTO TOTAL</b>	<b>S/. 19,622</b>	<b>S/. 20,112</b>	<b>S/. 20,615</b>	<b>S/. 21,131</b>	<b>S/. 21,659</b>

✓ El envase del Crepe Clásico, más conocido como Cono: S/0.35 UNI

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Febrero	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Marzo	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Abril	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Mayo	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Junio	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Julio	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Agosto	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Setiembre	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 700.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Octubre	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Noviembre	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Diciembre	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 350.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 5,042.37</b>	<b>S/. 5,042.37</b>	<b>S/. 5,338.98</b>	<b>S/. 5,338.98</b>	<b>S/. 5,338.98</b>
IGV - 18%	S/. 907.63	S/. 907.63	S/. 961.02	S/. 961.02	S/. 961.02
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 5,950.00</b>	<b>S/. 5,950.00</b>	<b>S/. 6,300.00</b>	<b>S/. 6,300.00</b>	<b>S/. 6,300.00</b>

Juntando los Costos Operativos tenemos:

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
Tarrina	S/ 13,600.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00
Cucharita	S/ 510.00	S/ 540.00	S/ 540.00	S/ 540.00	S/ 540.00
Cono Para Crepe	S/ 5,950.00	S/ 5,950.00	S/ 6,300.00	S/ 6,300.00	S/ 6,300.00
Helado Clásico	S/ 76,279.00	S/ 77,041.79	S/ 77,812.21	S/ 78,590.33	S/ 79,376.23
Crepes de Manjar o Fudge	S/ 19,621.81	S/ 20,112.35	S/ 20,615.16	S/ 21,130.54	S/ 21,658.81
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/ 98,271.87</b>	<b>S/ 100,037.41</b>	<b>S/ 101,413.02</b>	<b>S/ 102,509.21</b>	<b>S/ 103,622.91</b>
IGV - 18%	S/ 17,688.94	S/ 18,006.73	S/ 18,254.34	S/ 18,451.66	S/ 18,652.12
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 115,960.81</b>	<b>S/ 118,044.14</b>	<b>S/ 119,667.37</b>	<b>S/ 120,960.87</b>	<b>S/ 122,275.04</b>

## 5.2. Planilla y Costo de Mano de Obra.

### 5.2.1. Planilla

En el presupuesto destinada para el pago de planilla se detalla en los cuadros líneas abajo, para lo cual, se calculó año a año con sus respectivos meses. En el año 0, que hace referencia al 2019, que es cuando esta puesta en marcha el proyecto hasta el 2023 como proyectado, se considera los siguientes puestos de trabajo:

- Administrador:
  - ✓ **Sueldo Básico:** S/ 1,200.00 Soles Mensuales
  - ✓ **Asignación Familiar:** S/0.00 Ya que no tiene.

El 10% del Sueldo Básico Vital. (S/ 85.00 Soles en el caso de tener carga familiar menor a 18 años o si su hijo al cumplir la mayoría de edad se encuentra cursando estudios superiores o universitarios, este beneficio se extenderá hasta un máximo de seis años posteriores al cumplir la mayoría de edad.)

- ✓ **Sistema de Pensiones:** ONP 13% = S/ 156.00 Soles
  - SPP (Sistema Privado de Pensiones): El % según la AFP elegida sobre el ingreso bruto del trabajador.



- SNP (Sistema Nacional de Pensiones): El 13% sobre el ingreso bruto del trabajador.

- ✓ **Aporte a Essalud:** S/ 108.00 Soles

El 9% sobre el ingreso bruto del trabajador.

- ✓ **Gratificación:** S/ 1,308.00 Soles

El trabajador recibirá su remuneración bruta completa (En el caso de tener 6 meses laborando) más el 9% adicional si está inscrito en EsSalud o el 6% más si paga una EPS, en los meses de Julio y diciembre repitiéndose el ejercicio.

- ✓ **CTS:** S/ 709.00 Soles

Se liquida semestralmente (En Mayo y noviembre) y es equivalente a un dozavo de la remuneración computable por cada mes de servicio y a un treintavo de dicho dozavo por cada día fracción de mes.

- ✓ **Vacaciones:** S/ 1,200.00 Soles

Se liquida semestralmente (En Mayo y noviembre) y es equivalente a un dozavo de la remuneración computable por cada mes de servicio y a un treintavo de dicho dozavo por cada día fracción de mes.

- Counter 1 y 2: La situación es la misma para los dos trabajadores que ocupan el mismo cargo.

- ✓ **Sueldo Básico:** S/ 1,000.00 Soles Mensuales

- ✓ **Asignación Familiar:** S/0.00 Ya que no tiene.

- ✓ **Sistema de Pensiones:** ONP 13% = S/ 130.00 Soles

- ✓ **Aporte a EsSalud:** S/ 90.00 Soles

- ✓ **Gratificación:** S/ 1,090.00 Soles

- ✓ **CTS:** S/ 590.83 Soles

- ✓ **Vacaciones:** S/ 1,000.00 Soles

**TABLA 30: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2019**

(De enero a diciembre)

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/ 1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/ 1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

**TABLA 31: APORTACIONES DEL EMPLEADOR, 2019**

(De enero a diciembre del 2019)

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/ 1,635.00	S/ 1,635.00	S/ 3,270.00	S/ 886.25	S/886.25	S/ 1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/ 2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/ 886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>

**TABLA 32: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019**

ORDEN	CARGO	ENE-19	FEB-19	MAR-19	ABR-19	MAY-19	JUN-19	JUL-19	AGO-19	SEP-19	OCT-19	NOV-19	DIC-19	APORTE ANUAL
1	Administrador	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/1,635.00	S/3,270.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/3,270.00	S/24,662.50
2	Counter 1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
3	Counter 2	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
4	Counter 3	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
5	Counter 4	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/57,362.50</b>

**TABLA 33: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2020**

(De enero a diciembre)

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/ 1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

**TABLA 34: APORTACIONES DEL EMPLEADOR, 2019**

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/3,270.00	S/ 886.25	S/ 886.25	S/1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>

**TABLA 35: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019**

ORDEN	CARGO	ENE-20	FEB-20	MAR-20	ABR-20	MAY-20	JUN-20	JUL-20	AGO-20	SEP-20	OCT-20	NOV-20	DIC-20	APORTE ANUAL
1	Administrador	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/1,635.00	S/3,270.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/3,270.00	S/24,662.50
2	Counter 1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
3	Counter 2	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
4	Counter 3	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
5	Counter 4	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/57,362.50</b>

**TABLA 36: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2021**

(De enero a diciembre)

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUeldo BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

**TABLA 37: APORTACIONES DEL EMPLEADOR**

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/ 1,635.00	S/1,635.00	S/3,270.00	S/ 886.25	S/ 886.25	S/1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>

**TABLA 38: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2019**

ORDEN	CARGO	ENE-21	FEB-21	MAR-21	ABR-21	MAY-21	JUN-21	JUL-21	AGO-21	SEP-21	OCT-21	NOV-21	DIC-21	APORTE ANUAL
1	Administrador	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/1,635.00	S/3,270.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/3,270.00	S/24,662.50
2	Counter 1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
3	Counter 2	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
4	Counter 3	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
5	Counter 4	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/57,362.50</b>

**TABLA 39: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2022**

(De enero a diciembre)

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

**TABLA 40: APORTACIONES DEL EMPLEADOR**

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/ 1,635.00	S/1,635.00	S/3,270.00	S/ 886.25	S/ 886.25	S/1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>

**TABLA 41: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2022**

ORDEN	CARGO	ENE-22	FEB-22	MAR-22	ABR-22	MAY-22	JUN-22	JUL-22	AGO-22	SEP-22	OCT-22	NOV-22	DIC-22	APORTE ANUAL
1	Administrador	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/1,635.00	S/3,270.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/3,270.00	S/24,662.50
2	Counter 1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
3	Counter 2	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
4	Counter 3	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
5	Counter 4	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/57,362.50</b>

**TABLA 42: PLANILLA DE REMUNERACIONES, 2023**

(De enero a diciembre)

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/1,200.00	No	S/ -	48	S/ 300.00	S/1,500.00	ONP	S/ 195.00	S/1,305.00
2	Counter 1	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
3	Counter 2	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
4	Counter 3	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
5	Counter 4	S/ 600.00	No	S/ -	0	S/ -	S/ 600.00	ONP	S/ 78.00	S/ 522.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/3,600.00</b>		<b>S/ -</b>	<b>48</b>	<b>S/ 300.00</b>	<b>S/3,900.00</b>		<b>S/ 507.00</b>	<b>S/3,393.00</b>

**TABLA 43: APORTACIONES DEL EMPLEADOR**

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/ 135.00	S/ 1,635.00	S/1,635.00	S/3,270.00	S/ 886.25	S/ 886.25	S/1,772.50
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
S/ 54.00	S/ 163.50	S/ 163.50	S/ 327.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>S/ 351.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/2,289.00</b>	<b>S/4,578.00</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/886.25</b>	<b>S/1,772.50</b>



**TABLA 44: DETALLE DE PLANILLA POR MES, 2023**

ORDEN	CARGO	ENE-23	FEB-23	MAR-23	ABR-23	MAY-23	JUN-23	JUL-23	AGO-23	SEP-23	OCT-23	NOV-23	DIC-23	APORTE ANUAL
1	Administrador	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/1,635.00	S/3,270.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/1,635.00	S/2,521.25	S/3,270.00	S/24,662.50
2	Counter 1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
3	Counter 2	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
4	Counter 3	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
5	Counter 4	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 817.50	S/ 8,175.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/4,251.00</b>	<b>S/5,137.25</b>	<b>S/6,540.00</b>	<b>S/57,362.50</b>

#### 5.2.2.RECIBO POR HONORARIOS

El pago destinado al contador es por el concepto de servicios profesionales con el fin de que nos lleve los libros contables y la contabilidad del proyecto por los siguientes periodos:

**TABLA 45: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2019**

N°	CARGO	ENE-19	FEB-19	MAR-19	ABR-19	MAY-19	JUN-19	JUL-19	AGO-19	SEP-19	OCT-19	NOV-19	DIC-19	TOTAL
1	Contador	S/500	S/500	S/500	S/500	S/ 500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	<b>S/6,000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/ 500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/6,000</b>

**TABLA 46: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2020**

N°	CARGO	ENE-20	FEB-20	MAR-20	ABR-20	MAY-20	JUN-20	JUL-20	AGO-20	SEP-20	OCT-20	NOV-20	DIC-20	TOTAL
1	Contador	S/500	S/500	S/500	S/500	S/ 500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	<b>S/6,000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/ 500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/6,000</b>

**TABLA 47: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2021**

N°	CARGO	ENE-21	FEB-21	MAR-21	ABR-21	MAY-21	JUN-21	JUL-21	AGO-21	SEP-21	OCT-21	NOV-21	DIC-21	TOTAL
1	Contador	S/500	S/500	S/500	S/500	S/ 500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	<b>S/6,000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/ 500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/6,000</b>

**TABLA 48: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2022**

N°	CARGO	ENE-22	FEB-22	MAR-22	ABR-22	MAY-22	JUN-22	JUL-22	AGO-22	SEP-22	OCT-22	NOV-22	DIC-22	TOTAL
1	Contador	S/500	S/500	S/500	S/500	S/ 500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	<b>S/6,000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/ 500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/6,000</b>

**TABLA 49: PERÍODO ANUAL DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2023**

N°	CARGO	ENE-23	FEB-23	MAR-23	ABR-23	MAY-23	JUN-23	JUL-23	AGO-23	SEP-23	OCT-23	NOV-23	DIC-23	TOTAL
1	Contador	S/500	S/500	S/500	S/500	S/ 500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	S/500	<b>S/6,000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/ 500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/500</b>	<b>S/6,000</b>

### 5.3. Costos de Mano de Obra

La información de la siguiente tabla refleja el costo mensual por el primer año (El 2019, proyecto puesta en marcha) para la empresa que está dentro de presupuesto de inversión.

**TABLA 50: COSTO DE MANO DE OBRA POR EL AÑO 2019**

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>COSTO TOTAL DE VENTAS</b>	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 3,270.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 3,270.00
<b>MANO DE OBRA</b>	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 3,270.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 2,616.00	S/. 3,270.00

El siguiente cuadro refleja la proyección total de forma anual de los costos generados desde el 2019 al 2023 de los trabajadores que se encuentra en planilla y cuentan con todos los beneficios de ley:

**TABLA 51: COSTO DE MANO DE OBRA POR LOS 5 AÑOS PROYECTADOS PARA EL PROYECTO EN MARCHA**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO TOTAL DE VENTAS</b>	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00
<b>MANO DE OBRA</b>	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00	S/. 32,700.00

El siguiente cuadro podremos visualizar los costos pertenecientes al área administración, que es el caso del Administración de la tienda (Trabajador en planilla) y el gasto que representa el contador (Recibos por Honorarios).

**TABLA 52: GASTOS PROYECTADOS POR LOS 12 PRIMEROS MESES DEL PROYECTO PUESTA EN MARCHA – AÑO 2019**

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>GASTOS DE ADM.</b>	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 3,021	S/. 2,135	S/. 3,770	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 3,021	S/. 3,770
<b>PERSONAL</b>	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 3,021	S/. 2,135	S/. 3,770	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 2,135	S/. 3,021	S/. 3,770

En el siguiente cuadro, podremos visualizar la proyección de gasto administrativo, pero de forma anual desde el 2019 al 2023:

**TABLA 53: GASTOS PROYECTOS DURANTE LOS 5 AÑOS**

	T AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS DE ADM.</b>	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662
<b>PERSONAL</b>	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662	S/. 30,662

Determinación del Precio:

**CUADRO N° 25: PRECIOS DE LA COMPETENCIA MÁS IMPORTANTES**

PRECIOS DE LA COMPETENCIA		
Establecimiento	Distrito	Precio
Sweet Rolls	Lince	S/. 10.90
Rolo Ice Cream	Miraflores	S/. 11.00
Roll It Ice Cream	Miraflores	S/. 8.90
Ice Rolls	San Miguel	S/. 12.00

Para la determinación del precio hemos tomado en consideración dos aspectos:

En primer lugar, el costo promedio de producción del helado que es de S/ 3.44 Por lo que obviamente el precio de venta tiene que ser considerablemente mayor pues en el rubro gastronómico en general el margen de ganancia es amplio.

En segundo lugar y por ello no menos importante son los precios de la competencia. Si bien tenemos una gran variedad de sabores, presentaciones y por ende precios de helados en general. Nos hemos enfocado en los precios de nuestra competencia directa, que venden los rolls de helados de crema.

Tomando en cuenta que nos dirigimos a un público de nivel socioeconómico B a más y por situarnos en un distrito que representa muy bien nuestro público objetivo como es Santiago de Surco. Hemos fijado como precio de venta S/12.00 que es un precio cercano a los de la competencia y que se sostiene con la calidad del producto, atención, así como también el buen ambiente de nuestro establecimiento.

## CAPITULO VI – PRESUPUESTOS, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 6. Presupuestación

#### 6.1. Presupuesto Operativo de Ingresos del Proyecto

Para determinar el presupuesto operativo de nuestra empresa, hemos realizado un estudio de mercado en la cual se determina la demanda aproximada de nuestros productos, donde interviene el helado de Rolls Ice en diferentes presentaciones, el Crepes con distintos sabores de acuerdo al deseo de nuestros.

Donde la cual hemos realizado un estudio de mercado para determinar nuestra demanda promedio de acuerdo a la competencia.

De acuerdo a la proyección de ventas que está colocado en el Capítulo 1, nuestra empresa cuenta con 2 tipos de demandas, en las cuales los ingresos de estos dos tipos de elaboraciones son:

**TABLA 54: PROYECCION DE VENTA DE HELADOS POR UNIDAD**

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
ENERO	S/. 30,554.04	S/. 30,859.58	S/. 31,168.17	S/. 31,479.85	S/. 31,794.65
FEBRERO	S/. 30,554.04	S/. 30,859.58	S/. 31,168.17	S/. 31,479.85	S/. 31,794.65
MARZO	S/. 15,277.02	S/. 15,429.79	S/. 15,584.09	S/. 15,739.93	S/. 15,897.33
ABRIL	S/. 7,638.51	S/. 7,714.89	S/. 7,792.04	S/. 7,869.96	S/. 7,948.66
MAYO	S/. 5,092.34	S/. 5,143.26	S/. 5,194.70	S/. 5,246.64	S/. 5,299.11
JUNIO	S/. 5,092.34	S/. 5,143.26	S/. 5,194.70	S/. 5,246.64	S/. 5,299.11
JULIO	S/. 5,092.34	S/. 5,143.26	S/. 5,194.70	S/. 5,246.64	S/. 5,299.11
AGOSTO	S/. 7,638.51	S/. 7,714.89	S/. 7,792.04	S/. 7,869.96	S/. 7,948.66
SEPTIEMBRE	S/. 7,638.51	S/. 7,714.89	S/. 7,792.04	S/. 7,869.96	S/. 7,948.66
OCTUBRE	S/. 15,277.02	S/. 15,429.79	S/. 15,584.09	S/. 15,739.93	S/. 15,897.33
NOVIEMBRE	S/. 30,554.04	S/. 30,859.58	S/. 31,168.17	S/. 31,479.85	S/. 31,794.65
DICIEMBRE	S/. 30,554.04	S/. 30,859.58	S/. 31,168.17	S/. 31,479.85	S/. 31,794.65
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 190,962.72</b>	<b>S/. 192,872.35</b>	<b>S/. 194,801.07</b>	<b>S/. 196,749.08</b>	<b>S/. 198,716.57</b>

De acuerdo al grafico se visualiza un incremento de 1% anual por la venta del helado de crema Rolls Ice, en la cual ya para el 2023 su diferencia entre el 2019 es de 7753.85 Nuevos Soles.

**TABLA 55: PROYECCION DE VENTA DE CREPES POR UNIDAD**

MES \ AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
ENERO	S/. 4,807.66	S/. 4,927.85	S/. 5,051.05	S/. 5,177.32	S/. 5,306.76
FEBRERO	S/. 4,807.66	S/. 4,927.85	S/. 5,051.05	S/. 5,177.32	S/. 5,306.76
MARZO	S/. 9,615.32	S/. 9,855.70	S/. 10,102.10	S/. 10,354.65	S/. 10,613.51
ABRIL	S/. 19,230.64	S/. 19,711.41	S/. 20,204.19	S/. 20,709.30	S/. 21,227.03
MAYO	S/. 21,634.47	S/. 22,175.33	S/. 22,729.72	S/. 23,297.96	S/. 23,880.41
JUNIO	S/. 21,634.47	S/. 22,175.33	S/. 22,729.72	S/. 23,297.96	S/. 23,880.41
JULIO	S/. 26,442.13	S/. 27,103.18	S/. 27,780.76	S/. 28,475.28	S/. 29,187.16
AGOSTO	S/. 26,442.13	S/. 27,103.18	S/. 27,780.76	S/. 28,475.28	S/. 29,187.16
SEPTIEMBRE	S/. 21,634.47	S/. 22,175.33	S/. 22,729.72	S/. 23,297.96	S/. 23,880.41
OCTUBRE	S/. 9,615.32	S/. 9,855.70	S/. 10,102.10	S/. 10,354.65	S/. 10,613.51
NOVIEMBRE	S/. 4,807.66	S/. 4,927.85	S/. 5,051.05	S/. 5,177.32	S/. 5,306.76
DICIEMBRE	S/. 4,807.66	S/. 4,927.85	S/. 5,051.05	S/. 5,177.32	S/. 5,306.76
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 175,479.59</b>	<b>S/. 179,866.58</b>	<b>S/. 184,363.24</b>	<b>S/. 188,972.33</b>	<b>S/. 193,696.63</b>

De acuerdo al grafico se visualiza un incremento de 2.5% anual por la venta Crepe, en la cual ya para el 2023 su diferencia entre el 2019 es de 18217.04 Nuevos Soles.

Nuestro proyecto de negocios cuenta con dos tipos de productos, en las cuales los ingresos de estos dos tipos de elaboraciones son:

En el Año 2019 las ventas del helado Rolls Ice Clásico:

MES	ENE-19	FEB-19	MAR-19	ABR-19	MAY-19	JUN-19	JUL-19	AGO-19	SEP-19	OCT-19	NOV-19	DIC-19
<i>Venta</i>	S/ 29,968	S/ 29,968	S/ 21,095	S/ 22,770	S/ 22,650	S/ 22,650	S/ 26,724	S/ 28,882	S/ 24,808	S/ 21,095	S/ 29,968	S/ 29,968
<i>IGV-18%</i>	S/ 5,394	S/ 5,394	S/ 3,797	S/ 4,099	S/ 4,077	S/ 4,077	S/ 4,810	S/ 5,199	S/ 4,465	S/ 3,797	S/ 5,394	S/ 5,394
<b>VENTA NETA</b>	<b>S/ 35,362</b>	<b>S/ 35,362</b>	<b>S/ 24,892</b>	<b>S/ 26,869</b>	<b>S/ 26,727</b>	<b>S/ 26,727</b>	<b>S/ 31,534</b>	<b>S/ 34,081</b>	<b>S/ 29,273</b>	<b>S/ 24,892</b>	<b>S/ 35,362</b>	<b>S/ 35,362</b>

Nuestro proyecto de negocios cuenta con dos tipos de productos, en las cuales los ingresos de estos dos tipos de elaboraciones son:

En el Año 2019 las ventas del helado Rolls Ice Clásico:

MES	ENE-19	FEB-19	MAR-19	ABR-19	MAY-19	JUN-19	JUL-19	AGO-19	SEP-19	OCT-19	NOV-19	DIC-19
<i>Venta</i>	S/ 25,893	S/ 25,893	S/ 12,947	S/ 6,473	S/ 4,316	S/ 4,316	S/ 4,316	S/ 6,473	S/ 6,473	S/ 12,947	S/ 25,893	S/ 25,893
<i>IGV-18%</i>	S/ 4,661	S/ 4,661	S/ 2,330	S/ 1,165	S/ 777	S/ 777	S/ 777	S/ 1,165	S/ 1,165	S/ 2,330	S/ 4,661	S/ 4,661
<b>VENTA NETA</b>	<b>S/ 30,554</b>	<b>S/ 30,554</b>	<b>S/ 15,277</b>	<b>S/ 7,639</b>	<b>S/ 5,092</b>	<b>S/ 5,092</b>	<b>S/ 5,092</b>	<b>S/ 7,639</b>	<b>S/ 7,639</b>	<b>S/ 15,277</b>	<b>S/ 30,554</b>	<b>S/ 30,554</b>

En el Año 2019 las ventas del Crepe Clásico:

MES	ENE-19	FEB-19	MAR-19	ABR-19	MAY-19	JUN-19	JUL-19	AGO-19	SEP-19	OCT-19	NOV-19	DIC-19
<i>Venta</i>	S/ 4,074	S/ 4,074	S/ 8,148	S/ 16,297	S/ 18,334	S/ 18,334	S/ 22,408	S/ 22,408	S/ 18,334	S/ 8,148	S/ 4,074	S/ 4,074
<i>IGV-18%</i>	S/ 733	S/ 733	S/ 1,466	S/ 2,933	S/ 3,300	S/ 3,300	S/ 4,033	S/ 4,033	S/ 3,300	S/ 1,466	S/ 733	S/ 733
<b>VENTA NETA</b>	<b>S/ 4,807</b>	<b>S/ 4,807</b>	<b>S/ 9,615</b>	<b>S/ 19,230</b>	<b>S/ 21,634</b>	<b>S/ 21,634</b>	<b>S/ 26,442</b>	<b>S/ 26,442</b>	<b>S/ 21,634</b>	<b>S/ 9,615</b>	<b>S/ 4,807</b>	<b>S/ 4,807</b>

**TABLA 56: RESUMEN DEL PRESUPUESTO OPERATIVO**

En la siguiente tabla se muestra el consolidado de las ventas globales:

<b>MES \ AÑO</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<i>Venta</i>	S/ 310,544	S/ 315,880	S/ 321,326	S/ 326,883	S/ 332,554
<i>IGV-18%</i>	S/ 55,898	S/ 56,858	S/ 57,839	S/ 58,839	S/ 59,860
<b>VTA. NETA</b>	<b>S/ 366,442</b>	<b>S/ 372,739</b>	<b>S/ 379,164</b>	<b>S/ 385,721</b>	<b>S/ 392,413</b>



## 6.1.1. Plan de Imprevistos

CUADRO N° 26: PLAN DE IMPREVISTOS

PLAN DE IMPREVISTOS	ACCIONES
Menos demanda que la Proyectada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar línea de crédito a un banco local y utilizarla solo en caso sea necesario.</li> <li>• Aplicar un plan de locatario de descuento para trabajadores que trabajen en centros comerciales cercanos a la zona y buscar incrementar la demanda y reducir el riesgo de inventario.</li> <li>• Promociones y descuentos a estudiantes universitarios o de institutos presentando su carnet estudiantil.</li> <li>• Implementar franquicias.</li> </ul>
El precio del dólar estadounidense se dispara con respecto al nuevo sol.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrato de dólares a futuro (si el tipo de cambio supera los S/. 3,30).</li> </ul>

## 6.1.2. Presupuesto de Gastos Administrativos

En el presupuesto de Gastos Administrativos consolidamos todos los gastos de la parte administrativa de la empresa.

Viendo los Egresos que tenemos de nuestro proyecto, podemos detallar:

## PAGOS A PROVEEDORES:

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Efectivo	S/. 115,961	S/. 120,995	S/. 122,659	S/. 123,985	S/. 125,332
Cuentas por Cobrar	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -

Vemos que las compras se realizaran al contado por lo cual no tenemos cuentas por cobrar

## 6.1.2.1. Gastos Administrativos:

**TABLA 57: CONSOLIDADO DE GASTOS POR LOS 5 PRÓXIMOS AÑOS**

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Alquiler de Local	S/. 45,080	S/. 39,606	S/. 39,606	S/. 39,606	S/. 39,606
Planilla	S/. 57,363	S/. 58,797	S/. 58,797	S/. 58,797	S/. 58,797
Recibo por Honorarios	S/. 6,000	S/. 6,150	S/. 6,150	S/. 6,150	S/. 6,150
Servicios Básicos	S/. 4,847	S/. 5,030	S/. 5,092	S/. 5,156	S/. 5,221
Recarga de Extintores	S/. 100	S/. 103	S/. 103	S/. 103	S/. 103
Tangibles	S/. 1,140	S/. 923	S/. 923	S/. 12,467	S/. 7,524
Mantenimiento	S/. 1,370	S/. 1,404	S/. 1,404	S/. 1,404	S/. 1,404
<b>TOTAL S/.</b>	<b>S/. 115,900</b>	<b>S/. 112,012</b>	<b>S/. 112,074</b>	<b>S/. 123,682</b>	<b>S/. 118,804</b>
IGV 18%	S/. 8,014	S/. 7,179	S/. 7,189	S/. 8,960	S/. 8,216
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 107,886</b>	<b>S/. 104,832</b>	<b>S/. 104,885</b>	<b>S/. 114,723</b>	<b>S/. 110,588</b>

En el cuadro vemos que los costos del 2019 son mayores al 2020 por motivos del alquiler del local.

## 6.1.3. Presupuesto de Gastos de Ventas

En los Gastos de Ventas registramos la publicidad que se ha realizado para la captación de nuevos clientes y dar a conocer nuestra empresa por diferentes medios de Marketing.

En el cuadro se visualiza el detalle de los Gastos consolidado en todos los periodos:

**TABLA 58: PROYECTADO DE GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Publicidad	S/. 7,250.00	S/. 3,023.75	S/. 3,023.75	S/. 3,023.75	S/. 3,023.75
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 7,250.00</b>	<b>S/ 3,023.75</b>	<b>S/ 3,023.75</b>	<b>S/ 3,023.75</b>	<b>S/ 3,023.75</b>
<b>IGV 18%</b>	<b>S/. 1,105.93</b>	<b>S/. 461.25</b>	<b>S/. 461.25</b>	<b>S/. 461.25</b>	<b>S/. 461.25</b>
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>S/. 6,144.07</b>	<b>S/. 2,562.50</b>	<b>S/. 2,562.50</b>	<b>S/. 2,562.50</b>	<b>S/. 2,562.50</b>

Acá vemos la parte publicitaria lo cual al detallar vemos que pertenecen:

- Volantes
- Página web, hosting y dominio
- Folletos

Los cuales son la base en la parte de marketing para llegar al público objetivo.

I.G.V. – SUNAT:

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
IGV Cobrado	S/. 55,898	S/. 56,858	S/. 57,839	S/. 58,839	S/. 59,860
IGV Pagado	S/. 34,009	S/. 26,098	S/. 26,361	S/. 28,334	S/. 27,795
<b>IGV SUNAT</b>	<b>S/. 21,889</b>	<b>S/. 30,761</b>	<b>S/. 31,478</b>	<b>S/. 30,505</b>	<b>S/. 32,064</b>

Interés del Préstamos:

	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>Interés</b>	S/ 6,888	S/ 2,601
<b>Amortización</b>	S/ 23,817	S/ 28,104
<b>Cuota</b>	S/ 30,705	S/ 30,705

Impuesto a la Renta:

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Pago a Cuenta Impuesto Renta 1.5% Mensual	S/. 4,658	S/. 4,738	S/. 4,820	S/. 4,903	S/. 4,988
Impuesto Renta Calculado	S/. 25,515	S/. 29,053	S/. 30,995	S/. 29,401	S/. 32,118
Impuesto Renta por Pagar Siguiete Año	S/. 20,857	S/. 24,314	S/. 26,175	S/. 24,497	S/. 27,129
<b>TOTAL PAGO IMPUESTO RENTA</b>	<b>S/ 4,658</b>	<b>S/ 25,595</b>	<b>S/ 29,134</b>	<b>S/ 31,078</b>	<b>S/ 29,486</b>

Consolidando todo los Egresos e Ingresos se realiza el cuadro se realiza el Flujo de Caja:

**TABLA 59: FLUJO DE CAJA EFECTIVO**

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
<b>INGRESOS</b>					
Cobranzas	S/ 366,442	S/ 372,739	S/ 379,164	S/ 385,721	S/ 392,413
Otros Ingresos					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>S/ 366,442</b>	<b>S/ 372,739</b>	<b>S/ 379,164</b>	<b>S/ 385,721</b>	<b>S/ 392,413</b>
<b>EGRESOS</b>					
Pago Proveedores	S/ 115,961	S/ 120,995	S/ 122,659	S/ 123,985	S/ 125,332
Gastos Administrativos	S/ 115,900	S/ 112,012	S/ 112,074	S/ 123,682	S/ 118,804
Gastos de Ventas	S/ 7,250	S/ 3,024	S/ 3,024	S/ 3,024	S/ 3,024
IGV - SUNAT	S/ 21,889	S/ 30,761	S/ 31,478	S/ 30,505	S/ 32,064
Interés Préstamo	S/ 6,888	S/ 2,601			
Amortización Préstamo	S/ 23,817	S/ 28,104			
Impuesto a la Renta	S/ 4,658	S/ 25,595	S/ 29,134	S/ 31,078	S/ 29,486
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/ 296,363</b>	<b>S/ 323,092</b>	<b>S/ 298,369</b>	<b>S/ 312,274</b>	<b>S/ 308,710</b>
<b>FLUJO CAJA OPERATIVO</b>	<b>S/ 70,079</b>	<b>S/ 49,647</b>	<b>S/ 80,795</b>	<b>S/ 73,447</b>	<b>S/ 83,704</b>
Saldo Inicial Caja	S/ 39,793	S/ 109,872	S/ 159,519	S/ 240,315	S/ 313,762
<b>SALDO FINAL CAJA</b>	<b>S/ 109,872</b>	<b>S/ 159,519</b>	<b>S/ 240,315</b>	<b>S/ 313,762</b>	<b>S/ 397,465</b>

De acuerdo al cuadro de Flujo de Caja contamos con un ingreso directo, ya que en nuestra política de Ventas es la totalidad del pago es realizado en efectivo por lo cual eso se ve reflejado idénticamente en nuestra Cobranzas.

## 6.2. Presupuesto Financiero

TABLA 60: ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023
<i>Ventas Netas (Ingresos Operacionales)</i>	S/. 310,544	100%	S/. 315,880	100%	S/. 321,326	100%	S/. 326,883	100%	S/. 332,554
<i>Otros Ingresos Operacionales</i>	S/. -	0%	S/. -	0%	S/. -	0%	S/. -	0%	S/. -
<b>TOTAL INGRESOS</b>	S/. 310,544	100%	S/. 315,880	100%	S/. 321,326	100%	S/. 326,883	100%	S/. 332,554
<i>Costo de Ventas</i>	S/. 98,272	100%	S/. 102,538	100%	S/. 103,948	100%	S/. 105,072	100%	S/. 106,213
<b>Total Costo de Ventass</b>	S/. 98,272	32%	S/. 102,538	32%	S/. 103,948	32%	S/. 105,072	32%	S/. 106,213
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. 212,272</b>	<b>68%</b>	<b>S/. 213,342</b>	<b>68%</b>	<b>S/. 217,377</b>	<b>68%</b>	<b>S/. 221,811</b>	<b>68%</b>	<b>S/. 226,340</b>
<i>Gastos de Administración</i>	S/. 107,886	35%	S/. 104,832	33%	S/. 104,885	33%	S/. 114,723	35%	S/. 110,588
<i>Gastos de Ventas</i>	S/. 6,144	2%	S/. 2,563	1%	S/. 2,563	1%	S/. 2,563	1%	S/. 2,563
<i>Otros Gastos</i>	S/. 4,862	2%	S/. 4,862	2%	S/. 4,862	2%	S/. 4,862	1%	S/. 4,316
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 93,380</b>	<b>30%</b>	<b>S/. 101,085</b>	<b>32%</b>	<b>S/. 105,067</b>	<b>33%</b>	<b>S/. 99,663</b>	<b>30%</b>	<b>S/. 108,873</b>
<i>Gastos Financieros</i>	S/. 6,888	2%	S/. 2,601	1%	S/. -	0%	S/. -	0%	S/. -
<b>UTILIDAD antes de P.T. e I.R.</b>	<b>S/. 86,492</b>	<b>28%</b>	<b>S/. 98,484</b>	<b>31%</b>	<b>S/. 105,067</b>	<b>33%</b>	<b>S/. 99,663</b>	<b>30%</b>	<b>S/. 108,873</b>
<i>Participación Trabajadores</i>		0%		0%		0%		0%	
<i>Impuesto a la Renta 29.5%</i>	S/. 25,515	8%	S/. 29,053	9%	S/. 30,995	10%	S/. 29,401	9%	S/. 32,118
<b>UTILIDAD O PERDIDA ACT. CONT.</b>	<b>S/. 60,977</b>	<b>20%</b>	<b>S/. 69,431</b>	<b>22%</b>	<b>S/. 74,072</b>	<b>23%</b>	<b>S/. 70,262</b>	<b>21%</b>	<b>S/. 76,756</b>
<i>Ingreso Neto Operaciones en Discons.</i>		0%		0%		0%		0%	
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>S/. 60,977</b>	<b>20%</b>	<b>S/. 69,431</b>	<b>22%</b>	<b>S/. 74,072</b>	<b>23%</b>	<b>S/. 70,262</b>	<b>21%</b>	<b>S/. 76,756</b>
<b>UTILIDAD ACUMULADA</b>	<b>S/. 60,977</b>	<b>20%</b>	<b>S/. 130,408</b>	<b>41%</b>	<b>S/. 204,480</b>	<b>64%</b>	<b>S/. 274,743</b>	<b>84%</b>	<b>S/. 351,498</b>

Como se Visualiza en el Cuadro de Estado de Resultados el incremento de la Utilidad Neta si es alta en los demás periodos, donde la cual es probable que se pueda abrir otra tienda para poder posicionarnos más en el mercado.

## 6.3. Estructura de la Inversión

**TABLA 61: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

Detalle	0	2019	2020	2021	2022	2023
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>	-					
Efectivo y equivalentes efectivo	S/. 39,793	S/. 109,872	S/. 159,519	S/. 240,315	S/. 313,762	S/. 397,465
Cuentas por Cobrar Comerciales						
Cuentas por Cobrar Partes Relac.						
Existencias (Neto)						
Gastos Diferidos						
Crédito tributario	S/. 7,594					
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>S/. 47,387</b>	<b>S/. 109,872</b>	<b>S/. 159,519</b>	<b>S/. 240,315</b>	<b>S/. 313,762</b>	<b>S/. 397,465</b>
<b>Activo no Corriente</b>	-					
Inversiones Inmobiliarias (Neto)						
Inversiones Activo Fijo (In. Maq. Eq.) (Neto)	S/. 42,188	S/. 37,641	S/. 33,095	S/. 28,548	S/. 24,001	S/. 20,001
Activos Intangibles	S/. 1,578	S/. 1,263	S/. 947	S/. 631	S/. 316	
Otros activos						
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>S/. 43,766</b>	<b>S/. 38,904</b>	<b>S/. 34,041</b>	<b>S/. 29,179</b>	<b>S/. 24,317</b>	<b>S/. 20,001</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/. 91,153</b>	<b>S/. 148,776</b>	<b>S/. 193,561</b>	<b>S/. 269,494</b>	<b>S/. 338,078</b>	<b>S/. 417,466</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Obligaciones Financieras		S/. 28,104				
Cuentas por Pagar Comerciales						
Impuesto a la renta		S/. 20,463	S/. 23,920	S/. 25,781	S/. 24,103	S/. 26,735
Pasivos Mantenedos Venta						
<b>Total pasivo corriente</b>		<b>S/. 48,567</b>	<b>S/. 23,920</b>	<b>S/. 25,781</b>	<b>S/. 24,103</b>	<b>S/. 26,735</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>	-					
Obligaciones Financieras	S/. 51,921					
Impuesto a la renta						
<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>S/. 51,921</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/. 51,921</b>	<b>S/. 48,567</b>	<b>S/. 23,920</b>	<b>S/. 25,781</b>	<b>S/. 24,103</b>	<b>S/. 26,735</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	S/. 39,232	S/. 39,232	S/. 39,232	S/. 39,232	S/. 39,232	S/. 39,232
Reservas Legales						
Resultados Acumulados		S/. 60,977	S/. 130,408	S/. 204,480	S/. 274,743	S/. 351,498
<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>S/. 39,232</b>	<b>S/. 100,209</b>	<b>S/. 169,640</b>	<b>S/. 243,712</b>	<b>S/. 313,975</b>	<b>S/. 390,730</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/. 91,153</b>	<b>S/. 148,776</b>	<b>S/. 193,560</b>	<b>S/. 269,493</b>	<b>S/. 338,078</b>	<b>S/. 417,466</b>

## 6.3.1. Inversión Tangible (Inversión en Activos Fijos)

Las inversiones en activos fijos tangibles son las maquinarias e inmuebles que contamos para el manejo de nuestra empresa.

**TABLA 62: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - COCINA**

CANT.	Inmueble y Maquinaria	P.U. SN IGV	IGV	P.U. CON IGV	C. Total sin IGV	IGV Total	Costo Total
<b>COCINA</b>							
4	Cuchillo de Cocina N° 12 (Unidad)	S/ 4	S/ 1	S/ 5	S/ 17	S/ 3	S/ 20
1	Juego de Coladores (3 Unidades)	S/ 4	S/ 1	S/ 5	S/ 4	S/ 1	S/ 5
4	Espátula de Acero (Unidad)	S/ 8	S/ 2	S/ 10	S/ 34	S/ 6	S/ 40
4	Rayador (Unidad)	S/ 4	S/ 1	S/ 5	S/ 17	S/ 3	S/ 20
1	Tacho Chico de Basura (Unidad)	S/ 13	S/ 2	S/ 15	S/ 13	S/ 2	S/ 15
1	Máquina de Café Expreso	S/ 2,517	S/ 453	S/ 2,970	S/ 2,517	S/ 453	S/ 2,970
1	Congeladora Miray 420 Lt	S/ 1,186	S/ 214	S/ 1,400	S/ 1,186	S/ 214	S/ 1,400
1	Mesas de Trabajo en Acero Inoxidable	S/ 636	S/ 114	S/ 750	S/ 636	S/ 114	S/ 750
1	Crepera, Panquequera Eléctrica (Nueva Original)	S/ 1,229	S/ 221	S/ 1,450	S/ 1,229	S/ 221	S/ 1,450
1	Batidora de Mano Oster® Blanca de 5 Velocidades	S/ 92	S/ 17	S/ 109	S/ 92	S/ 17	S/ 109
1	Máquina de Rolls Helado	S/ 4,081	S/ 735	S/ 4,816	S/ 4,081	S/ 735	S/ 4,816
2	Tacho Grande de Basura	S/ 42	S/ 8	S/ 50	S/ 85	S/ 15	S/ 100
3	Jarra Transparente Escala Azul	S/ 2	S/ 0	S/ 2	S/ 5	S/ 1	S/ 6
1	Balanza Eléctrica	S/ 36	S/ 6	S/ 42	S/ 36	S/ 6	S/ 42
2	Tabla de Corte Verde	S/ 1	S/ 0	S/ 2	S/ 3	S/ 0	S/ 3
4	Botellas Envases de Plástico Vacío Tapa Color 100 500 1lt.	S/ 4	S/ 1	S/ 5	S/ 17	S/ 3	S/ 20
5	Bombonera de Vidrio (650 Ml)	S/ 38	S/ 7	S/ 45	S/ 191	S/ 34	S/ 225
1	Extintidor Tipo C 6kg ( Electricidad)	S/ 59	S/ 11	S/ 70	S/ 59	S/ 11	S/ 70
1	Filtro Purificador de Agua Ap Easy Complete Caño Dedicado	S/ 296	S/ 53	S/ 349	S/ 296	S/ 53	S/ 349
<b>Monto de Inversión para la Cocina</b>		<b>S/ 10,254</b>	<b>S/ 1,846</b>	<b>S/ 12,100</b>	<b>S/ 10,517</b>	<b>S/ 1,893</b>	<b>S/ 12,410</b>

**TABLA 63: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - SALÓN**

CANT.	Inmueble y Maquinaria	P.U. SN IGV	IGV	P.U. CON IGV	C. Total sin IGV	IGV Total	Costo Total
1	Servilleteros (Docena)	S/. 25	S/. 5	S/. 30	S/. 25	S/. 5	S/. 30
8	Sillas y Mesas Para Restaurante Heladería	S/. 2,034	S/. 366	S/. 2,400	S/. 16,271	S/. 2,929	S/. 19,200
1	Computadora y Sistema de Facturación	S/. 1,525	S/. 275	S/. 1,800	S/. 1,525	S/. 275	S/. 1,800
1	Mostrador	S/. 381	S/. 69	S/. 450	S/. 381	S/. 69	S/. 450
4	Cámaras de Seguridad	S/. 165	S/. 30	S/. 195	S/. 661	S/. 119	S/. 780
1	Ambientación Adicional	S/. 2,966	S/. 534	S/. 3,500	S/. 2,966	S/. 534	S/. 3,500
2	Extintidor Tipo A 6 kg.( Papel)	S/. 59	S/. 11	S/. 70	S/. 119	S/. 21	S/. 140
2	Rey Tacho de Plástico 60 L	S/. 102	S/. 18	S/. 120	S/. 203	S/. 37	S/. 240
<b>Monto de Inversión para el Salón</b>		<b>S/. 7,258</b>	<b>S/. 1,307</b>	<b>S/. 8,565</b>	<b>S/. 22,153</b>	<b>S/. 3,987</b>	<b>S/. 26,140</b>

**TABLA 64: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES – EQUIPO DE OFICINA**

CANT.	Inmueble y Maquinaria	P.U. SN IGV	IGV	P.U. CON IGV	C. Total sin IGV	IGV Total	Costo Total
3	Escritorio	S/. 102	S/. 18	S/. 120	S/. 305	S/. 55	S/. 360
3	Silla de Escritorio	S/. 59	S/. 11	S/. 70	S/. 178	S/. 32	S/. 210
3	Computadoras de Escritorio	S/. 1,017	S/. 183	S/. 1,200	S/. 3,051	S/. 549	S/. 3,600
1	Impresora	S/. 254	S/. 46	S/. 300	S/. 254	S/. 46	S/. 300
1	Archivadores	S/. 847	S/. 153	S/. 1,000	S/. 847	S/. 153	S/. 1,000
2	Estante para Almacén	S/. 169	S/. 31	S/. 200	S/. 339	S/. 61	S/. 400
1	Botiquín Médico	S/. 127	S/. 23	S/. 150	S/. 127	S/. 23	S/. 150
1	Detector de Humo	S/. 34	S/. 6	S/. 40	S/. 34	S/. 6	S/. 40
4	Luces de Emergencias	S/. 42	S/. 8	S/. 50	S/. 169	S/. 31	S/. 200
3	Televisor LCD de 32 Pulgadas AOC	S/. 593	S/. 107	S/. 700	S/. 1,780	S/. 320	S/. 2,100
<b>Monto de Inversión para la Oficina</b>		<b>S/. 3,246</b>	<b>S/. 584</b>	<b>S/. 3,830</b>	<b>S/. 7,085</b>	<b>S/. 1,275</b>	<b>S/. 8,360</b>



**TABLA 65: ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INMUEBLES - LIMPIEZA**

CANT.	Inmueble y Maquinaria	P.U. SN IGV	IGV	P.U. CON IGV	C. Total sin IGV	IGV Total	Costo Total
6	Recogedor de Basura	S/. 8	S/. 2	S/. 10	S/. 51	S/. 9	S/. 60
2	Balde 10 Lts. (Unidad)	S/. 10	S/. 2	S/. 12	S/. 20	S/. 4	S/. 24
2	Tina de Ropa (Unidad)	S/. 6	S/. 1	S/. 7	S/. 12	S/. 2	S/. 14
4	Escobilla de Baño (Unidad)	S/. 3	S/. 0	S/. 3	S/. 10	S/. 2	S/. 12
6	Escoba (Unidad)	S/. 6	S/. 1	S/. 7	S/. 36	S/. 6	S/. 42
4	Individuales (Docena)	S/. 8	S/. 2	S/. 10	S/. 34	S/. 6	S/. 40
8	Secadores de Tela para Vajilla (Unidad)	S/. 4	S/. 1	S/. 5	S/. 34	S/. 6	S/. 40
12	Mopa de Limpieza	S/. 4	S/. 1	S/. 5	S/. 51	S/. 9	S/. 60
<b>Monto de Inversión para la Limpieza</b>		<b>S/. 50</b>	<b>S/. 9</b>	<b>S/. 59</b>	<b>S/. 247</b>	<b>S/. 45</b>	<b>S/. 292</b>
				<b>TOTAL</b>	<b>S/. 40,002</b>	<b>S/. 7,200</b>	<b>S/. 47,202</b>

### 6.3.2. Inversión Intangible (Activos fijos intangibles)

Representan los gastos en que se incurren para la constitución de nuestra empresa, tales son:

**TABLA 66: INVERSIÓN INTANGIBLES**

CANT.	DETALLE	P.U.	COSTO TOTAL
1	Constitución de la Empresa	S/ 492.00	S/ 492.00
1	Inspección de Defensa Civil	S/ 612.40	S/ 612.40
1	Licencia de Funcionamiento	S/ 223.75	S/ 223.75
1	Compra y Legalización de Libros Contables	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 1,578.15</b>

### 6.3.3. Capital de Trabajo

Representa la reserva de capital que se debe prever y mantener para respaldar el comienzo de la operación de la empresa.

**TABLA 67: CAPITAL DE TRABAJO**

CANT.	DETALLE	P.U.	COSTO TOTAL
1	Mercadería	S/. 0	S/. 14,692
1	Gastos Administrativos	S/. 4,270	S/. 4,270
1	Gastos de ventas	S/. 2,616	S/. 2,616
1	Publicidad	S/. 400	S/. 400
1	Caja Chica	S/. 500	S/. 500
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 22,478</b>

### 6.3.4. Otros Gastos Generales De Inversión

**TABLA 68: OTROS GASTOS**

Meses	INMUEBLE	P.U.	Costo Total
3	Alquiler	\$ 1,000	\$ 9,660
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9,660</b>

*Nota: El tipo del cambio es de S/. 3.22*

## RESUMEN DE INVERSIONES

En el cuadro se visualiza el resumen de las inversiones totales para poder crear e iniciar con funcionamiento de la empresa.

**TABLA 69: RESUMEN DE INVERSIONES**

INVERSIONES	MONTO	PORCENTAJE
<b>1) Inversión Fija</b>	<b>S/. 58,440</b>	<b>64%</b>
Inversión Fija Tangible	S/. 56,862	62%
Inversión Fija Intangible	S/. 1,578	2%
<b>2) Capital de Trabajo</b>	<b>S/. 22,478</b>	<b>25%</b>
IGV Sunat	S/. 10,235	11%
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>S/. 91,153</b>	<b>100%</b>

### 6.4. Financiamiento de la Inversión

El monto total que se requerirá financiar es de S/. 54,000 y que será coordinado en el último semestre del año 2018.

#### 6.4.1. Evaluación de las fuentes del financiamiento

Se procedió a realizar la evaluación de 4 bancos para verificar cual sería el que nos pueda ser más rentable por el interés que puedan tener.

Al término del análisis se eligió trabajar con el Banco BBVA.

#### 6.4.2. Estructura del Financiamiento

En el siguiente cuadro se detalla la estructura de cómo se va a manejar el préstamo con el Banco BBVA, teniendo una tasa efectiva mensual de 18%.

**CUADRO N°27: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

DETALLE	VALOR	%
Capital Propio	S/. 39,232	43%
Préstamo	S/. 51,921	57%
<b>TOTAL S/.</b>	<b>S/. 91,153</b>	<b>100.00%</b>

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

6.4.3. Cuadro de servicios de la deuda

El Cronograma de pagos según lo establecido por el Banco BBVA:

**CUADRO N° 28: FINANCIAMIENTO BANCARIO**

Banco	<b>Banco BBVA</b>	Plazo	<b>2 años</b>
Préstamo	<b>51,921</b>	Pago	<b>Mensual</b>
TCEA	<b>18%</b>	Cuota	<b>S/ 2,559</b>
TEM	<b>1.39%</b>	Pagos	<b>24</b>

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**TABLA 70: CRONOGRAMA DE PAGO DE DEUDA CAJA AREQUIPA**  
(Datos Expresados en Nuevos Soles)

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRESTAMO				
N°	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				S/. 51,921
ene-19	S/. 2,559	S/. 721	S/. 1,838	S/. 50,084
feb-19	S/. 2,559	S/. 696	S/. 1,863	S/. 48,220
mar-19	S/. 2,559	S/. 670	S/. 1,889	S/. 46,331
abr-19	S/. 2,559	S/. 643	S/. 1,915	S/. 44,416
may-19	S/. 2,559	S/. 617	S/. 1,942	S/. 42,474
jun-19	S/. 2,559	S/. 590	S/. 1,969	S/. 40,505
jul-19	S/. 2,559	S/. 563	S/. 1,996	S/. 38,509
ago-19	S/. 2,559	S/. 535	S/. 2,024	S/. 36,485
sep-19	S/. 2,559	S/. 507	S/. 2,052	S/. 34,433
oct-19	S/. 2,559	S/. 478	S/. 2,081	S/. 32,352
nov-19	S/. 2,559	S/. 449	S/. 2,109	S/. 30,243
dic-19	S/. 2,559	S/. 420	S/. 2,139	S/. 28,104
ene-20	S/. 2,559	S/. 390	S/. 2,168	S/. 25,936
feb-20	S/. 2,559	S/. 360	S/. 2,199	S/. 23,737
mar-20	S/. 2,559	S/. 330	S/. 2,229	S/. 21,508
abr-20	S/. 2,559	S/. 299	S/. 2,260	S/. 19,248
may-20	S/. 2,559	S/. 267	S/. 2,291	S/. 16,957
jun-20	S/. 2,559	S/. 235	S/. 2,323	S/. 14,633
jul-20	S/. 2,559	S/. 203	S/. 2,356	S/. 12,278
ago-20	S/. 2,559	S/. 171	S/. 2,388	S/. 9,889
sep-20	S/. 2,559	S/. 137	S/. 2,421	S/. 7,468
oct-20	S/. 2,559	S/. 104	S/. 2,455	S/. 5,013
nov-20	S/. 2,559	S/. 70	S/. 2,489	S/. 2,524
dic-20	S/. 2,559	S/. 35	S/. 2,524	S/. 0
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 61,411</b>	<b>S/. 9,490</b>	<b>S/. 51,921</b>	

Elaborado por el: Grupo de Trabajo

**CUADRO N° 29: INTERESES Y AMORTIZACIÓN ANUAL**

	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>Interés</b>	S/ 6,888	S/ 2,601
<b>Amortización</b>	S/ 23,817	S/ 28,104
<b>Cuota</b>	S/ 30,705	S/ 30,705

Elaborado por el: Grupo de Trabajo

## CAPITULO VII – EVALUACION FINANCIERA Y SENSIBILIZACION

### 7. Evaluación financiera del negocio

Para realizar la evaluación financiera y de sensibilización se utilizarán diversas herramientas.

Para iniciar con la evaluación financiera y de sensibilización se va a utilizar diversas herramientas.

#### 7.1. Análisis de Ratios Financieros

El ratio es por el periodo de tiempo de 1 y 5 años.

#### 7.2. Ratio de liquidez

El ratio de liquidez trata de cómo la empresa puede hacer frente a las obligaciones corrientes (capacidad de pago).

$$\text{RAZON CORRIENTE} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{RAZON CORRIENTE} = \frac{109,872}{48,567}$$

**TABLA 71:** RATIOS DE LIQUIDEZ – RAZON CORRIENTE

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	2.26	6.67	9.32	13.02	14.87
	PASIVO CORRIENTE					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** indica que la empresa por cada 1 sol de obligaciones corrientes tendrá 2.26 para cubrirlo, es decir, significa que la empresa cuenta con liquidez y capacidad de pago para el año 2019 y se ve un incremento de solvencia en todos los periodos.

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{Act. Cuenta Corriente} - \text{Pas. Cuenta Corriente}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = 109,872 - 48,567$$

**TABLA 72:** RATIOS DE LIQUIDEZ – CAPITAL DE TRABAJO

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CTE - PASIVO CTE	61,305	135,599	214,534	289,658	370,730

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** indica que puedo disponer de S/.61305 nuevos soles, para operar sin tocar el efectivo que me serviría para pagar mis pasivos.

$$\text{RAZON CORRIENTE} = \frac{\text{Act. Cuenta Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{RAZON CORRIENTE} = \frac{109,872 - 48,567}{48,567}$$

**TABLA 73:** RATIOS DE LIQUIDEZ – PRUEBA ÁCIDA

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
PRUEBA ACIDA	ACTIVO CTE - INVENTARIO	2.26	6.67	9.32	13.02	14.87
	PASIVO CORRIENTE					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** indica que la empresa por cada 1 sol de obligaciones corrientes tendrá 2.26 para cubrirlo, claro que estos pagos son de corto plazo por lo cual la empresa debe de ser rentable para poder cubrir estos costos que se deben de atender en corto tiempo.

### 7.3. Ratio de Solvencia

Es la capacidad que tienen las empresas para afrontar todas sus deudas y obligaciones con terceros, con ello podrá sobreponerse a cualquier problema que pueda pasar.

$$\text{ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL} = \frac{48,567}{100,209}$$

**TABLA 74:** RATIOS DE APALANCAMIENTO – ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	PASIVO	0.48	0.14	0.11	0.08	0.07
	PATRIMONIO					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** Indica que por cada sol de nuestro patrimonio podemos hacerles frente a las deudas del 0.48 céntimos.

$$\text{ENDEUDAMIENTO TOTAL} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activos Total}}$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO TOTAL} = \frac{48,567}{148,776}$$

**TABLA 75:** RATIOS DE APALANCAMIENTO – ENDEUDAMIENTO TOTAL

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
ENDEUDAMIENTO TOTAL	PASIVOS TOTALES	0.33	0.12	0.10	0.07	0.06
	ACTIVOS TOTALES					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** indica que solo el 33% del activo total es financiado por el pasivo total de la empresa, el resto se realiza por intermedio del patrimonio de la empresa.

$$\text{COBERTURA DE INTERESES} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Intereses}}$$



$$\text{COBERTURA DE INTERESES} = \frac{86491.87}{25515.10}$$

**TABLA 76:** RATIOS DE APALANCAMIENTO – COBERTURA DE INTERESES

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
COBERTURA DE INTERESES	UTILIDAD AII	3.39	3.39	3.39	3.39	3.39
	INTERESES					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** Según el ratio nos indica que nuestra empresa es capaz de pagar los intereses ya que mantiene un promedio de 3.39, es decir, por cada sol de interés la empresa cuenta con 3.39 soles para cubrirlo.

$$\text{MARGEN BRUTO} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{MARGEN BRUTO} = \frac{212272.46}{310544.33}$$

**TABLA 77:** RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN BRUTO

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
MARGEN BRUTO	UTILIDAD BRUTA	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68
	VENTAS					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** En relación al margen bruto verificamos que nuestra empresa ha ganado luego de descontar los costos un promedio del 68%, en este caso también los costos tienen un peso del 26% respecto a las ventas.

$$\text{MARGEN NETO} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{MARGEN NETO} = \frac{60976.77}{310544.33}$$

**TABLA 78:** RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN NETO

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA	0.20	0.22	0.23	0.21	0.23
	VENTAS					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** En esta ratio medimos la rentabilidad de la empresa, donde visualizamos que nuestra empresa cuenta con un margen.

$$\text{MARGEN OPERATIVO} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{MARGEN OPERATIVO} = \frac{93380.18}{310544.33}$$

**TABLA 79:** RATIOS DE RENTABILIDAD – MARGEN OPERATIVO

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
MARGEN OPERATIVO	UTILIDAD OPERATIVA	0.30	0.32	0.33	0.30	0.33
	VENTAS					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** después de pagar los costos y los gastos operacionales nos refleja una ganancia del 30%, pero analizando conjuntamente con el margen bruto se podría determinar que la empresa tiene un gasto de 27% que corresponde a la diferencia del margen bruto y el margen operacional.

$$\text{RATIO DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Total}}$$

$$\text{RATIO DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)} = \frac{60976.77}{93380.18}$$

**TABLA 80:** RATIOS DE RENTABILIDAD – RATIO DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
RATIO DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	UTILIDAD DII	0.41	0.36	0.27	0.21	0.18
	ACTIVOS TOTALES					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** podemos verificar que los activos en el año 2019 al 2023 aunque indican que con respecto a los activos totales las ventas son el 41% quiere decir que lo que se ha invertido en los activos se ha generado una ganancia de 41 soles de la utilidad neta, también se visualiza que año a año esta rentabilidad baja.

$$\text{RATIO DE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{RATIO DE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)} = \frac{60976.77}{100208.77}$$

**TABLA 81:** RATIOS DE RENTABILIDAD – RATIO DE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)

RATIOS DE LIQUIDEZ		2019	2020	2021	2022	2023
RATIO DE RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	UTILIDAD DII	0.61	0.41	0.30	0.22	0.20
	PATRIMONIO					

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**Interpretación:** podemos ver que los socios tuvieron un rendimiento de su inversión del 61%, esto quiere decir que cada sol invertido a la empresa se ha conseguido un retorno del 0.61, aunque se visualiza que año a año el patrimonio ha aumentado y es por ello que del 2019 al 2023 el porcentaje disminuye.

#### 7.4. Herramientas de Evaluación

##### 7.4.1. Costo de Oportunidad del Capital Propio

El costo de oportunidad también conocido como COK es hallado mediante el modelo CAPM:

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) + RP + \text{Inflación}$$

**Donde:**

$K_e$  = Costo de Oportunidad del Capital propio.

$R_f$  = tasa libre de riesgo

$R_m$  = Retorno esperado del mercado

$\beta$  = Sensibilidad de la acción al mercado

$R_p$  = Riesgo País

Para ello hay que seguir un proceso para determinar el COK:

**a) Desapalancamiento de  $\beta$  de la empresa americana**

- Se escoge el Sector de la página de Prof. Damodaran
- Una vez seleccionada la industria se escoge:
  - ✓ El beta ( $\beta$ ) apalancado  $\beta_a$
  - ✓ El ratio Deuda/Patrimonio (D/P)
  - ✓ Selecciona la tasa impositiva de la industria (Restaurante/comedor)

$$\beta_d = \beta_a / [1 + (1 - t) \times (D/E)]$$

**CUADRO N° 30: DATOS DE DESPALANCAMIENTO DE  $\beta$**

$\beta_a$	0.63	Industria
D/E	25.85%	Razón Deuda patrimonio de la Industria Americana
t	18.54%	Tasa impositiva de la industria
$\beta_d$	0.518	Beta Desapalancado

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**b) Apalancamos el  $\beta$  a nuestra empresa**

$$\beta_a = \beta_d \times ([E + D(1 - t)]/E)$$

APALANCAMOS EL  $\beta$  A NUESTRA EMPRESA:

<b><math>\beta_d</math></b>	0.518	Beta del Sector Americana
<b>E</b>	43.04%	% de Aporte Capital Propio
<b>D</b>	56.96%	% de Aporte Financiamiento
<b>t</b>	29.50%	Impuesto a la Renta peruano
<b><math>\beta_a</math></b>	1.00197	Beta Peruano Apalancado del plan de Negocio

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

**c) Cuadro reemplazamos en la fórmula del capm, ke**

Acá realizamos el remplazo de las fórmulas para determinar el COK

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + RP + Inflación$$

**CUADRO N° 31: DATOS PARA DETERMINAR EL COK**

<b><math>R_f</math></b>	4.43%	Tasa Libre de Riesgo (Tasa rendimiento bonos Peruanos).
<b><math>\beta_a</math></b>	1.00197	Beta Peruano apalancado.
<b><math>R_m</math></b>	<b>25.56%</b>	<b>Buscar la rentabilidad del sector.</b>
<b>RP</b>	2.09%	209 PB del EMBI + Plus (Riesgo País) JUN 2016.
<b>Inflación</b>	3%	Tasa libre de Riesgo (tasa rendimiento bonos Peruanos).

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

Ya con estos datos se pudo determinar el COK:

$$K_e = 30.69\%$$

**Interpretación:** Analizando los ingresos y egresos de flujo de caja a un Cok de 30.69%, podemos determinar que el proyecto es viable, pero es recomendable o importante calcular correcta, precisa y minuciosamente el Flujo de Caja ya que es el sustento de la empresa.

7.4.2.El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Para determinar el WACC hay que determinar la fórmula:

$$WACC = (K_d * (1 - t) * (D / D + E)) + (K_e * (E / D + E))$$

**Donde:**

***Kd*** = Costo de la deuda

***D*** = Deuda total

***E*** = Capital Propio o Equity

***Ke*** = Costo de oportunidad del capital propio

***T*** = Impuesto

**CUADRO N° 32: DATOS PARA DETERMINAR EL WACC**

DATOS	
<b>Kd=</b>	18%
<b>D=</b>	S/. 51921.37
<b>E=</b>	S/. 39,232.00
<b>Ke=</b>	0.311
<b>t=</b>	0.295
<b>WACC=</b>	<b>20.61%</b>

*Elaborado por el: Grupo de Trabajo*

#### 7.5. Valor actual neto y tasa de retorno - Ratio beneficio-costos y Payback

##### 7.5.1. Valor actual Neto (VAN)

Es también llamado valor actualizado neto o valor presente neto, en la cual realizando este proceso y su análisis correspondiente podremos determinar dos cosas:

- Cuál es el valor de un negocio
- Ver si el negocio o el proyecto es viable o no.

### 7.5.2.Desarrollo del VAN

Se halla el valor actual neto económico (VANE) y el valor actual neto financiero (VANf)

**TABLA 82: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO**

DETALLE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO PROYECTADO	S/. -73,838	S/. 60,984	S/. 75,490	S/. 75,933	S/. 68,585	S/. 79,388

*Elaborado por el: Equipo de Trabajo*

**TABLA 83: FLUJO DE CAJA FINANCIERO**

DETALLE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO PROYECTADO	S/. -21,917	S/. 32,207	S/. 45,513	S/. 75,933	S/. 68,585	S/. 79,388

*Elaborado por el: Equipo de Trabajo*

**TABLA 84:** TABLA DE VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO (VANE)

Nro.	FNE	(1+i) <sup>n</sup>	FNE/(1+i) <sup>n</sup>
0	S/. -73,838		S/. -73,838
1	S/. 60,984	S/. 1	S/. 46,663
2	S/. 75,490	S/. 2	S/. 44,197
3	S/. 75,933	S/. 2	S/. 34,016
4	S/. 68,585	S/. 3	S/. 23,509
5	S/. 79,388	S/. 4	S/. 20,822
	<b>TOTAL</b>		S/. 95,369
	<b>VANE=</b>		S/. 95,369

Elaborado por el: Equipo de Trabajo

**TABLA 85:** TABLA DE VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANf)

Nro.	FNE	(1+i) <sup>n</sup>	FNE/(1+i) <sup>n</sup>
0	S/. -21,917		S/. -21,917
1	S/. 32,207	S/. 1	S/. 24,644
2	S/. 45,513	S/. 2	S/. 26,646
3	S/. 75,933	S/. 2	S/. 34,016
4	S/. 68,585	S/. 3	S/. 23,509
5	S/. 79,388	S/. 4	S/. 20,822
	<b>TOTAL</b>		S/. 107,721
	<b>VANf=</b>		S/. 107,721

Elaborado por el: Equipo de Trabajo



### 7.5.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) también se realiza un análisis para medir y validar si el negocio o proyecto es rentable, pero en el TIR se mide en porcentaje, es por ello que en las tablas inferiores muestran la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) del proyecto, ambos datos fueron realizados con la formulas del Excel.

Ahora, las tablas muestran el porcentaje donde la VAN económica y VAN financiera se vuelven negativas, dado que ambos resultados son mayores que cero, es recomendable realizar el negocio o proyecto.

**TABLA 86: TIRe**

TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	S/. 286,541
10%	S/. 197,178
20%	S/. 138,328
30%	S/. 97,698
40%	S/. 68,524
50%	S/. 46,870
60%	S/. 30,340
70%	S/. 17,414
80%	S/. 7,096
90%	S/. -1,290
100%	S/. -8,215
88%	S/. -
500%	S/. -61,163
560%	S/. -62,559
600%	S/. -63,331
670%	S/. -64,456
780%	S/. -65,809
890%	S/. -66,822
980%	S/. -67,478

<b>TIRe=</b>	88.33%
--------------	--------

Elaborado por: Equipo de Trabajo

**TABLA 87: TIRF**

TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	S/. 279,709
120%	S/. 13,726
280%	S/. -8,476
300%	S/. -9,489
350%	S/. -11,469
600%	S/. -16,132
750%	S/. -17,359
850%	S/. -17,924
980%	S/. -18,479
1000%	S/. -18,551
1500%	S/. -19,706
1817%	S/. -20,102
1850%	S/. -20,135
1989%	S/. -20,262
1876%	S/. -20,160
1900%	S/. -20,183
1950%	S/. -20,228
1976%	S/. -20,251
1990%	S/. -20,263

<b>TIRf=</b>	183.02%
--------------	---------

## 7.5.4. Ratio beneficio-costo y Payback

## 7.5.4.1. Ratio Benéfico-Costo

Mide la relación entre costos y beneficios asociados a un proyecto con la finalidad de determinar el nivel de rentabilidad, en la cual con esta herramienta podemos determinar si nuestro negocio Rolling Rolls & Crepes es rentable midiendo dichos datos.

Para medir el ratio de beneficio – costos se realizó:

**TABLA 88: BENEFICIO / COSTO (B/C)**

DETALLE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. -73,838	S/. 60,984	S/. 75,490	S/. 75,933	S/. 68,585	S/. 79,388
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. -21,917	S/. 32,207	S/. 45,513	S/. 75,933	S/. 68,585	S/. 79,388

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

$\Sigma(FNE/(1+i)^n)$	SUMA e	S/.169,207	$\Sigma(FNE/(1+i)^n)$	SUMA e	S/.129,638
	INVERSIÓN	S/.73,838		INVERSIÓN	S/.21,917
I			I		
	B/Ce=	2.29		B/Cf=	5.91

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

Si se determina con las fórmulas:

$$B/C = \frac{VP}{I}$$

VP = Valor Presente

I = Inversión Inicial

$$VP = \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^t}$$

$$B/Ce = \frac{\frac{180667.56}{(1+31.10\%)^1} + \frac{160158.73}{(1+31.10\%)^2} + \frac{162089.43}{(1+31.10\%)^3} + \frac{153009.97}{(1+31.10\%)^4} + \frac{160341.19}{(1+31.10\%)^5}}{75916.49}$$

$$B/Ce = 5.2179$$

$$B/Cf = \frac{\frac{150738.97}{(1+31.10\%)^1} + \frac{128981.71}{(1+31.10\%)^2} + \frac{162089.43}{(1+31.10\%)^3} + \frac{153009.97}{(1+31.10\%)^4} + \frac{160341.19}{(1+31.10\%)^5}}{21916.84}$$

$$B/Cf = 16.2048$$

Según los montos hallados vemos que nuestra empresa si es rentable puesto que el resultado es mayor a 1 es por ello que podemos invertir en el negocio.

### 7.5.4.2. Payback

También conocido como plazo de recuperación, acá se evaluó el tiempo de recuperación de la inversión que se hizo en nuestro proyecto.

Para ello hemos realizado:

#### 7.5.4.2.1. PAYBACK

Nro.	FLUJOS	ACUMULADOS
0	S/. -73,838	S/. -73,838
1	S/. 60,984	S/. -12,854
2	S/. 75,490	S/. 62,636
3	S/. 75,933	S/. 138,569
4	S/. 68,585	S/. 207,154
5	S/. 79,388	S/. 286,541

$$\text{PAYBACK} = \frac{\text{AÑO ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO}}{\frac{\text{ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO}}{\text{FLUJO NO ACUMULADO DEL AÑO SIGUIENTE}}}$$

$$\text{PAYBACK} = \frac{1}{\frac{-12854}{75490}}$$

$$\text{PAYBACK} = \frac{0.83}{0.93} \begin{matrix} 1 \text{ AÑO} \\ 0 \text{ MESES} \\ 27.75 \text{ 27 DIAS} \end{matrix}$$

$$\text{PAYBACK} = \underline{\underline{1 \text{ AÑO 9 MESES CON 27 DIAS}}}$$

Elaborado por: Equipo de Trabajo

7.5.4.2.2. PAYBACK DESCONTADO

Es un método que mejora el Payback ya que incorpora la consideración del valor del dinero afecto al tiempo:

No	FLUJOS	DESCUENTO	ACUMULADO
0	S/. -73,838	S/. -73,838	S/. -73,838
1	S/. 60,984	S/. 46,663	S/. -27,176
2	S/. 75,490	S/. 44,197	S/. 17,022
3	S/. 75,933	S/. 34,016	S/. 51,038
4	S/. 68,585	S/. 23,509	S/. 74,547
5	S/. 79,388	S/. 20,822	S/. 95,369

$$\text{PAYBACK} = \begin{array}{|c|} \hline \text{AÑO ULTIMO FLUJO} \\ \hline \text{ACUMULADO NEGATIVO} \\ \hline \end{array} + \begin{array}{|c|} \hline \text{ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO} \\ \hline \text{FLUJO NO ACUMULADO DEL AÑO SIGUIENTE} \\ \hline \end{array}$$

$$\text{PAYBACK} = \begin{array}{|c|} \hline 1 \\ \hline \end{array} + \begin{array}{|c|} \hline -27176 \\ \hline 75490 \\ \hline \end{array}$$

$$\text{PAYBACK} = \begin{array}{|c|c|} \hline 0.64 & 0 \text{ AÑOS} \\ \hline 3.20 & 9 \text{ MESES} \\ \hline 5.94 & 21 \text{ DIAS} \\ \hline \end{array}$$

$$\text{PAYBACK} = \underline{1 \text{ AÑOS } 3 \text{ MESES } 5 \text{ DIAS}}$$

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

## CONCLUSIONES

1. Después de realizar los análisis pertinentes hemos dado que el proyecto en muchos aspectos es aceptable por nuestros consumidores, lo cual se refleja en nuestros flujos de caja y estados financieros; por lo que al manejar dos productos podemos tener un mayor control de la venta que tenemos en nuestra empresa.
2. Comparando el estudio de mercado con los resultados de proyecto en general hemos verificado que podemos satisfacer los paladares de nuestros clientes de Santiago de surco y aledañas (Miraflores, San Isidro, San Borja y la Molina) por lo que las estrategias de marketing (publicidad) ha sido exitosa ya que hemos podido alcázar las expectativas, como también cubrir nuestros egresos.

## RECOMENDACIONES

1. En el desarrollo del proyecto se observó la falta de conocimiento de las personas que son residentes del distrito de Santiago de surco sobre la creación la empresa, por lo que para al inicio del proyecto la demanda de los productos no eran lo esperado, por lo que se recomienda realizar una pre apertura en la que puedan dar a conocer los productos que se ofrece para así ser más óptimo el captar clientes frecuentes.
2. Se observó que durante los periodos de tiempos se ha mantenido un solo local, en la cual vemos que se desaprovecha la demanda de los demás distritos aledaños que tienen también una falta de atención, es por ello que se recomienda que después del periodo de recuperación sería prudente realizar un estudio de mercado y analizar otros distritos para poder cubrir la demanda de dicha zona, con ello poder expandirnos y crecer cumpliendo así nuestros objetivos a corto plazo.

## BIBLIOGRAFÍAS

### LIBROS:

- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; Principios de Marketing Octava edición, New Jersey:Prentice Hall Inc, 2001.
- SCHNAARS, Steven P; Marketing Strategy. A Customer-Driven Approach, New York:Baruch Colage, 1991.
- Estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de helado de fresa enriquecido con fitoesteroles y omega ácidos, Fiorella Campodónico Valcárcel, Universidad de Lima, 2016.
- Lesly Julianny, Colombia, Gerencia Tecnológica, 2013



## WEBGRAFIA

- <https://limamalalima.wordpress.com/2011/08/04/las-limas-y-los-conos/> (Las Limas de Ipsos-Apoyo, antes de 2007)
- [www.losandes.com.ar](http://www.losandes.com.ar) "Qué es el Ice Roll, la nueva tendencia en helados". Consultado el 9 de febrero de 2018.
- "Comment faire des crêpes? | Pourquoi Comment: Les réponses à vos questions!". [www.pourquicomment.fr](http://www.pourquicomment.fr). Consultado el 11 de enero de 2016
- Diario El Comercio, <https://elcomercio.pe/economia/pasara-pbi-dolar-inflacion-otros-indices-2018-noticia-486257?foto=1>
- Diario El Comercio, <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-tasa-desempleo-lima-ubico-6-9-2017-noticia-489181>
- [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe), SUNAT – Tributación en los Negocios
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2017.pdf>
- <http://leslyjulianny2.blogspot.pe/2013/10/analysis-de-las-5-fuerzas-de-porter.html>
- <http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr201207-01.pdf>
- <https://www.inei.gob.pe/> - Estimados y proyecciones de población.

## ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta



**ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO DE LA  
"HELADERÍA ROLLS ICE Y CREPPES"**

**Sexo:** \_\_\_\_\_

**Edad:**

**Distrito:**

- a. La Molina
- b. Miraflores
- c. San Borja
- d. San Isidro
- e. Surco

- a. De 10 a 17 años
- b. De 18 a 25 años
- c. De 26 a 36 años
- d. De 37 a 44 años
- e. De 45 a mas

**OBJETIVO:**

Conocer acerca del consumo de helados y postres orgánicos en el distrito de La Molina, Surco, San Borja, Miraflores y San Isidro.

**INSTRUCCIONES:**

Marca con una "x" la respuesta que considere correcta:

**1) ¿Con qué frecuencia consume usted helado?**

- a. Una vez por semana.
- b. Dos veces a la semana.
- c. Tres veces a la semana.
- d. Cuatro veces a la semana.
- e. A más.

2) **¿Cuál es el tipo de helados que usted consume con mayor frecuencia?**

- a. Hielo.
- b. Crema.

3) **¿Cuál de las siguientes características lo motivan para consumir los Ice Rolls y Crepes?**

- a. Calidad.
- b. Precio.
- c. Sabor.
- d. Presentación.
- e. Marca.

4) **¿Consumiría helado de crema en diferentes temporadas?**

- a. Sí.
- b. No, ¿Por qué? \_\_\_\_\_.

5) **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un helado de crema al que pueda agregarle frutas naturales y dulces preparados en el momento en un ambiente de su agrado?**

- a. 12 Soles (Helado de 8 onzas).
- b. 20 Soles (Helado de 14 onzas).
- c. 25 Soles (Helado de 16 onzas).

**6) ¿Cuál es el motivo por el cual usted regresaría al establecimiento?**

- a. Por la calidad del helado de crema.
- b. Por buen sabor.
- c. Por el precio.
- d. Por los diferentes tipos de presentación.
- e. Por la marca del producto.

**7) ¿Qué tipo de Crepes consumiría usted en nuestro establecimiento?**

- a. Crepe Dulce
- b. Crepe Salado

**8) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por nuestro crepe preparado con diferentes productos del agrado de nuestros clientes hecho en el momento en un ambiente de su agrado?**

- a. 11 Soles.
- b. 14 Soles.
- c. 16 Soles

**9) ¿Con que fruta usted desearia que se prepare su Crepe Clasico?**

- a. Platano.
- b. Durazno.
- c. Fresa.
- d. Papaya.
- e. otros.

**10) ¿Qué producto complementario le gustaría consumir en nuestras instalaciones?**

- a. Agua
- b. Café orgánico
- c. Chocolate orgánico
- d. Jugos naturales
- e. Otro \_\_\_\_\_

**11) ¿En qué tipo de ambiente le gustaría consumir el Rolls Ice y Crepe?**

- a. Cultural (Libros para leer).
- b. Romántico (Música de fondo clásica).
- c. Rústico (Con olor a flores).
- d. Otro \_\_\_\_\_

## ANEXO 2: Licencia de funcionamiento para el establecimiento – Santiago De Surco

### LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA ESTABLECIMIENTOS CON UN ÁREA DE MÁS DE 100 M2 HASTA 500 M2 CON ITSE BÁSICA EX ANTE

- 1.- Solicitud simple o formulario firmado por el titular de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada (Gratuito), que incluya:
- Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - Número de D.N.I o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
  - Copia simple de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
  - Número de recibo y la fecha de pago. *S/. 147.30*

- 2.- Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
- Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
  - Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normatividad vigente, en la Declaración Jurada.
  - Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
  - Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita licencia.

#### NOTA:

En las ITSE Básica Ex Ante, el administrado presentará copia de los siguientes documentos:

- Plano de ubicación.
- Plano de arquitectura (distribución)
- Plan de seguridad.
- Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- Certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra.
- Certificados de conformidad emitidos por OSINERGMIN, cuando corresponda (requisitos establecidos en el Art. 9.2.b del D.S. N° 058-2014-PCM)

#### Giros aplicables:

- Las edificaciones de hasta dos niveles, el sótano se considera un nivel, con un área mayor a 100 m<sup>2</sup> hasta 500 m<sup>2</sup> tales como:  
tiendas, stands, puestos, áreas comunes de los edificios multifamiliares, establecimientos de hospedaje, restaurantes, cafeterías, edificación de salud, templos, bibliotecas, entre otros.
- Instituciones Educativas, con un área menor o igual a 500m<sup>2</sup> y hasta dos niveles, el sótano se considera un nivel y máximo de 200 alumnos por turno.
- Cabinas de Internet con un área menor o igual a 500 m<sup>2</sup> y con no más de 20 computadoras y/o máquinas fotocopadoras o similares.
- Gimnasios con un área menor o igual a 500 m<sup>2</sup> y que cuenten con un máximo de 10 máquinas que requieran conexión eléctrica para funcionar.
- Agencias Bancarias, oficinas administrativas, entre otras de evaluación similar con un área menor o igual a 500 m<sup>2</sup> y que cuenten con un máximo de 20 computadoras o máquinas fotocopadoras o similares.

6.- Playas de estacionamiento de un solo nivel sin techar, granjas, entre otros de similares características, cualquiera sea su área. La existencia de áreas administrativas, de servicios, entre otras similares que por su naturaleza cuenten con techo no determina que el objeto de inspección sea calificado para una ITSE de Detalle, siempre que dichas áreas cuenten con un área menor a 500 m<sup>2</sup>.

7.- Bares, pubs-karaokes, licorerías, ferreterías, carpinterías, talleres mecánicos e imprentas con un área de hasta 500 m<sup>2</sup>.

8.- Talleres de costura con un área menor o igual a 500 m<sup>2</sup> y no mas de 20 máquinas eléctricas.

EX ANTE

BASE LEGAL:

Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades Art. 79° numeral 3.6.4 (27.05.2003)

Ley N° 27444 -Ley del Procedimiento Administrativo General. Arts. 44°,107° (11.04.2001)

Ley N°29060 Art.1° y 2° (07.07.2007)

Ley N° 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento. Art. 7° inciso a), b), c) y d), Art. 8° y 9° (05.02.2007) y Ley N° 30230 Art. 62° (12.07.2014)

Decreto Supremo N° 058-2014-PCM , Art. 5°, 9° numeral 2 y 8va. Disposición Complementaria y Final. (14.09.2014)

Decreto Supremo N° 006-2013-PCM Art. 1°, 2° y 3ª (10.01.13)



ANEXO 3: Formatos de la Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA

**Formato N° 001**

**MODELO DE SOLICITUD ANTE LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE DE NIVEL NACIONAL**

LIMA, 16 DE NOVIEMBRE DEL 2018

**DIGESA**

DIRECTOR(A) EJECUTIVO (A) DE LA DIRECCION DE AUTORIZACUIOENS Y CERTIFICACIONES (DCEA)

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL - DIGESA

Calle Las Amapolas No. 350 – Urb. San Eugenio

Lima

**ASUNTO: Solicitud de "REGISTRO DE ACREDITACION DEL SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL"**

*De mi especial consideración:*

Yo, **BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA** y DNI N° **46645479**, Representante Legal de la Empresa **ROLLING ROLLS & CREPES SAC**; con domicilio legal en **CALLE BARLOVENTO N° 310, SANTIAGO DE SURCO** y RUC de la empresa N° **20100190790**, solicito a usted disponga a quien corresponda se me otorgue el "**REGISTRO DE ACREDITACION DEL SERVICIO SALUD OCUPACIONAL**", para lo cual solicito el desarrollo de las siguientes actividades:

Vigilancia de la Salud de los Trabajadores ( )

Vigilancia del Ambiente de Trabajo (X)

Para tal efecto, adjunto expediente para evaluación.

Sin otro particular, es gracia que espero alcanzar por ser de justicia.

---

**Benedict Odracir Guerra Malpartida**  
**REPRESENTANTE LEGAL**

**ESPECIFICACIONES DE INFORMACIÓN PARA REGISTRO DE ACREDITACION  
DE SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL**

**1. DEL SOLICITANTE**

1.1 Nombre o Razón Social	ROYAL MX ROLLS PERU S.A.C.	1.2 RUC	20100190790
1.3 Representante Legal	BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA	1.4 DNI	46645479
1.5 Dirección: Jr./Calle/MZ.	CALLE LOS INDUSTRIALES		
N°/Lt.:	N° 118	Urb./AAHH/Sector/Otros :	URB. SANTA FELICIA
1.6 Distrito	LA MOLINA	1.7 Provincia	LIMA
		1.8 Departamento	LIMA
1.9 Teléfono	+51 958 959 083	1.10 e-mail	benedict.odracir@gmail.com

**2. DEL ESTABLECIMIENTO**

2.1. Dirección: Jr./Calle/MZ.	CALLE BARLOVENTO		
N°/Lt. :	N° 310	Urb./AAHH/Sector/Otros:	
2.2. Distrito	SANTIAGO DE SURCO	2.3. Provincia	LIMA
		2.4. Departamento	LIMA
2.5. Teléfono	+ 51 340 1271	2.6. e-mail	

Declaro bajo juramento que la información proporcionada es veraz.

**Fecha:** 16 / 11 /2018

\_\_\_\_\_  
**NOMBRE Y APELLIDOS**

**FIRMA Y SELLO DEL REPRESENTANTE LEGAL**

**Formato N° 002**

**MODELO DE HOJA DE VIDA DESCRIPTIVA**

**1. DATOS PERSONALES**

Nombres	Apellido Paterno	Apellido Materno	Sexo	Documento de Identidad
BENEDICT ODRACIR	GUERRA	MALPARTIDA	MASCULINO	46645479
Teléfono	Celular	Correo Electrónico	Fecha de Nacimiento	Lugar de Nacimiento
+ 51 340 1271	+51 958 959 083	Benedict.odracir@gmail.com	08/11/1990	Miraflores
Estado Civil	Dirección	Departamento	Provincia	Distrito
Soltero	CALLE LOS INDUSTRIALES Nro. 118 SANTA FELICIA	Lima	Lima	La Molina

**2. ESTUDIOS DE PREGRADO**

#	Título Profesional Universitario o Técnico	Carrera Profesional Universitaria o Técnica	Numero de Colegio profesional	Fecha de expedición del título o grado	Centro de estudios / Institución	Ciudad / País
1	LICENCIADO	ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y NEGOCIOS	2131231	01/01/2018	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERU	LIMA/ PERU

**3. ESTUDIOS DE POSTGRADO**

#	Título De Postgrado	Registro de Especialidad	Fecha de Expedición del Título o Grado	Centro de Estudios / Institución	Ciudad / País
1					
2					

**4. CAPACITACIÓN** *(Relevantes para el servicio de salud ocupacional, ordenar del más reciente al más antiguo)*

#	Tema	Fecha de la capacitación	Horas lectivas	Centro de estudios / Institución	Ciudad / País
1					
2					

**5. EXPERIENCIA LABORAL**

#	Nombre de la Entidad o Empresa	Cargo Desempeñado	Fecha de Inicio	Fecha de Término
1	RUSTICA SAC	ADMINISTRADOR	1/01/2010	31/12/2015
2				

**Formato N° 003**

**MODELO DE DECLARACIÓN JURADA SOBRE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN LA EMPRESA**

Yo, BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA Representante Legal de la empresa ROLLING ROLLS & CREPES SAC con RUC N° 20100190790, con domicilio legal en: CALLE BARLOVENTO N° 310; que para efectos de Registro de Acreditación del Servicio de Salud / Renovación de Registro de Acreditación del Servicio de Salud Ocupacional.

**Declaro bajo juramento:**

Que los profesionales listados trabajan en la empresa a la cual represento:

#	Nombres	Apellido Materno	Apellido Paterno	Documento de Identidad	Profesión	Colegiatura (En caso aplique)	Cargo Desempeñado en la Empresa
1	FELIPE	RAMIREZ	GASTON	46645781	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		ADMINISTRADOR
2	LUIS ANTONIO	CALDERON	ROJAS	45082072	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		SOCIO
3	MARIA	MARIN	FERNANDEZ	45332072	CAJERA		COUNTER
4	CARLOS	GUZMAN	SOLIS	45222072	CAJERO		COUNTER
5	LUIS	MORALES	CARBAJAL	45112072	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		COUNTER

Lima; 16 de noviembre del 2018

---

**Benedict Odracir Guerra Malpartida**

**DNI: 46645479**

**Formato N° 004**

**MODELO DE DECLARACIÓN JURADA SOBRE LAS CAPACITACIONES DE LOS PROFESIONALES EN VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES (VST) Y/O EN VIGILANCIA DEL AMBIENTE DE TRABAJO (VAT)**

Yo, **BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA** Representante Legal de la empresa **ROLLING ROLLS & CREPES SAC** con RUC N° **20100190790** con domicilio legal en: **CALLE BARLOVENTO N° 310 - SANTIAGO DE SURCO**; que para efectos de Registro de Acreditación del Servicio de Salud Ocupacional / Renovación de Registro de Acreditación del Servicio de Salud Ocupacional

**Declaro bajo juramento:**

Que los profesionales listados han recibido capacitación en vigilancia de la salud de los trabajadores y/o vigilancia del ambiente de trabajo con una antigüedad no mayor de un año brindado por un especialista en el tema.

**ESPECIALISTA QUE BRINDO LA CAPACITACIÓN:**

#	Nombres	Apellido Materno	Apellido Paterno	Documento de Identidad	Profesión	Colegiatura (en caso aplique)	Cargo Desempeñado en la Empresa
1	FELIPE	RAMIREZ	GASTON	46645781	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		ADMINISTRADOR
2	LUIS ANTONIO	CALDERON	ROJAS	45082072	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		SOCIO

**PROFESIONALES QUE RECIBIERÓN LA CAPACITACIÓN**

#	Nombres	Apellido Materno	Apellido Paterno	Documento de Identidad	Profesión	Colegiatura (En caso aplique)	Cargo Desempeñado en la Empresa
1	MARIA	MARIN	FERNANDEZ	45332072	CAJERA		COUNTER
2	CARLOS	GUZMAN	SOLIS	45222072	CAJERO		COUNTER
3	LUIS	MORALES	CARBAJAL	45112072	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		COUNTER

Lima; 16 de noviembre del 2018

---

**Benedict Odracir Guerra Malpartida**

**DNI: 46645479**

**Formato N°005**

**MODELO DE SOLICITUD DE RENOVACIÓN DEL REGISTRO DE ACREDITACIÓN DEL SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL (SSO)**

16 de noviembre del 2020,

Señor(a) **DIGESA**

DIRECTOR(A) EJECUTIVO (A) DE LA DIRECCION DE CERTIFICACIONES Y AUTORIZACIONES

(DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA– DIGESA/DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD-DIRESA/GERENCIA REGIONAL DE SALUD-GERESA)

Las Amapolas No. 350 – Urb. San Eugenio

Presente.

**ASUNTO: Solicitud de “RENOVACIÓN DE REGISTRO DE ACREDITACION EN SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL”**

De mi especial consideración:

Yo, **BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA** y DNI N° **46645479**, Representante Legal de la Empresa **ROLLING ROLLS & CREPES SAC**; con domicilio legal en **CALLE BARLOVENTO N° 310 - SANTIAGO DE SURCO**, y RUC de la empresa N° **20100190790**, solicito a usted disponga a quien corresponda se me otorgue la **“RENOVACIÓN DEL REGISTRO DE ACREDITACION EN SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL”** que fuera otorgada al Establecimiento ubicado en **CALLE BARLOVENTO N° 310 SANTIAGO DE SURCO** con Registro N°34347251, de fecha 16 de noviembre 2018 otorgado por (**DIGESA/DIRESA/GERESA**), para lo cual solicito el desarrollo de las siguientes actividades:

Vigilancia de la Salud de los Trabajadores ( ) | Vigilancia del Ambiente de Trabajo (X)

Para tal efecto, adjunto expediente para evaluación.

Atentamente,

---

**Benedict Odracir Guerra Malpartida**



**Formato N°006**

**MODELO DE DECLARACIÓN JURADA DE CAMBIO DE MÉDICO(S) O PERSONAL O EQUIPOS**

Yo, \_\_\_\_\_ Representante Legal de la empresa  
\_\_\_\_\_ con RUC n°. \_\_\_\_\_, con domicilio legal  
en: \_\_\_\_\_; que para efectos de Registro de Acreditación del Servicio de  
Salud Ocupacional / Renovación de Registro de Acreditación del Servicio de Salud Ocupacional.

**Declaro bajo juramento:**

Que se realizó el/los cambios de médico(s) o personal o equipos listados.

**MÉDICO(S) O PERSONAL SALIENTE**

#	Nombres	Apellido Materno	Apellido Paterno	Documento de Identidad	Profesión	Colegiatura (En caso aplique)	Cargo Desempeñado en la Empresa
1							

**MÉDICO(S) O PERSONAL NUEVO**

#	Nombres	Apellido Materno	Apellido Paterno	Documento de Identidad	Profesión	Colegiatura (En caso aplique)	Cargo Desempeñado en la Empresa
1							

**EQUIPOS DE BAJA**

#	Nombre del equipo	Marca	Modelo	Serie
1				

**EQUIPOS NUEVO**

#	Nombre del equipo	Marca	Modelo	Serie
1				

Lima; \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, 2018

\_\_\_\_\_  
Nombre y Firma del Representante Legal

ANEXO 4: Modelo de Informe Técnico de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores de las Atenciones de los Servicios de Salud Ocupacional

**Lima, 16 de noviembre del 2018**

**Señor(a):**

**DIGESA**

DIRECTOR(A) EJECUTIVO (A) DE LA DIRECCION DE CERTIFICACIONES Y AUTORIZACIONES

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA- DIGESA

Calle Las Amapolas No. 350 – Urb. San Eugenio

Lima

**ASUNTO: Informe Técnico de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores de las Atenciones del Servicio de Salud Ocupacional ROLLING ROLLS & CREPES SAC**

De mi especial consideración:

Yo BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA, DNI N° 46645479, representante legal del Servicio de Salud Ocupacional ROLLING ROLLS & CREPES SAC; con domicilio legal en CALLE BARLOVENTO N° 310 SANTIAGO DE SURCO y RUC N° 20100190790; me dirijo a Usted a fin de remitir del informe técnico de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores

---

**BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA  
FIRMA Y SELLO DEL REPRESENTATE LEGAL**

## INFORME DE VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES DE LAS ATENCIONES DE LOS SERVICIOS DE SALUD OCUPACIONAL

### 1. ANTECEDENTES

Referencias demográficas y epidemiológicas del Servicio de Salud Ocupacional y de los servicios brindados.

### 2. INFORMACIÓN GENERAL

<b>1. Razón social de la empresa</b>	ROLLING ROLLS & CREPES SAC	<b>2. RUC</b>	20100190790
<b>3. Responsable de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores del SSO</b>	BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA	<b>4. Teléfono</b>	3401272
<b>5. Dirección</b>	CALLE BARLOVENTO Nº 310	<b>6. Distrito</b>	SANTIAGO DE SURCO
<b>7. Provincia</b>	LIMA	<b>8. Departamento</b>	LIMA

### 3. EPIDEMIOLOGÍA LABORAL

<b>9. N° total de trabajadores evaluados</b>	T	5	M	1	F	4	<b>10. Tipo de examen médico realizado</b>	I	5	P		R	
<b>11. Aptitud médica ocupacional</b>	Apto		X		Apto con restricciones			No Aptos					
<b>12. Grupo etario</b>													
14-24			25-59				60-64			≥ 65			
M		F	M		F		M		F		M		F
			4		1								

#### 4. ANÁLISIS

##### FRECUENCIA RELATIVA DE DAÑOS A LA SALUD DE LOS TRABAJADORES

N°	13. DAÑOS A LA SALUD	Frecuencia Absoluta (14)	N° Total de Trabajadores (9)	Frecuencia Relativa (15)
1	Enfermedades infecciosas y parasitarias	-	-	-
2	Enfermedades de la piel y tejido subcutáneo.	-	-	-
3	Neoplasias	-	-	-
4	Enfermedades endocrinas, nutricionales y metabólicas	-	-	-
5	Trastornos mentales y del comportamiento	-	-	-
6	Enfermedades del Sistema nervioso	-	-	-
7	Enfermedades del ojo y sus anexos	-	-	-
8	Enfermedades del sistema circulatorio	-	-	-
9	Enfermedades del sistema respiratorio	-	-	-
10	Enfermedades del sistema digestivo	-	-	-
11	Enfermedades del oído	-	-	-
12	Enfermedades del sistema osteomuscular	-	-	-
13	Enfermedades del sistema genitourinario	-	-	-
14	Traumatismos y algunas otras de causa externa	-	-	-
15	Otras	-	-	-

##### FRECUENCIA RELATIVA DE DAÑOS A LA SALUD DE LOS TRABAJADORES POR GRUPO ETARIO

N°	13. DAÑOS A LA SALUD (12-A)	14-24 Años	25-59 Años	60-64 Años	≥ 65 Años
1	Enfermedades infecciosas y parasitarias	-	-	-	-
2	Enfermedades de la piel y tejido subcutáneo.	-	-	-	-
3	Neoplasias	-	-	-	-
4	Enfermedades endocrinas, nutricionales y metabólicas	-	-	-	-
5	Trastornos mentales y del comportamiento	-	-	-	-
6	Enfermedades del Sistema nervioso	-	-	-	-
7	Enfermedades del ojo y sus anexos	-	-	-	-
8	Enfermedades del sistema circulatorio	-	-	-	-
9	Enfermedades del sistema respiratorio	-	-	-	-
10	Enfermedades del sistema digestivo	-	-	-	-
11	Enfermedades del oído	-	-	-	-
12	Enfermedades del sistema osteomuscular	-	-	-	-
13	Enfermedades del sistema genitourinario	-	-	-	-
14	Traumatismos y algunas otras de causa externa	-	-	-	-
15	Otras	-	-	-	-

### FRECUENCIA RELATIVA DE DAÑOS A LA SALUD DE LOS TRABAJADORES POR SEXO

N°	13. DAÑOS A LA SALUD	(16) Masculino	(16) Femenino
1	Enfermedades infecciosas y parasitarias	-	-
2	Enfermedades de la piel y tejido subcutáneo	-	-
3	Neoplasias	-	-
4	Enfermedades endocrinas, nutricionales y metabólicas	-	-
5	Trastornos mentales y del comportamiento	-	-
6	Enfermedades del Sistema nervioso	-	-
7	Enfermedades del ojo y sus anexos	-	-
8	Enfermedades del sistema circulatorio	-	-
9	Enfermedades del sistema respiratorio	-	-
10	Enfermedades del sistema digestivo	-	-
11	Enfermedades del oído	-	-
12	Enfermedades del sistema osteomuscular	-	-
13	Enfermedades del sistema genitourinario	-	-
14	Traumatismos y algunas otras de causa externa	-	-
15	Otras	-	-

### FRECUENCIA RELATIVA DE DAÑOS A LA SALUD DE LOS TRABAJADORES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

N°	13. DAÑOS A LA SALUD	17. Actividad Económica (CÓDIGO CIU)														
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Enfermedades infecciosas y parasitarias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Enfermedades de la piel y tejido subcutáneo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Neoplasias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Enfermedades endocrinas, nutricionales y metabólicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Trastornos mentales y del comportamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Enfermedades del Sistema nervioso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Enfermedades del ojo y sus anexos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	Enfermedades del sistema circulatorio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Enfermedades del sistema respiratorio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Enfermedades del sistema digestivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Enfermedades del oído	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12	Enfermedades del sistema osteomuscular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Enfermedades del sistema genitourinario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	Traumatismos y algunas otras de causa externa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	Otras															

### ENFERMEDAD PROFESIONAL DIAGNOSTICO DEFINITIVO POR ACTIVIDAD ECONOMICA

N°	21.ENFERMEDAD PROFESIONAL	17-A. ACTIVIDAD ECONÓMICA CÓDIGO CIU														
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Intoxicación por Plomo															
	Intoxicación por Plaguicidas															
2	Hipoacusia Inducida por ruido															
3	Hernia Lumbar por Vibración															
4	Síndrome del Túnel Carpiano por trabajo repetitivo															
5	VHB en trabajadores de salud															
6	Tb en trabajadores de salud															
7	Silicosis															
8	Asbestosis															
9	Dermatitis de Contacto															
10	Fotodermatosis															
11	Mesotelioma															
12	Neoplasia Maligna de bronquios y pulmón															
13	Otros															

## CONCLUSIONES

1.
2.
3.
4.
5.

## RECOMENDACIONES

1.
2.
3.
4.
5.

**Declaro bajo juramento que la información proporcionada es veraz.**

**Fecha: 16/11/2018**

**MÉDICO RESPONSABLE DEL SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL**

**FIRMA Y SELLO**



## INSTRUCTIVO

N°	DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN
1	<b>RAZON SOCIAL</b>	Nombre completo de la empresa ante la SUNARP.
2	<b>RUC</b>	Número del registro único de contribuyente de la empresa
3	<b>RESPONSABLE DEL SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL (SSO)</b>	Médico Cirujano responsable de la VST, según los requisitos establecidos en el Artículo 1° de la R.M. N° 004-2014-MINSA y/o de la R.M N° 763-2017/MINSA
4	<b>TELÉFONO</b>	Número telefónico para contactar con la persona en contacto responsable del informe de vigilancia de los trabajadores. Colocar en lo posible el número directo o anexo
5	<b>DIRECCIÓN</b>	Dirección donde se encuentra la sede principal del Servicio de Salud Ocupacional
6	<b>DISTRITO</b>	Distrito donde se encuentra la sede principal del Servicio de Salud Ocupacional
7	<b>PROVINCIA</b>	Provincia del Perú donde se encuentra la sede principal del Servicio de Salud Ocupacional
8	<b>DEPARTAMENTO</b>	Departamento del Perú donde se encuentra la sede principal del Servicio de Salud Ocupacional
9	<b>NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES EVALUADOS</b>	Número de trabajadores que pasan examen médico ocupacional
10	<b>TIPO DE EXAMEN MÉDICO OCUPACIONAL</b>	Tipo de examen médico realizado a los trabajadores que acuden al Servicio de Salud Ocupacional (ingreso, periódico, retiro)
11	<b>APTITUD MÉDICA OCUPACIONAL</b>	Evaluación de la capacidad psicofísica del individuo para realizar su trabajo sin riesgo para su propia salud ni la de otros. Colocar el número de trabajadores apto, apto con restricciones y no aptos.
12	<b>GRUPO ETARIO<sup>5</sup></b>	Colocar el número de trabajadores cuyas edades estén comprendidas en los siguientes intervalos: 14-24, 25-59, 60-64 y >65,
12-A	<b>FRECUENCIA RELATIVA POR GRUPO ETARIO</b>	$N^{\circ}$ total de casos de daños a la salud por cada grupo etario x 100/ $N^{\circ}$ total de trabajadores.
13	<b>DAÑOS A LA SALUD</b>	Hallazgos pre patogénicos, subclínicos, deficiencias (problemas en las funciones o estructuras corporales), lesión, trastorno o enfermedad en general de los trabajadores
14	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	$N^{\circ}$ total de casos de daños a la salud
15	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>	$N^{\circ}$ total de casos de daños a la salud x 100/ $N^{\circ}$ total de trabajadores.
16	<b>MASCULINO</b>	$N^{\circ}$ total de casos de daños a la salud por sexo masculino x 100/ $N^{\circ}$ total de trabajadores.
16	<b>FEMENINO</b>	$N^{\circ}$ total de casos de daños a la salud por sexo masculino x 100/ $N^{\circ}$ total de trabajadores.

<sup>5</sup> INEI instituto nacional d estadística e informática población en edad de trabajar, según grupos de edad y ámbito geográfico, 2016

17	<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA CÓGIGO CIU</b>	<p><b>Clasificación internacional industrial uniforme CIU</b> de todas las actividades económicas. Código que se asigna a la actividad económica que realiza la empresa del trabajador evaluado. Se obtiene automáticamente luego de ingresar el RUC.</p> <p>A. Agricultura B. Pesca C. Minas y canteras D. Manufactura E. Electricidad, gas y agua F. Construcción G. Comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos H. Hoteles y restaurantes I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones J. Intermediación financiera K. Actividad. Inmobiliarias empresariales y de alquiler L. Administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria M. Enseñanza N. Servicios sociales y de salud O. Otros servicios comunitarios sociales y personales</p> <p><b>N° de casos de daños a la salud por cada actividad económica x 100/ N° total de trabajadores.</b></p>
17-A	<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA CÓGIGO CIU</b>	N° de casos de enfermedad profesional por cada actividad económica x 100/ N° total de trabajadores.
18	<b>ENFERMEDADES RELACIONADAS AL TRABAJO Y/O POSIBLES ENFERMEDADES PROFESIONALES</b>	Enfermedades en las que el trabajo es factor contributivo, o es factor provocador de un disturbio latente, o un factor agravador de un daño a la salud establecido y/o enfermedades es las que el trabajo es la causa necesaria establecidos en la normatividad vigente (Listado de Enfermedades profesionales) pero sin una evaluación o investigación o calificación o reconocimiento de enfermedad profesional por la Aseguradora o por un EE.SS. acreditado para dicho fin.
19	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	N° de casos de enfermedades relacionadas al trabajo y/o posibles enfermedad profesional
20	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>	N° de casos de enfermedades relacionadas al trabajo y/o posibles enfermedad profesional x100/ N° total de trabajadores
21	<b>ENFERMEDAD PROFESIONAL</b>	Enfermedades en la que el trabajo es la causa necesaria establecida en la normatividad vigente (Listado de Enfermedades profesionales) pero con una evaluación o investigación o calificación o reconocimiento de enfermedad profesional por la Aseguradora o por un EE.SS. acreditado para dicho fin.
22	<b>N° DE TRABAJADORES EXPUESTOS AL RIESGO</b>	Total de trabajadores expuestos al factor de riesgo laboral (físico, químico, biológico, etc.)
23	<b>Frecuencia Absoluta</b>	N° de casos de enfermedad profesional
24	<b>Frecuencia Relativa</b>	N° de casos de enfermedades profesionales x100/ N° de trabajadores expuestos al factor de riesgo

## REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE ACREDITACIÓN DEL SERVICIO DE SALUD OCUPACIONAL

BASE LEGAL	REQUISITOS	PLAZO MAXIMO PARA RESOLVER (Días hábiles)
<p>Ley N° 26842 - Ley General de Salud. Ley N° 29783 - Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, modificado por Ley 30222. Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General. D.L. N° 1310, Decreto Legislativo que aprueba medidas adicionales de simplificación administrativa D.S. N° 005-2012-TR - Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo,</p>	<p><b>1</b> <b>Solicitud dirigida al Director(a) Ejecutivo de Certificaciones y Autorizaciones - DIGESA</b>, con carácter de Declaración Jurada, que contenga N° de RUC, firmada por el Representante Legal, según Formato N° 01. Donde debe consignar las actividades a desarrollar y detallando información sobre el solicitante y del establecimiento a Registrar.</p> <p><b>Actividades a Desarrollar:</b></p> <p>1.1. Vigilancia de la Salud de los Trabajadores (VST) 1.2. Vigilancia del Ambiente de Trabajo (VAT)</p> <p><b>Nota:</b> Se podrá solicitar el Registro de Acreditación solo para Vigilancia de la Salud de los Trabajadores o para Vigilancia de la Salud de los Trabajadores y Vigilancia del Ambiente de Trabajo.</p>	<p>30 (Treinta Días)</p>
	<p><b>2</b> <b>Documentos de Infraestructura</b></p> <p>2.1 Registro Nacional de Institución Prestadora de Servicios de Salud (RENIPRESS) emitido por SUSALUD. 2.2 Resolución Directoral de Categorización del Establecimiento de Salud, mínimo Categoría I-3, a nombre del Establecimiento de Salud que solicita ser registrado. 2.3 Flujograma que describa las actividades del Servicio de Salud Ocupacional</p>	

<p>modificado por D.S. 006-2014. D.S. N° 006-2017-JUS. Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General. D.S. N° 13-2006-SA, que aprueba el reglamento de Establecimientos de Salud y Servicios Médicos de Apoyo Resolución Ministerial N° 312-2011 - MINSa - Documento Técnico Protocolos de Exámenes Médicos Ocupacionales y Guías de Diagnóstico de los Exámenes Médicos Obligatorios por Actividad y sus modificatorias: Resolución Ministerial N° 004-2014/MINSa y R.M. N° 571-2014/MINSa. Resolución Ministerial N° 763-2017/MINSa - Conformen Comisión Sectorial encargada de elaborar propuesta normativa que aborde lineamientos para el ejercicio de la medicina ocupacional en médicos cirujanos que no cuenten con segunda especialidad en Medicina del Trabajo o Medicina Ocupacional y Medio Ambiente, y emiten otras disposiciones.</p>	<p><b>3 Documentos de los profesionales por cada actividad a desarrollar:</b>          Hoja de vida descriptiva según Formato N° 02 donde Consigne el Colegio Profesional Declaración Jurada firmada por el Represente Legal sobre los profesionales que trabajan en la empresa según Formato N° 03.          Copia de Título Universitario o Título de Profesional Técnico de cada trabajador.          Para el caso del responsable de la toma de las placas de Rayos X: Licencia Individual o Revalidación expedida por el Instituto Peruano de Energía Nuclear (IPEN) vigente.          Constancia de capacitaciones de los profesionales en VST y/o VAT o Declaración Jurada del Representante legal sobre las capacitaciones de profesionales en VST y/o VAT con una antigüedad no mayor a un año según Formato N° 04.</p> <p><b>Nota:</b> De los profesionales colegiados, se verificará la habilidad de los mismos en la página web de los colegios profesionales respectivos.</p> <p><b>Personal Capacitado en salud ocupacional como mínimo:</b></p> <p><b>Para Vigilancia de la Salud de los Trabajadores (VST):</b></p> <p>Médico Cirujano responsable de la VST, según los requisitos establecidos en el Artículo 1° de la R.M. N° 004-2014-MINSa y/o de la R.M N° 763-2017/MINSa.          Médico Cirujano responsable de cada Prueba Funcional o Prueba Complementaria (Espirometría, Audiometría, Radiografía, Laboratorio y adicionalmente Control Visual y Electrocardiografía) según los requisitos establecidos en el Artículo 1° de la R.M. N°. 004-2014-MINSa y/o de la R.M N° 763-2017/MINSa, o Médico Cirujano Especialista según la Prueba Funcional o Pruebas Complementarias (Neumólogo, Otorrinolaringólogo, Radiólogo, adicionalmente Oftalmólogo y Cardiólogo).          Operador de Rx: Radiólogo o Tecnólogo Médico en Radiología o Técnico en Radiología.          Laboratorio Clínico: Tecnólogo Médico en Laboratorio Clínico y/o Biólogo, en establecimientos de salud categoría I-3 y I-4, Médico Patólogo Clínico en los establecimientos de salud desde la categoría II-1 hasta III-2          Psicólogo.          Enfermeras.          Tecnólogos médicos.          Técnicas en enfermería y auxiliares de enfermería.</p> <p><b>Nota:</b>          *En caso de laborar en más de una institución deberá presentar horario de trabajo.</p> <p><b>Para la Vigilancia del Ambiente de Trabajo (VAT)</b></p> <p>Dos (02) o más Profesionales con título Universitario y con postgrado en Higiene Industrial u Ocupacional (Riesgos Físicos, Químicos y Biológicos) o Ergonomía (Riesgos Ergonómicos) o Psicología (Riesgos Psicosociales).</p>																			
	<p><b>4 Documentación de equipos según actividad:</b></p> <table border="1" data-bbox="462 1615 1292 2114"> <thead> <tr> <th colspan="3">Vigilancia de la Salud de los Trabajadores</th> </tr> <tr> <th>CERTIFICACIÓN DEL PROFESIONAL EN LAS PRUEBAS FUNCIONALES Y/O PRUEBAS COMPLEMENTARIAS</th> <th>EQUIPOS/TEST</th> <th>DOCUMENTACION (realizado por un profesional universitario especializado en mantenimiento/calibración)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ESPIROMETRÍA</td> <td>Espirómetro Jeringa de Calibración</td> <td>Certificados de calibración vigentes</td> </tr> <tr> <td>AUDIOMETRÍA</td> <td>Audiómetro Cabina Audiométrica</td> <td>Certificados de calibración vigentes</td> </tr> <tr> <td>ELECTROCARDIOGRAMA</td> <td>Electrocardiógrafo</td> <td>Certificado de mantenimiento vigente</td> </tr> <tr> <td>OFTALMOLOGÍA</td> <td>Test de Agudeza Visual. Test de Color. Test de Visión Estereoscópica</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Vigilancia de la Salud de los Trabajadores			CERTIFICACIÓN DEL PROFESIONAL EN LAS PRUEBAS FUNCIONALES Y/O PRUEBAS COMPLEMENTARIAS	EQUIPOS/TEST	DOCUMENTACION (realizado por un profesional universitario especializado en mantenimiento/calibración)	ESPIROMETRÍA	Espirómetro Jeringa de Calibración	Certificados de calibración vigentes	AUDIOMETRÍA	Audiómetro Cabina Audiométrica	Certificados de calibración vigentes	ELECTROCARDIOGRAMA	Electrocardiógrafo	Certificado de mantenimiento vigente	OFTALMOLOGÍA	Test de Agudeza Visual. Test de Color. Test de Visión Estereoscópica		
Vigilancia de la Salud de los Trabajadores																				
CERTIFICACIÓN DEL PROFESIONAL EN LAS PRUEBAS FUNCIONALES Y/O PRUEBAS COMPLEMENTARIAS	EQUIPOS/TEST	DOCUMENTACION (realizado por un profesional universitario especializado en mantenimiento/calibración)																		
ESPIROMETRÍA	Espirómetro Jeringa de Calibración	Certificados de calibración vigentes																		
AUDIOMETRÍA	Audiómetro Cabina Audiométrica	Certificados de calibración vigentes																		
ELECTROCARDIOGRAMA	Electrocardiógrafo	Certificado de mantenimiento vigente																		
OFTALMOLOGÍA	Test de Agudeza Visual. Test de Color. Test de Visión Estereoscópica																			

<p>NTS N° 072-MINSA/DGSP-V.01 - Norma Técnica de Salud de la Unidad Productora de Servicios de Patología Clínica. RM-076-2014</p> <p>MINSA - Guía Técnica para la Categorización de Establecimientos del Sector Salud.</p> <p>NTS N° 021-MINSA/ DGSP-V03 NORMA TÉCNICA DE SALUD "Categorías De Establecimientos Del Sector Salud" Aprueban Reglamento de la Ley N° 28028, La Ley de Regulación del Uso de Fuentes de Radiación Ionizante. Decreto Supremo N° 039-2008-EM.</p> <p>Norma Técnica N° IR.003.2013 – Requisitos de Protección Radiológica en Diagnostico Medico con Rayos X.</p> <p>NTS N° 113-MINSA/DGIM – V.01 “Infraestructura y equipamiento de los establecimientos de salud del primer nivel de atención”.</p> <p>Directiva Sanitaria N° 082-MINSA/DGIESP - V.01 “Directiva Sanitaria para el diseño y uso de cartillas de medición de agudeza visual a tres metros”.</p>	<p><b>LABORATORIO</b></p>	<p>Para exámenes de: Biometría Sanguínea, Bioquímica Sanguínea, Grupo y Factor Sanguíneo, Examen Completo de Orina, y lo establecido de acuerdo a la categoría del establecimiento.</p>	<p>Certificado de mantenimiento vigente</p>
	<p><b>RADIOLOGIA</b></p>	<p>Equipo de Rayos X para Radiografía de Tórax fijo con generador aproximado no menor de 300 mA a 125 KV</p>	<p>Licencia de Operación expedida por el Instituto Peruano de Energía Nuclear (IPEN) vigente Informe de Límites y Condiciones de la Licencia de Operación Control de Calidad vigente</p>
	<p><b>TOXICOLOGÍA (opcional)</b></p>	<p>Equipamiento especial (equipo de absorción atómica)</p>	<p>En caso no se cuente con equipo se deberá presentar: Convenio o contrato con empresa que brinde el Servicio de análisis</p>
	<p><b>Vigilancia del Ambiente de Trabajo</b></p>		
	<p><b>MEDICION DE POLVOS RESPIRABLES</b></p>	<p>Bombas para medición de polvos respirables</p>	<p>Certificados de calibración vigentes</p>
	<p><b>MEDICION DE VAPORES Y GASES</b></p>	<p>Bombas para Medición de vapores y gases</p>	<p>Certificados de calibración vigentes</p>
	<p><b>MEDICIÓN DE RUIDO</b></p>	<p>Sonómetro/Dosímetro para Ruido</p>	<p>Certificados de calibración vigentes</p>
	<p><b>MEDICION DE ILUMINACION</b></p>	<p>Luxómetro</p>	<p>Certificados de calibración vigentes</p>
	<p><b>MEDICION DE ESTRÉS TÉRMICO</b></p>	<p>Medidor para Estrés Térmico</p>	<p>Certificados de calibración vigentes</p>
	<p>5</p>	<p><b>Para las Actividades Tercerizadas de:</b></p> <p>5.1 Laboratorio Clínico *</p> <p>- La prestación debe realizarse dentro del establecimiento de salud.</p> <p>5.2 Toxicología *</p> <p>Presentar en ambos casos la Resolución de Categorización y Registro Nacional de Institución Prestadora de Servicios de Salud (RENIPRESS) emitido por SUSALUD de la empresa contratada.</p> <p>5.3 Radiología*</p> <p>* Presentar convenio o contrato con empresa que brinde el servicio, informe de Límites y condiciones de la Licencia de operación y certificado de control de calidad vigentes. En el caso de radiología Licencia de Operación emitido por el Instituto Peruano de Energía Nuclear (IPEN),</p>	
<p>6</p>	<p><b>Para Renovación del Registro de Acreditación</b></p> <p>La solicitud de Renovación de Registro de Acreditación del Servicio de Salud Ocupacional (SSO) Formato N° 05, debe ser presentada con una anterioridad de 30 días hábiles a su vencimiento, para cuyo efecto se acompañará:</p> <p>Al momento de presentar la solicitud de renovación, debe señalar el cambio de médicos o personal de salud o equipos o debe señalar que cuenta con los mismos profesionales y equipos, adjuntando el Formato N° 02 para los nuevos profesionales, el Formato N° 03 y 04 actualizado a la fecha de presentación de la solicitud de renovación y los correspondientes certificados de mantenimiento y de calibraciones vigentes.</p> <p>En caso de haber cambiado al/los Médico o personal o equipos del SSO, en el tiempo de vigencia del Documento de Acreditación, señalará que hizo el comunicado a la autoridad de salud competente según Formato N° 06.</p> <p>Flujograma actualizados en caso de modificatoria.</p>		

	<p>Informe Técnico de Vigilancia de la Salud de los Trabajadores de acuerdo al Anexo 04 de la R.M. N° 312-2011-MINSA, cuyo modelo de informe técnico de vigilancia de la salud de los trabajadores de las atenciones de los servicios de salud ocupacional esta publicado en la página WEB de la DIGESA</p>	
	<p><b>7 Para Cambio de Local</b> De producirse el cambio del local del Servicio de Salud Ocupacional, se deberá presentar un expediente nuevo solicitando un nuevo registro de acreditación del Servicio de Salud Ocupacional.</p>	
	<p><b>8 Para Cambio de Representante Legal, Razón Social y RUC durante la vigencia del Registro</b> Deberá presentar la documentación que sustente el cambio o cese de actividades de la empresa registrada y los respectivos documentos que acrediten la incorporación de su patrimonio a la nueva empresa o en su defecto la documentación que sustente la trasferencia de la titularidad del precitado título habilitante.</p>	

ANEXO 5: Requisitos para la obtención del CARNET DE SANIDAD

**CARNET DE SANIDAD**

<b>ID: MSS_34147</b>	Municipalidad Distrital de Santiago de Surco
<b>Nombre del Trámite</b>	CARNE SANITARIO
<b>Objetivo del Trámite</b>	<b>Nota:</b> Definición pendiente por parte del área responsable del TUPA y el área involucrada con el trámite o procedimiento.
<b>Documentos a Presentar</b>	1 Exhibición del documento de Identidad Original 2 Indicar el número de recibo de pago y la fecha de pago.
<b>Pasos a seguir</b>	1 <b>Nota:</b> Definición pendiente por parte del área responsable del TUPA y el área involucrada con el trámite o procedimiento.
<b>Donde se realiza el trámite</b>	<a href="#">Oficinas Lima</a>
<b>Costo</b> Costo UIT S./ 4050	S/.26.00
<b>Calificación</b>	Automática - Cuando el cumplimiento de los requisitos solicitados es suficiente para dar por cumplido el trámite o servicio solicitado.
<b>Inicio del Trámite</b>	Subgerencia de Bienestar Social
<b>Unidad que evalúa el trámite</b>	Subgerencia de Bienestar Social
<b>Informes sobre el estado del Trámite</b>	Subgerencia de Bienestar Social
<b>Instancia que resuelve recurso impugnatorio</b>	
<b>Base Legal</b>	<b>Competencia:</b> Ley N° 27972 Ley Orgánica de Municipalidades Art. 80° núm. 3,5 (27.05.2003) <b>Calificación, plazo y silencio administrativo</b> TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444, Art. 32° (20.03.2017) <b>Requisitos y procedimiento</b> Ordenanza N° 141-MML Art 8° (21.03.1998) <b>Derecho de trámite</b> TUO de la Ley de Tributación Municipal, Decreto Supremo N° 156-2004-EF y modificatorias Art. 68.b° (15.11.2004) Ordenanza N° 141-MML Art 8° y 10° (21.03.1998)
<b>Observaciones</b>	Sin Observaciones

ANEXO 6: Simulación de Minuta

**MODELO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA CON DIRECTORIO –  
(CON APORTES EN BIENES DINERARIOS)**

**Señor Notario,**

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de sociedad anónima cerrada, que otorgan:

**LUIS ANTONIO CALDERÓN ROJAS**, de Nacionalidad: **PERUANO**, Ocupación: BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, con Documento de Identidad: **45082072**, Estado Civil: Soltero.

**BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA**, de Nacionalidad: **PERUANO**, Ocupación: Bachiller en Administración de Empresas, con Documento de Identidad: **46645479**, Estado Civil: Soltero.

Señalando como domicilio común para efectos de este instrumento en Calle Los Industriales N° 118, Santa Felicia – La Molina en los términos siguientes:

**Primero.-** por el presente pacto social, los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad anónima cerrada, bajo la denominación de Sociedad Anónima Cerrada. La sociedad puede utilizar la abreviatura de Rolling Rolls & Crepes Peru S.A.C. Los socios se obligan a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

**Segundo.-** el monto del capital de la sociedad es de s/. 39,232. Dividido en treinta y nueve mil doscientos treinta y dos 00/100 m.n. acciones nominativas de un valor nominal de s/ 1 nuevo sol cada una, suscritas y pagadas de la siguiente manera:

LUIS ANTONIO CALDERÓN ROJAS, suscribe 20,000 acciones nominativas y paga s/. 20,000 mediante aportes en bienes dinerarios.

BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA, suscribe 19,232 acciones nominativas y paga s/. 19,232 mediante aportes en bienes dinerarios.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.



**Tercero.-** La Sociedad se registrará por el estatuto siguiente y en todo lo no previsto por este, se estará a lo dispuesto por la Ley General de Sociedades – Ley 26887 – que en adelante se le denominara la “Ley”.

### **Estatuto**

**Artículo 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO:** La Sociedad se denomina: Rolling Rolls & Crepes Sociedad Anónima Cerrada”.

La sociedad puede utilizar la abreviatura de ROLLING ROLLS & CREPES S.A.C;

La Sociedad tiene una duración indeterminada, inicia sus operaciones en la fecha de este pacto y adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en el registro de personas jurídicas. Su domicilio es en calle barlovento n° 310 Santiago de Surco, provincia de Lima y departamento de Lima pudiendo establecer sucursales u oficinas en cualquier lugar del país o en el extranjero.

**Artículo 2.- OBJETO SOCIAL:** La Sociedad tiene por objeto dedicarse a: venta de helado y crepes se entienden incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de sus fines. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

**Artículo 3.- CAPITAL SOCIAL:** El monto del Capital de la sociedad es de treinta y nueve mil doscientos treinta y dos 00/100 m.n. representado por treinta y nueve mil doscientos treinta y dos acciones nominativas de un valor nominal de s/.1 nuevo sol cada una.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado.

**Artículo 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES:** Los otorgantes acuerdan suprimir el derecho de preferencia para la adquisición de acciones, conforme a lo previsto en el último párrafo del artículo 237º de la "ley".

**Artículo 5.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD:** La Sociedad que se constituye tiene los siguientes órganos:

- A) la junta general de accionistas;
- B) el directorio y
- C) la gerencia.

**Artículo 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** La junta general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Los accionistas constituidos en junta general debidamente convocada, y con el quórum correspondiente, deciden por la mayoría que establece la "ley" los asuntos propios de su competencia. Todos los accionistas incluso los disidentes y los que no hubieran participado en la reunión, están sometidos a los acuerdos adoptados por la junta general.

La convocatoria a junta de accionistas se sujeta a lo dispuesto en el art. 245 de la "ley".

El accionista podrá hacerse representar en las reuniones de junta general por medio de otro accionista, su cónyuge, o ascendiente o descendiente en primer grado, pudiendo extenderse la representación a otras personas.

**Artículo 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** la celebración de juntas no presenciales se sujeta a lo dispuesto por el artículo 246 de la "Ley".

**Artículo 8.- EL DIRECTORIO:** La Sociedad tendrá un directorio integrado por CALLE BARLOVENTO Nº 310, SANTIAGO DE SURCO miembros que pueden o no, ser accionistas, cuyo período de duración será de 5 años, pudiendo sus miembros ser reelegidos.

El cargo de director sólo recae en personas naturales. Los directores pueden ser removidos en cualquier momento por la junta general. El cargo de director es retribuido. Los directores serán elegidos con representación de la minoría, de acuerdo a la "ley".

**Artículo 9.- VACANCIA:** Vaca el cargo de director por fallecimiento, renuncia, remoción o por incurrir el director en alguna de las causales de impedimento señaladas por la "Ley". En caso de vacancia, el mismo directorio podrá elegir a los reemplazantes para completar su número por el período que aún resta al directorio. En caso de que se produzca vacancia de directores en número tal que no pueda reunirse válidamente el directorio, los directores hábiles asumirán

provisionalmente la administración y convocarán de inmediato a la junta de accionistas que corresponda para que elijan nuevo directorio. De no hacerse esta convocatoria o de haber vacado el cargo de todos los directores, corresponderá al gerente realizar de inmediato dicha convocatoria. Si las referidas convocatorias no se produjesen dentro de los diez siguientes, cualquier accionista puede solicitar al juez que la ordene, por el proceso sumarísimo.

**Artículo 10.- CONVOCATORIA, QUÓRUM Y ACUERDOS:** El directorio será convocado por el presidente, o quien haga sus veces, conforme a lo establecido en el artículo 167º de la “Ley”. El quórum para las reuniones del directorio será de la mitad más uno de sus miembros. Si el número de directores es impar, el quórum es el número entero inmediato superior al de la mitad de aquél. Cada director tiene derecho a un voto. Los acuerdos de directorio se adoptan por mayoría absoluta de votos de los directores participantes; en caso de empate, decide quien preside la sesión.

**Artículo 11.- GESTIÓN Y REPRESENTACIÓN:** El directorio tiene las facultades de gestión y de representación legal necesarias para la administración de la sociedad, dentro de su objeto, con excepción de los asuntos que la “ley” o el estatuto atribuyan a la junta general.

**Artículo 12.- DELEGACIÓN:** El directorio puede delegar sus facultades conforme a lo establecido en el artículo 174º de la “ley”.

**Artículo 13.- RESPONSABILIDAD:** La responsabilidad de los directores se rige por lo establecido en el artículo 177º y siguiente de la “Ley”.

**Artículo 14.- GERENTE GENERAL:** La sociedad tendrá un gerente general. La duración del cargo es por tiempo indefinido. El gerente puede ser removido en cualquier momento por el directorio o por la junta general, cualquiera que sea el órgano del que haya emanado su nombramiento.

**Artículo 15.- ATRIBUCIONES:** El gerente general está facultado para la ejecución de todo acto y/o contrato correspondientes al objeto de la sociedad, pudiendo asimismo realizar los siguientes actos:

- A) dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- B) representar a la sociedad ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozará de las facultades generales y especiales, señaladas en los artículos 74º, 75º, 77º y 436º del código

procesal civil. En lo administrativo gozará de la facultad de representación prevista en el artículo 115º de la ley nº 27444 y demás normas conexas y complementarias. Teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además podrá constituir personas jurídicas en nombre de la sociedad y representar a la sociedad ante las personas jurídicas que crea conveniente. Además podrá someter las controversias a arbitraje, conciliaciones extrajudiciales y demás medios adecuados de solución de conflicto, pudiendo suscribir los documentos que sean pertinentes.

C) abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y re-aceptar cheques, letras de cambio, vales, pagares, giros, certificados, conocimientos, pólizas, cartas fianzas y cualquier clase de títulos valores, documentos mercantiles y civiles, otorgar recibos y cancelaciones, sobregirarse en cuenta corriente con garantía o sin ella, solicitar toda clase de préstamos con garantía hipotecaria, prendaria y de cualquier forma.

D) adquirir y transferir bajo cualquier título; comprar, vender, arrendar, donar, dar en comodato, adjudicar y gravar los bienes de la sociedad sean muebles o inmuebles, suscribiendo los respectivos documentos ya sean privados o públicos. En general podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de: leasing o arrendamiento financiero, lease back, factoring y/o underwriting, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial vinculados con el objeto social.

E) solicitar, adquirir, disponer, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales, conforme a ley suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o intelectual.

F) participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del, objeto social.

El gerente general podrá realizar todos los actos necesarios para la administración de la sociedad, salvo las facultades reservadas a la junta general de accionistas.

El gerente general podrá realizar todos los actos necesarios para la administración de la sociedad, salvo las facultades reservadas a la junta general de accionistas.

**Artículo 16.- RESPONSABILIDAD:** El gerente responde ante la sociedad, los accionistas y terceros, conforme a lo que se establece en el artículo 190 de la “ley”.

El gerente es responsable, solidariamente con los miembros del directorio cuando participe en actos que den lugar a responsabilidad de éstos o cuando, conociendo la existencia de esos actos, no informe sobre ellos al directorio o a la junta general.

**Artículo 17.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL:** La modificación del estatuto, se rige por los artículos 198 y 199 de la "ley", así como el aumento y reducción del capital social, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 201 al 206 y 215 al 220, respectivamente, de la "ley".

**Artículo 18.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES:** Se rige por lo dispuesto en los artículos 40, 221 al 233 de la "ley".

**Artículo 19.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN:** En cuanto a la disolución, liquidación y extinción de la sociedad, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 407, 409, 410, 412, 413 a 422 de la "ley".

**Cuarta.** - Queda designado como Gerente General BENEDICT ODRACIR GUERRA MALPARTIDA con DNI **46645479**, con domicilio en CALLE LOS INDUSTRIALES Nro.118, SANTA FELICIA distrito de LA MOLINA provincia de LIMA, departamento de LIMA.

Lima, Dieciséis de Noviembre del Dos Mil Dieciocho

## ANEXO 7: Cotización Envases Biodegradables



✉ villaizan@lorografic.com | ventas@lorografic.com

☎ 01 2373972 📞 988 444 618

📍 Av. Paseo de la República #1786, Lince

🌐 www.lorografic.com

Lima 30 de enero de 2018


COTIZACION N° 511/18

ATENCIÓN:

BENEDICT ODRACIR

Nos es grato saludarle, y a la vez hacerle entrega de la cotización solicitada.

MODELO	DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO x UNIDAD	P. TOTAL SIN IGV
	ENVASE CILÍNDRICO BIODEGRADABLE PARA HELADO. 06 ONZAS COD. TACO804PC MEDIDA: 8CM. DIÁMETRO x 4CM. ALTURA. MATERIAL DE GRADO ALIMENTICIO Y RESISTENTE AL AGUA COLOR NATURAL. INCLUYE LOGO A UN COLOR EN PANTOGRAFÍA	1,000 (Pedido mínimo)	S/ 0.80	S/ 800.00

	ENVASE CILÍNDRICO BIODEGRADABLE PARA HELADO. 06 ONZAS COD. TACO804PC MEDIDA: 8CM. DIÁMETRO x 4CM. ALTURA. MATERIAL DE GRADO ALIMENTICIO Y RESISTENTE AL AGUA COLOR NATURAL. INCLUYE LOGO A DOS COLORES EN SERIGRAFÍA.	1,000 (Pedido mínimo)	S/ 0.93	S/ 930.00
---	---	--------------------------	---------	-----------

**PRECIOS NO INCLUYEN IGV**

### CONDICIONES

- Todo adelanto de dinero por el trabajo a realizarse tendrá validez solo por 08 días, pasada la fecha no habrá reembolso del dinero.
- Todo trabajo aprobado y recibido no tendrá lugar a reclamo.
- Pasado 08 días la empresa no se hará responsable por la pérdida o deterioro del trabajo realizado.

MONEDA :	Soles
FORMA DE PAGO :	50% ADELANTO / 50% CONTRA ENTREGA
FECHA DE ENTREGA :	18 días
VALIDEZ DE LA PROPUESTA :	10 días

RAZÓN SOCIAL	LOROGRAFIC S.A.C.
RUC	20601992346
CUENTA DE AHORRO BBVA CONTINENTAL	0011-0190-020059505464
CCI BBVA	011 190 000200595054 64

RAZÓN SOCIAL	LOURDES VILLAIZAN BEJAR
CUENTA DE AHORRO BCP	192-38177919-0-53
CCI BCP	002-19213817791905330

Una vez realizado el depósito, por favor escanear el voucher y enviarlo por correo o transferencia.

Atentamente,

*Isaura Ruíz Marina*

Asesora Corporativa

## ANEXO 8: Cronograma Preliminar de Pagos – SIMULACIÓN DE PRÉSTAMO

### CRONOGRAMA PRELIMINAR DE PAGOS

TIPO OPERACION : 96 PRODUCTO : BMIN EMP ADQBIE - VS25  
 PRINCIPAL SOLICITADO : 40,000.00 CUOTA : 2,207.08  
 TIPO INTERES NOMINAL : 27.77388 % TASA EFECTIVA ANUAL : 32.00000 %

TCEA REFERENCIAL DE OPERACION: 33.744449% MONEDA : PEN: SOLES  
 DURACION TOTAL: PL 24 MES - 2024 VALOR COMERCIAL : 0.00  
 PERIODICIDAD PAGO EN CARENCIA : TIPO DE BIEN:  
 INTERESES : - DURACION CARENCIA : -  
 PERIODICIDAD PAGO EN AMORTIZACION :  
 INTERESES : PERIOD MEN - 201 PRINCIPAL : PP 1 M - 201

COMIS. ENVIO INFOR. PERIODICA : 8.50 DESGRAV: SEGURO:  
 FECHA DE SOLICITUD : 30/04/2018 INICIAL INDIV.

NRO VENCTO.	AMORTIZAC.	INTERESES	COMISION(ES)		CUOTA	SALDO
			+ SEGURO	SUBVENC		
001 30052018	1,270.85	936.23	8.50	0.00	2,215.58	38,729.15
002 02072018	1,208.79	998.29	8.50	0.00	2,215.58	37,520.36
003 30072018	1,388.07	819.01	8.50	0.00	2,215.58	36,132.29
004 31082018	1,304.30	902.78	8.50	0.00	2,215.58	34,827.99
005 01102018	1,364.41	842.67	8.50	0.00	2,215.58	33,463.58
006 30102018	1,450.24	756.84	8.50	0.00	2,215.58	32,013.34
007 30112018	1,432.51	774.57	8.50	0.00	2,215.58	30,580.83
008 31122018	1,467.17	739.91	8.50	0.00	2,215.58	29,113.66
009 30012019	1,525.65	681.43	8.50	0.00	2,215.58	27,588.01
010 28022019	1,583.13	623.95	8.50	0.00	2,215.58	26,004.88
011 01042019	1,557.34	649.74	8.50	0.00	2,215.58	24,447.54
012 30042019	1,654.16	552.92	8.50	0.00	2,215.58	22,793.38
.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.
024 30042020	2,155.03	52.14	8.50	0.00	2,215.67	0.00
-----						
	40,000.00	12,970.01	204.00	0.00	53,174.01	

- NO SE INCLUYEN LOS GASTOS PAGADOS DIRECTAMENTE POR EL CLIENTE.
- EL MONTO DE AMORTIZACION CON ESTE VALOR SE ORIGINA POR LA APLICACION DEL CALCULO PARA LA OBTENCION DE CUOTA CONSTANTE. NO AFECTA EL COSTO EFECTIVO ANUAL DEL CREDITO.
- EL PRESENTE ES UN CRONOGRAMA PRELIMINAR. EL CRONOGRAMA DEFINITIVO SERA ENTREGADO EN UN PLAZO MAXIMO DE 30 DIAS DE ACUERDO A LA MODALIDAD ELEGIDA POR EL CLIENTE EN LA SOLICITUD DEL PRESTAMO, Y FORMARA PARTE DEL CONTRATO. DICHO CRONOGRAMA DEBERA SER FIRMADO POR LAS PARTES SALVO QUE LA MODALIDAD DE ENTREGA ELEGIDA NO LO EXIJA.
- USTED TIENE DERECHO A ELEGIR SU PROPIO SEGURO EN EL MOMENTO DE LA CONTRATACION.
- LAS OPERACIONES REALIZADAS EN LA CUENTA SE ENCUENTRAN AFECTAS AL PAGO DEL IMPUESTO POR TRANSACCIONES FINANCIERAS (ITF): 0.005%.

\_\_\_\_\_  
 FIRMA DEL CLIENTE  
 DOI :



ANEXO 9: Planilla de Remuneraciones y Recibo por Honorarios

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Inflación</b>	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%

**PLANILLA TOTAL**

PLANILLA	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Interna	S/. 57,363	S/. 57,363	S/. 57,363	S/. 57,363	S/. 57,363	S/. 286,813
Externa	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 30,000
<b>Total Planilla</b>	<b>S/. 63,363</b>	<b>S/. 63,363</b>	<b>S/. 63,363</b>	<b>S/. 63,363</b>	<b>S/. 63,363</b>	<b>S/. 316,813</b>

**PLANILLA DE REMUNERACIONES**

Enero - Diciembre 2019

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200	No	S/ -	S/ 48	S/ 300	S/ 1,500	ONP	S/ 195	S/ 1,305
2	Counter 1	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
3	Counter 2	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
4	Counter 3	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
5	Counter 4	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600</b>		<b>S/ -</b>	<b>S/ 48</b>	<b>S/ 300</b>	<b>S/3,900</b>		<b>S/ 507</b>	<b>S/3,393</b>

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JUL	GRATF DIC	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/. 135	S/. 1,635	S/. 1,635	S/. 3,270	S/. 886	S/. 886	S/. 1,773
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
<b>S/. 351</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 4,578</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 1,773</b>

**PLANILLA DE REMUNERACIONES**

Enero - Diciembre 2020

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200	No	S/ -	S/ 48	S/ 300	S/ 1,500	ONP	S/ 195	S/ 1,305
2	Counter 1	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
3	Counter 2	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
4	Counter 3	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
5	Counter 4	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600</b>		<b>S/ -</b>	<b>S/ 48</b>	<b>S/ 300</b>	<b>S/ 3,900</b>		<b>S/ 507</b>	<b>S/ 3,393</b>

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JUL	GRATF DIC	GRATF ANUAL	CTS MAY	CTS NOV	CTS ANUAL
S/. 135	S/. 1,635	S/. 1,635	S/. 3,270	S/. 886	S/. 886	S/. 1,773
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
<b>S/. 351</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 4,578</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 1,773</b>

### PLANILLA DE REMUNERACIONES

Enero - Diciembre 2021

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200	No	S/ -	S/ 48	S/ 300	S/ 1,500	ONP	S/ 195	S/ 1,305
2	Counter 1	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
3	Counter 2	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
4	Counter 3	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
5	Counter 4	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600</b>		<b>S/ -</b>	<b>S/ 48</b>	<b>S/ 300</b>	<b>S/ 3,900</b>		<b>S/ 507</b>	<b>S/ 3,393</b>

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/. 135	S/. 1,635	S/. 1,635	S/. 3,270	S/. 886	S/. 886	S/. 1,773
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
<b>S/. 351</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 4,578</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 1,773</b>

### PLANILLA DE REMUNERACIONES

Enero - Diciembre 2022

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200	No	S/ -	S/ 48	S/ 300	S/ 1,500	ONP	S/ 195	S/ 1,305
2	Counter 1	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
3	Counter 2	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
4	Counter 3	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
5	Counter 4	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600</b>		<b>S/ -</b>	<b>S/ 48</b>	<b>S/ 300</b>	<b>S/ 3,900</b>		<b>S/ 507</b>	<b>S/ 3,393</b>

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/. 135	S/. 1,635	S/. 1,635	S/. 3,270	S/. 886	S/. 886	S/. 1,773
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
<b>S/. 351</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 4,578</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 1,773</b>

### PLANILLA DE REMUNERACIONES

Enero - Diciembre 2023

ORDEN	CARGO	REMUNERACIÓN BRUTA						RETEN A CARGO DEL TRABAJADOR		REM NETA
		SUELDO BÁSICO	¿ASIG. FAMILIAR?	CALC ASIG. FAMILIAR	CANT. HRAS EXTRAS	HORAS EXTRAS	TOTAL REM BRUTA	SNP / ONP		
1	Administrador	S/ 1,200	No	S/ -	S/ 48	S/ 300	S/ 1,500	ONP	S/ 195	S/ 1,305
2	Counter 1	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
3	Counter 2	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
4	Counter 3	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
5	Counter 4	S/ 600	No	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 600	ONP	S/ 78	S/ 522
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,600</b>		<b>S/ -</b>	<b>S/ 48</b>	<b>S/ 300</b>	<b>S/ 3,900</b>		<b>S/ 507</b>	<b>S/ 3,393</b>

APORTACIONES DEL EMPLEADOR						
APORT SALUD	GRATF JULIO	GRATF DICIEMBRE	GRATF ANUAL	CTS MAYO	CTS NOV	CTS ANUAL
S/. 135	S/. 1,635	S/. 1,635	S/. 3,270	S/. 886	S/. 886	S/. 1,773
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
S/. 54	S/. 164	S/. 164	S/. 327	S/. -	S/. -	S/. -
<b>S/. 351</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 2,289</b>	<b>S/. 4,578</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 886</b>	<b>S/. 1,773</b>

### RECIBO POR HONORARIOS

Enero – Diciembre 2019

N°	CARGO	TOTAL
1	Contador	S/ 500
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 500</b>

**RECIBO POR HONORARIOS**

Enero – Diciembre 2020

N°	CARGO	TOTAL
1	Contador	S/ 500
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 500</b>

**RECIBO POR HONORARIOS**

Enero – Diciembre 2021

N°	CARGO	TOTAL
1	Contador	S/ 500
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 500</b>

**RECIBO POR HONORARIOS**

Enero – Diciembre 2022

N°	CARGO	TOTAL
1	Contador	S/ 500
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 500</b>

**RECIBO POR HONORARIOS**

Enero – Diciembre 2023

N°	CARGO	TOTAL
1	Contador	S/ 500
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 500</b>

## ANEXO 10: Costos Fijos (Soles)

COSTOS MENSUAL DE ALQUILER Y SERVICIOS 2019												
DESARROLLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Alquiler de local	9,660	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220
Teléfono y Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

COSTOS MENSUAL DE ALQUILER Y SERVICIOS 2020												
DESARROLLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Alquiler de local	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220
Teléfono y Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

COSTOS MENSUAL DE ALQUILER Y SERVICIOS 2021												
DESARROLLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Alquiler de local	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220
Teléfono y Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

COSTOS MENSUAL DE ALQUILER Y SERVICIOS 2022												
DESARROLLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Alquiler de local	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220
Teléfono y Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

COSTOS MENSUAL DE ALQUILER Y SERVICIOS 2023												
DESARROLLO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Alquiler de local	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220	3,220
Teléfono y Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

ANEXO 11: Publicidad

PUBLICIDAD: ETAPA DE CONSOLIDACION AÑO 2019				PUBLICIDAD: ETAPA DE CONSOLIDACION AÑO 2020				PUBLICIDAD: ETAPA DE CONSOLIDACION AÑO 2021			
MEDIOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	MEDIOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	MEDIOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
VOLANTES	4000	450 X MILLAR	S/ 1,800	VOLANTES	1 MILLAR	450 X MILLAR	S/ 450	VOLANTES	1 MILLAR	450 X MILLAR	S/ 450
PAGINA WEB, HOSTING Y DOMINIO	1	S/ 400	S/ 400	PAGINA WEB, HOSTING Y DOMINIO	1	S/ 400	S/ 400	PAGINA WEB, HOSTING Y DOMINIO	1	S/ 400	S/ 400
FOLLETOS	6000	350 X MILLAR	S/ 2,100	FOLLETOS	6000	350 X MILLAR	S/ 2,100	FOLLETOS	6000	350 X MILLAR	S/ 2,100
			<b>S/ 4,300</b>				<b>S/ 2,950</b>				<b>S/ 2,950</b>

PUBLICIDAD: ETAPA DE CONSOLIDACION AÑO 2022				PUBLICIDAD: ETAPA DE CONSOLIDACION AÑO 2023			
MEDIOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL	MEDIOS	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
VOLANTES	1 MILLAR	450 X MILLAR	S/ 450	VOLANTES	1 MILLAR	450 X MILLAR	S/ 450
PAGINA WEB, HOSTING Y DOMINIO	1	S/ 400	S/ 400	PAGINA WEB, HOSTING Y DOMINIO	1	S/ 400	S/ 400
FOLLETOS	6000	350 X MILLAR	S/ 2,100	FOLLETOS	6000	350 X MILLAR	S/ 2,100
			<b>S/ 2,950</b>				<b>S/ 2,950</b>

ANEXO 12: Servicio de Computadora y Sistema de Facturación

Una empresa de la Corporación

**BIZLINKS**

Servicio de Facturación

**BIZLINKS**  
*enlazamos negocios*

Propuesta Comercial

**“ROYAL MX ROLLS PERU SAC”**

- MÓDULO DE INTEGRACIÓN -



### TÉRMINOS DE CONFIDENCIALIDAD

Por claras razones de índole comercial, puede resultar en perjuicio de **BIZLINKS S.A.C.** (en adelante **BIZLINKS**) el que las ideas, conceptos, precios, aplicaciones, planes de entrega y en general las soluciones contenidas en esta cotización sean conocidas por personas distintas a aquellas a quienes está dirigida.

Este documento es el resultado de un trabajo desarrollado por **BIZLINKS** y destinado exclusivamente para **“ROLLING ROLLS & CREPES”** (En adelante **EL CLIENTE o EMISOR**). Su contenido no debe ser revelado, duplicado, usado, o publicado total o parcialmente, fuera de su organización, o a cualquier otra empresa, sin una autorización expresa escrita de **BIZLINKS**.





## 1. ¿QUIÉNES SOMOS?


**BIZLINKS** es una empresa peruana que brinda **soluciones tecnológicas relacionadas a la cadena de abastecimiento** las cuales facilitan el intercambio de información entre empresas utilizando plataformas propias y seguras. Además; formamos parte de la corporación **ALIGNET**, un grupo empresarial peruano con más de 20 años en el mercado transaccional, brindando sus servicios a las principales empresas financieras y comerciales en más de 10 países


**FACTURACIÓN ELECTRONICA BIZLINKS** es un servicio líder en el mercado nacional, **brindando la más completa solución por ser una empresa 100% peruana, concedora de la realidad de los procesos de negocio en el Perú.**


## 2. ¿POR QUÉ ESCOGER EL SERVICIO FACTURACIÓN ELECTRONICA BIZLINKS?


- 


20 Años de experiencia en soluciones transaccionales, medios de pago, facturación electrónica
- 


5000 Clientes corporativos en 10 países
- 


15 Millones de transacciones al mes
- 


800 Empresas cuentan con nuestro servicio de facturación electrónica
- 

PSE Somos proveedores PSE certificados por SUNAT
- 

BD Único proveedor de servicios electronicos con Data Center propio y certificado
- 

100% Peruanos. Conocemos la realidad tributarios y los procesos de negocio del país.
- 

Solución diseñada estrictamente bajo los lineamientos establecidos por SUNAT y todos los documentos tributarios
- 

ERP Nuestra experiencia nos permite ofrecer soluciones flexibles para integrarnos con cualquier ERP o sistema comercial
- 

Equipo de profesionales y especialistas, para brindar asesoría integral y la mejor experiencia de servicio.

### 3. CLIENTES DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Contamos con más de 1,000 clientes en todo el Perú, entre ellos:



## 4. LA SOLUCIÓN – FACTURACIÓN ELECTRÓNICA BIZLINKS INTEGRACIÓN

### 4.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El **SERVICIO DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA BIZLINKS** es una solución tecnológica completa, robusta, flexible y configurable que facilita el intercambio de información tributaria y comercial entre EMISOR, RECEPTOR y SUNAT a través de canales seguros cumpliendo altos estándares de seguridad.

BIZLINKS ofrece **el servicio de facturación electrónica más completo del mercado**, a través de nuestra experiencia contamos con versiones de productos diseñados para los distintos negocios, según sus necesidades y requerimientos. Siendo nuestras soluciones las más flexibles para que cualquier ERP o sistema comercial se integre con nosotros.



Figura 01. Facturación Electrónica BIZLINKS – Actores y Enlace directo con SUNAT

### 4.2. SERVICIOS OFRECIDOS

**EL CLIENTE** puede adquirir cualquier servicio descrito a continuación:

**Facturación Electrónica – Emisión;** permite generar factura electrónica, transmitirlo a Sunat y a sus diferentes receptores, también cuenta con un servicio de notificación vía e-mail y habilita un portal web de consulta de estados, impresión y descarga.

**Facturación Electrónica – Recepción;** permite recibir facturas electrónicas de sus proveedores.

**Publicación de Estados de Factura;** permite publicar los estados de las facturas en un Portal Web de acceso exclusivo para sus clientes. (Opcional - Solicitar Propuesta).

#### 4.3. PROPUESTA ECONÓMICA – FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

##### CRONOGRAMA DE PAGO:

SERVICIO DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	TOTAL	
1. Integración con nuestra solución de Facturación y servicio de facturación Electrónica	S/. 3,000	S/. 1800 + IGV
2. Instalación de Componente de Firma Local; permite emitir sus comprobantes con la firma exigida por Sunat de forma local, soportando caída e intermitencias de internet, por tanto sus operaciones de facturación nunca se detienen.	S/. 0	
3. Personalización de factura	S/. 0	
4. Inclusión de logotipo y campos adicionales en plantilla estándar	S/. 0	
5. Mesa de ayuda y soporte de facturación electrónica	S/. 0	
6. Firma Digital ilimitada	S/. 0	
7. Actualizaciones de Sunat Incluidas	S/. 0	
<b>Opción 1: MANTENIMIENTO MANUAL FIJA</b>	S/. 150	
<u>Incluye:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Todas las Actualizaciones de Sunat incluidas.</li> <li>✓ Mesa de ayuda (Soporte) durante todo el año.</li> <li>✓ Resguardo de información durante 5 años (tiempo exigido por Sunat).</li> <li>✓ 1 año de información disponible en nube para consultas.</li> <li>✓ Exportación de la data a Excel.</li> <li>✓ Personalización de su factura.</li> <li>✓ Disponibilidad del servicio las 24 horas los 365 días del año.</li> <li>✓ Accesos a otros usuarios sin costos adicionales.</li> <li>✓ Accesos a sus clientes para consultas.</li> <li>✓ Notificación y envío de facturas a clientes.</li> <li>✓ Firma digital de documentos.</li> <li>✓ Mantenimiento de la plataforma.</li> </ul>		
<b>1° IMPLEMENTACIÓN</b>		
*Los precios son en soles y no incluyen IGV. *La forma de pago para "Emisión de Comprobantes Electrónicos" es la siguiente: - 50% a la aceptación de la propuesta. - 50% al finalizar la implementación de integración a la solución Bizlinks. *El primer pago es a 5 días de emitido la correspondiente factura.		
<b>2° LICENCIA MENSUAL</b>		
*Los precios son en soles y no incluyen IGV. *Pago mensual a partir del primer mes luego de culminado el proyecto ("Emisión de Comprobantes"). *El pago es a 05 días de emitido la correspondiente factura. La factura se emite cada fin de mes.		

#### 4.4. ALCANCE DEL SERVICIO:

DESCRIPCIÓN	
<b>IMPLEMENTACIÓN:</b>	<b>SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA QUE EL CLIENTE SE INTEGRE AL SERVICIO FACTURACIÓN ELECTRÓNICA BIZLINKS</b>
	Incluye: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilitar la solución para el uso del CLIENTE.</li> <li>- Habilitar el portal de facturación Bizlinks.</li> <li>- 1 Kit de Integración para un sistema emisor.</li> <li>- <u>2 a 3 meses</u> de gracia para que el CLIENTE realice sus adecuaciones e integración.</li> <li>- Servicio de Consultoría para que el CLIENTE se integre al Servicio de Facturación Electrónica a cargo de un consultor asignado.</li> </ul>
<b>LICENCIA:</b>	<b>USO, HOSTING Y MANTENIMIENTO DE LA SOLUCIÓN</b>
	Incluye: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Derecho de Uso de:</li> <li>- Solución: Facturación Electrónica BIZLINKS</li> <li>- Portal Web</li> <li>- Servicio de Hosting de la Solución y Portal Web en Data Center World Class</li> <li>- Servidores Dedicados</li> <li>- Administración de Aplicaciones (Sistema Operativo, Servidor Web, Correo Electrónico, Base de Datos, Servidor de Aplicaciones)</li> <li>- Gestión de Back Up de Información (hasta por 5 años)</li> <li>- Monitorización de Servidores y Aplicaciones</li> <li>- Gestión de Seguridad de Información (Firewall, Antivirus, Protección de Datos)</li> <li>- Infraestructura de Comunicación y Redes (Ancho de Banda, Comunicación con SUNAT, Portal Web)</li> </ul> Disponibilidad del Servicio Facturación electrónica 7x24. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solución Facturación Electrónica Bizlinks</li> <li>- Soporte Técnico: Mesa de Ayuda 5x8</li> </ul>

#### 4.5. CONSIDERACIONES:

Como parte de la implementación del servicio, Bizlinks brinda una documentación completa y acompañamiento para que el **CLIENTE** pueda integrarse a la solución a cargo de un Jefe de Proyecto asignado.

#### 4.6. IMPLEMENTACIÓN:

Habilitar la solución para el uso del **CLIENTE** y Emisión para 2 RUC sobre el mismo sistema emisor: Se realizan los trabajos necesarios sobre la solución para recibir los mensajes del módulo de facturación, asimismo, habilitar el portal web con soporte de hasta 2 RUC del **CLIENTE** que utilicen el mismo sistema emisor y tengan el mismo proceso de facturación. Incluye la instalación del certificado digital del **CLIENTE** para el proceso de firma digital del comprobante electrónico.

El proyecto considera el acompañamiento para que el **CLIENTE** realice su proceso de homologación de un **RUC**. En caso el **CLIENTE** requiera acompañamiento para la homologación

de **RUC** adicionales, debe solicitarlo a su consultor asignado para la evaluación de tiempo y costo.

1 Kit de Integración a un sistema emisor: se proveerá al **CLIENTE** toda la documentación necesaria para que el equipo técnico del **CLIENTE** pueda enviar la información requerida a la solución en un formato establecido por **BIZLINKS**.

También se proveerá un componente de envío el cual permite la integración con la solución. Este componente se instala y configura por única vez sobre un hardware (Puede ser virtualizado) y software base (Sistema operativo, base de datos, servidor de aplicaciones) con una configuración predeterminada (Capítulo de Responsabilidades del Cliente), por lo que es importante que el **CLIENTE** no realice ninguna modificación sobre el aplicativo, su configuración, hardware o redes para la comunicación con la solución. El componente de envío cuenta con una garantía mientras dure el periodo de meses de gracia.

Servicio de Consultoría para que el **CLIENTE** pueda integrarse al Servicio de Facturación Electrónica Bizlinks. Considera hasta 6 visitas en el mes, siempre que el **CLIENTE** se encuentre en Lima – Metropolitana. En caso el **CLIENTE** se encuentre fuera de Lima-Metropolitana, los costos de traslado, viáticos y hospedaje son por cuenta del **CLIENTE**. El soporte considera todas las consultas de parte del **CLIENTE** para que puedan integrarse a la solución. El equipo que estará brindando el soporte de consultoría considera un Jefe de Proyecto quien estará a cargo del **CLIENTE** hasta el pase a producción del servicio, además de un analista funcional y jefe de producto para las consultas que se presenten.

Se brinda una capacitación de hasta dos horas para el uso del portal de la solución.

El horario de soporte durante la integración del **CLIENTE** hasta el pase a producción es en horario de oficina (Lima-Perú).

**Observación: Opcional Recepción Factura Electrónica:**

En caso el **CLIENTE** lo solicite, se habilitará el proceso de recepción de facturas electrónicas. La implementación se realiza luego del proceso de homologación (emisión).

**Consideraciones**

**LICENCIA:**

Derecho de uso de la solución y portal web: El **CLIENTE** podrá usar la solución (incluido el componente de envío) y el portal web mientras esté vigente el contrato.

Servicio de Hosting de la Solución y Portal Web; la solución y el portal web se encuentran operando en un Data Center World Class, el cual tiene toda la infraestructura necesaria para la operación de Facturación Electrónica, comunicación con **SUNAT** y Notificaciones (e-mail) a los **RECEPTORES**.

Disponibilidad del servicio de facturación electrónica 7x24 (de los aplicativos y hardware en BIZLINKS). El **CLIENTE** puede utilizar el servicio de Bizlinks todos los días las 24 horas.

Gestión de resguardo y back up de la información (XML UBL y CDR) mientras dure el periodo de contrato.

Actualizaciones por normativas **SUNAT**.

Soporte Técnico: Mesa de Ayuda 8 x 5 para las consultas o incidencias que reporte el **CLIENTE** sobre el servicio de facturación electrónica. El soporte se brindará sobre una configuración predeterminada (hardware, software base y redes) para lo cual el **CLIENTE** debe brindar los accesos necesarios a sus ambientes. Se debe tener en cuenta las características del Hardware y Software base sobre el cual está instalado el componente de envío se indica en el capítulo de “Responsabilidades del Cliente”, estas no deben modificarse por el **CLIENTE**.

#### **OBSERVACIÓN:**

En caso el **CLIENTE** requiera horas o días adicionales de Soporte luego del periodo de proyecto, este tiene un costo de 150 soles por hora/hombre.

El pago del Concepto 2 – Transaccional, se consideran los documentos emitidos desde el **CLIENTE**: Facturas, boletas, Notas de crédito, Notas de débito, resumen diario de boletas, documentos anulados o dados de bajas.

Opcional: La EMPRESA debe adquirir su certificado digital por cada razón social que se integre al proceso de facturación electrónica (precio aproximado S/. 300 más IGV por año por Razón Social), o en su defecto puede utilizar el certificado de BIZLINKS sin costo, dado que somos PSE.

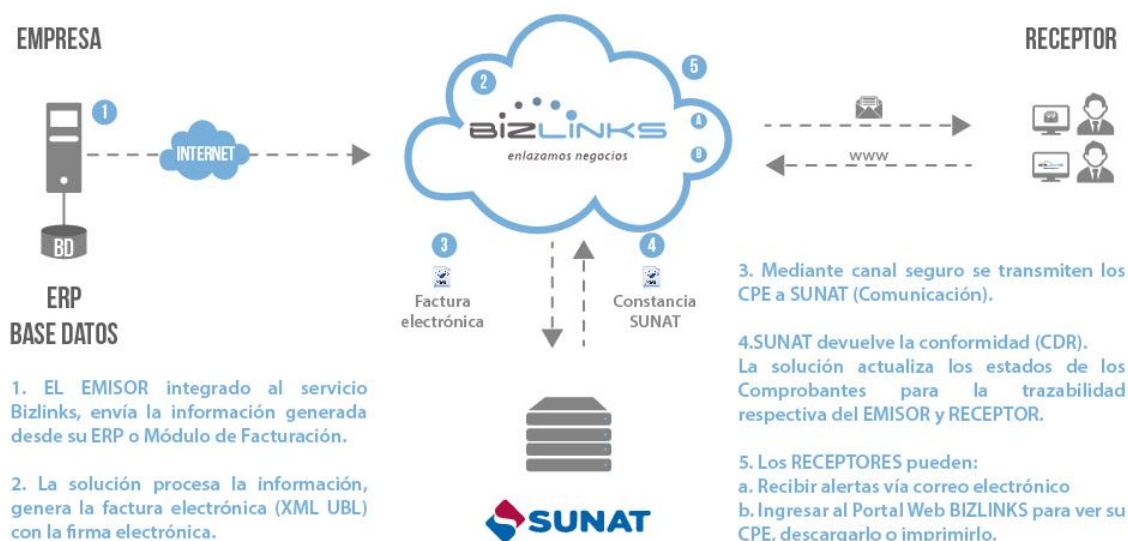
## **5. MODALIDADES DE IMPLEMENTACIÓN E INTEGRACIÓN - FACTURACIÓN ELECTRÓNICA EMISIÓN**

### **5.1. MODALIDADES DE IMPLEMENTACIÓN**

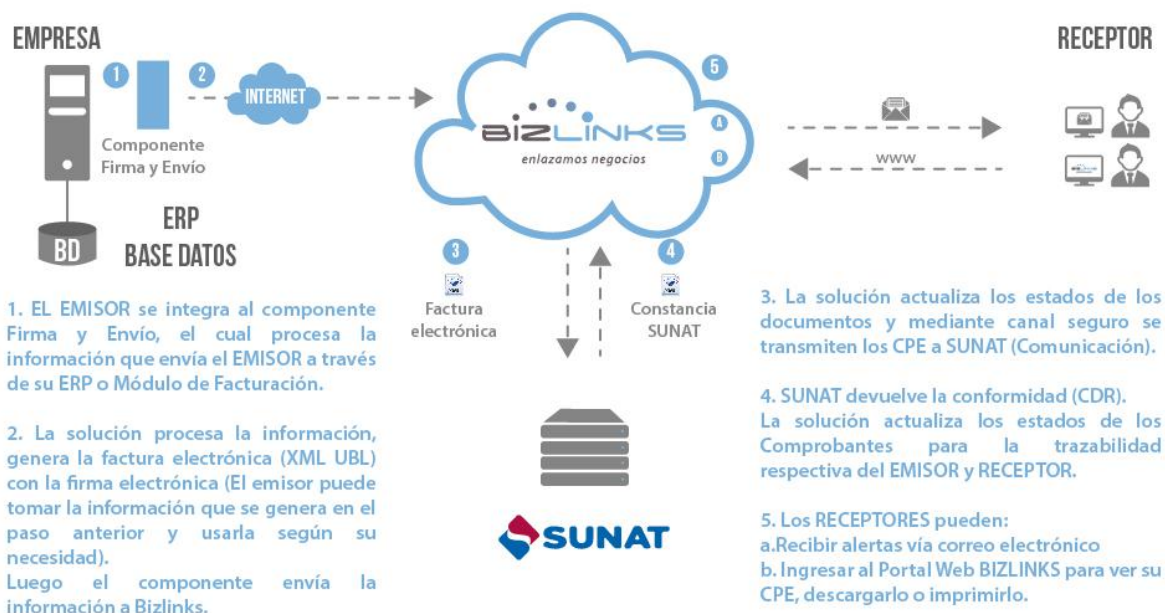
**Solución en Nube:** Se encuentra instalada y funcionando (Hosting) en un Data Center World Class en Lima-Perú propio y administrado por Bizlinks, el cual cumple con todos los requisitos de seguridad y confidencialidad (Somos proveedores de Visa Perú). El **CLIENTE** integra su **ERP** o módulo de facturación a la solución a través de internet y usa la solución para generar la factura



electrónica (XML UBL Sunat), enviarlo a Sunat y a sus receptores. En esta modalidad, el proceso de firma digital de la factura electrónica se realiza en la nube (Modelo: Software As a Service o Software como servicio).



**Solución Mixta:** Parte de la solución se instala y funciona en las instalaciones del **CLIENTE** (Componente firma) y el resto de la solución funciona en Bizlinks. El componente local genera la factura electrónica (XML UBL Sunat) con firma digital (XML UBL Sunat), luego se transmite los archivos a la solución en Bizlinks para actualizar los estados y posteriormente enviarlos a Sunat y a sus receptores. En esta modalidad el proceso de firma digital de la factura electrónica se realiza en los ambientes del CLIENTE.





## 5.2. MODALIDADES DE INTEGRACIÓN A LA SOLUCIÓN

**Web Service:** El **CLIENTE** se integra a la solución a través de una interface Web Service. Esta integración lo realiza el **CLIENTE** en base a una estructura de Bizlinks para lo cual se brinda la documentación necesaria parte de un kit de integración.

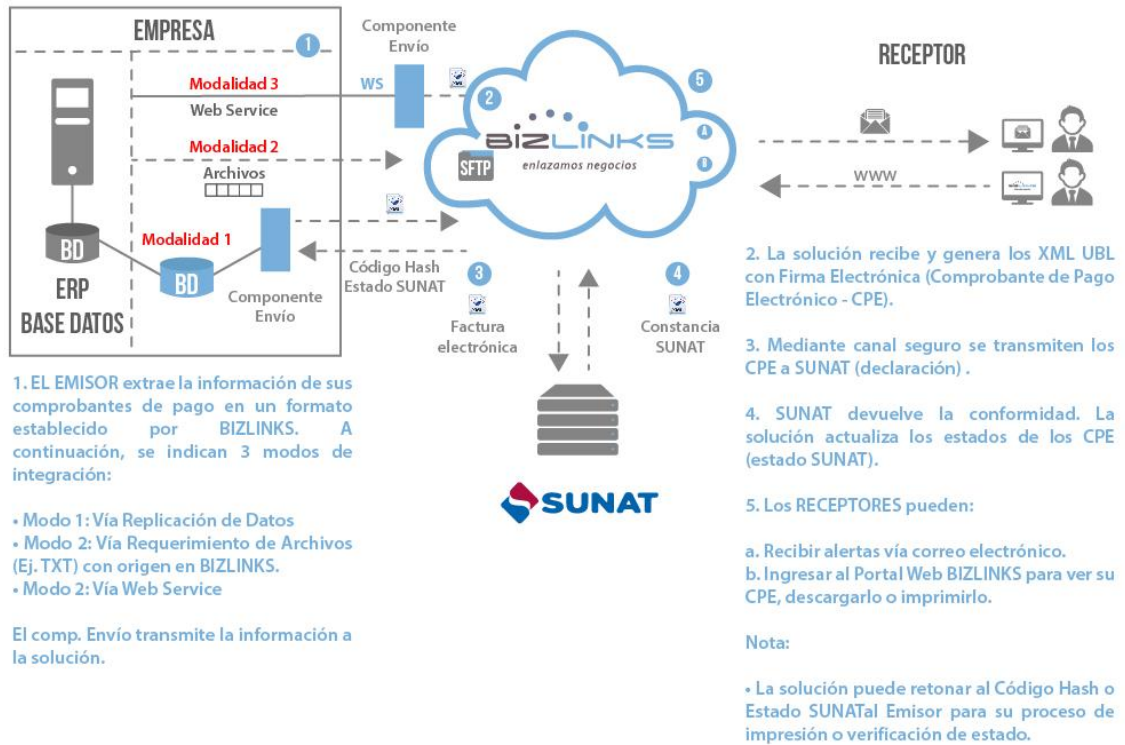
**Integración por Archivos Planos (.TXT):** El **CLIENTE** extrae la información de sus comprobantes de pago generados desde su módulo de facturación en una estructura .TXT definida por Bizlinks, luego deposita los archivos en una carpeta SFTP de uso exclusivo para el **CLIENTE**.

**Integración por Base de datos intermedia:** El **CLIENTE** extrae la información de sus comprobantes y lo guarda en una base de datos intermedia con una estructura definida por Bizlinks, luego el Componente de Envío lee la información de la base de datos intermedia y lo envía a la solución.

La solución procesa la información y genera el archivo XML UBL SUNAT (Comprobante electrónico) con firma electrónica, envía a SUNAT los comprobantes electrónicos. SUNAT responde con un código de respuesta (Archivo CDR XML), el cual es almacenado y resguardado por BIZLINKS. La solución notifica a los RECEPTORES vía correo electrónico y se habilita un portal web en modalidad 24x7 para la trazabilidad del proceso y que los usuarios (CLIENTE & RECEPTOR) puedan autoabastecerse de la información de sus comprobantes de pago.

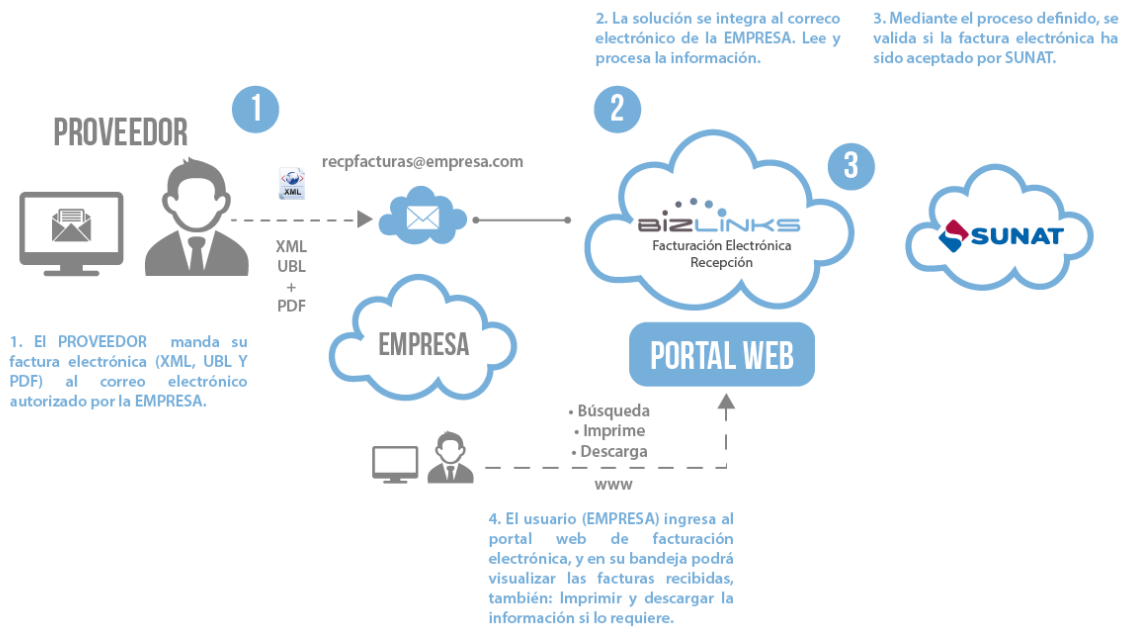
Desde el portal se puede: consultar los estados del documento y/o respuestas de SUNAT, descargar e imprimir los comprobantes de pago electrónicos (PDF, XML UBL). Toda la información se almacena por 5 años en disco (Back Up) para el CLIENTE y un año en línea para consulta de todos los usuarios.

La solución en BIZLINKS genera un modelo de representación impresa (PDF) del comprobante electrónico para todos los CLIENTES que utilizan la plataforma BIZLINKS (en el capítulo de funcionalidades se muestra el modelo representación impresa estándar).



### 5.3. MODALIDADES DE IMPLEMENTACIÓN E INTEGRACIÓN - FACTURACIÓN ELECTRÓNICA RECEPCIÓN

**Solución en Nube:** La solución funciona en el data center de Bizlinks. El **CLIENTE** recibe los comprobantes electrónicos (XML UBL y PDF) de sus Proveedores en un único correo electrónico (Administrado por el **CLIENTE**). La solución se integra al buzón electrónico del **CLIENTE**, lee la información, procesa y publica la información en un portal web de acceso exclusivo para el **CLIENTE**, permitiéndole realizar consultas de forma interactiva y de forma centralizada.



## 6. RESPONSABILIDADES DEL CLIENTE:

### 6.1. DEL EQUIPO DE TRABAJO E INFORMACIÓN

- ✓ El **CLIENTE** es responsable de asignar su equipo de trabajo técnico y funcional durante su integración al servicio.
- ✓ Designar al usuario clave quien tiene el conocimiento funcional o proceso de facturación para que pueda resolver las consultas funcionales de su equipo de técnico.
- ✓ Designar al usuario clave, desde el inicio de la integración al servicio, quien tiene el conocimiento técnico o proceso de facturación para que pueda realizar los trabajos de adecuación del ERP o Módulo de Facturación y enviar la información a la solución.
- ✓ Proporcionar oportunamente toda la información solicitada por **BIZLINKS** y las validaciones requeridas. Esta información o validaciones se solicitan oportunamente y los plazos se coordinan.

### 6.2. DE LAS ADECUACIONES A REALIZAR SOBRE EL ERP/MÓDULO DE FACTURACIÓN

Todo trabajo sobre el ERP o módulo de facturación y la integración del mismo a la solución es responsabilidad del **CLIENTE**, para esto contará con la asesoría o consultoría de parte de **BIZLINKS**, asimismo, el manual de integración constituye un documento importante el cual sirve como guía de integración para el **CLIENTE**.

Extraer la información de sus comprobantes de pago (Factura, boleta, nota de crédito, nota de débito, resumen de boletas, anulados o dados de baja) generados en su sistema en un formato estándar establecido por BIZLINKS, y enviarlo a la solución. Oportunamente se brindará el manual de integración donde se describe la estructura de la información a enviar.

EL CLIENTE es el responsable de realizar las pruebas de “casuísticas” de facturación de acuerdo a su giro de negocio, para ello utilizará el servicio que BIZLINKS coloca a su disposición.

EL CLIENTE es el responsable de generar toda la data necesaria para satisfacer las casuísticas que requiere SUNAT en el proceso de homologación. BIZLINKS brindará soporte al equipo del CLIENTE.

Autorizar formalmente a BIZLINKS quien será el encargado de realizar el proceso de firma digital y declaración a SUNAT.

### 6.3. DEL HARDWARE Y SOFTWARE BASE PARA EL COMPONENTE INTEGRADOR (SOLUCIÓN MIXTA)

Proporcionar en un plazo de dos semanas del inicio del periodo de gracia el servidor de desarrollo (Puede ser reutilizado para producción) para la instalación del componente de Envío con la siguiente configuración mínima (Esta configuración puede estar de forma virtualizada):

- ✓ Sistema Operativo Windows Server 2008 en adelante.
- ✓ Memoria 4 GB dedicado como mínimo.
- ✓ Almacenamiento en disco de al menos 500 GB libres si es compartido (Dependiendo del número de documentos a procesar).
- ✓ Procesador referencial mínimo: Intel Core i5 (2.5 núcleos mín 2.5 GHz).

Estas características pueden cambiar para el ambiente de producción según a la carga transaccional. Base de datos soportadas MSSQLServer 2005 en adelante, Oracle 11G, DB2, Postgress. El **CLIENTE** es responsable de las licencias de software base y SDK's necesarios. El **CLIENTE** debe configurar del Hardware y Software Base indicado en el párrafo anterior.

El **CLIENTE** debe brindar Acceso Remoto a su ambiente de pruebas/desarrollo y producción para monitorear la aplicación componente de Envío. De igual forma servirá para la actualización del componente cuando sea necesario previa coordinación con el **CLIENTE**.

Se recomienda que el **CLIENTE** mantenga por lo menos dos ambientes (pruebas/desarrollo y producción) de manera que la transmisión de comprobantes no se vea afectada frente a futuros cambios por SUNAT o Upgrade del componente.

Actualizar los correos electrónicos de sus **RECEPTORES** para que la solución pueda gestionar las notificaciones y accesos al Portal Web.

Garantizar óptimos ambientes sobre su ERP/Módulo de facturación, Componentes aplicativos, hardware y redes para una correcta funcionalidad del proceso de facturación electrónica (tales como electricidad, internet, UPS)

#### 6.4. DE LAS COMUNICACIONES

Garantizar el enlace de red entre los ambientes del **CLIENTE** y BIZLINKS. El ancho de banda es acorde a la cantidad de documentos que emitan en el mes y los tiempos de respuesta que requieran.

Habilitar la salida a internet entre su Site y BIZLINKS según el siguiente esquema:

- ✓ El **CLIENTE** debe contar con una IP pública estática.
- ✓ Esta IP pública es registrada en el firewall de BIZLINKS para darle el acceso al servicio de producción.
- ✓ El **CLIENTE** debe registrar en su firewall la IP pública de BIZLINKS, recibiendo información en el puerto 443, para el consumo del servicio de factura electrónica (Producción).
- ✓ La comunicación se realiza por medio de HTTPS (Protocolo web seguro).
- ✓ El **CLIENTE** debe configurar los certificados de confianza de BIZLINKS en su ambiente.

#### 6.5. OBSERVACIONES Y CONSIDERACIONES

Toda la información que se presenta en el presente documento sigue un estándar de **BIZLINKS**. La información del comprobante de pago del **CLIENTE** se representa según el formato de impresión que se indica en el capítulo de Funcionalidades de la Solución.

El alcance geográfico de la solución abarca las operaciones de **EL CLIENTE** en Perú con todos sus **RECEPTORES**.

Los trabajos de implementación responsabilidad de BIZLINKS se realizan en la ciudad de Lima-Metropolitana.

Todo requerimiento adicional a lo que se indica en la presente propuesta, podrá evaluarse y será presentado al **CLIENTE** una cotización con tiempos y costos. De ser aceptado la cotización por EL CLIENTE, los trabajos de implementación empezarán luego del periodo de gracia.

No se incluye capacitaciones fuera de lo establecido en la presente propuesta.

EL CLIENTE es responsable de comunicar a sus RECEPTORES que pueden visualizar sus documentos de pago en el Portal Web de la solución (URL de dominio Bizlinks)

**NOTA:** *Todo lo que no está mencionado explícitamente, no forma parte de la presente propuesta.*

## 7. FUNCIONALIDADES DE LA SOLUCIÓN Y PORTAL WEB

### 7.1. FUNCIONALIDADES DE LA SOLUCIÓN

Servicio de Emisión, Publicación en Portal Web y Envío de Información a SUNAT

Luego que el CLIENTE haya enviado a su información a la solución en un formato indicado por BIZLINKS, la solución realiza lo siguiente:

- ✓ **Proceso 1: Emitir** el CPE, genera el XML UBL SUNAT (Comprobante Electrónico con Firma Digital)
- ✓ **Proceso 2: Publicar** el CPE en el Portal Web de la Solución.
- ✓ **Proceso 3: Declarar** el CPE a SUNAT, transmitir los archivos XML UBL a SUNAT

La solución se puede realizar lo siguiente, según la configuración del CLIENTE:

Realizar el Proceso 1, 2 y 3 al mismo tiempo.

Realizar el Proceso 1, y luego los procesos 2 y 3 al mismo tiempo.

Realizar el Proceso 1 y 2 al mismo tiempo, y luego el Proceso 3.

Realizar el Proceso 1, luego el Proceso 2 y luego el Proceso 3, en momentos distintos.

#### **Nota:**

**CPE** = Comprobante de Pago Electrónico

## 8. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO:

La solución procesa (**Emitir**) la información de los siguientes tipos de comprobantes de pago:

- ✓ Facturas (En detalle).
- ✓ Boletas (En detalle).
- ✓ Resumen Diario de Boletas.
- ✓ Notas de Crédito (En detalle).
- ✓ Notas de Débito (En detalle).
- ✓ Resumen Documentos Dados de Baja o Anulados.
- ✓ Comprobante de Retención Electrónica.
- ✓ Comprobante de Percepción Electrónica.
- ✓ Guía de Remisión Electrónica.
- ✓ Factura Electrónica Negociable.
- ✓ Documentos Autorizados.

**Nota:**

Todos los tipos de documentos indicados son generados desde el ERP o Módulo de Facturación del CLIENTE en un formato establecido por BIZLINKS.

La solución procesa todos los tipos de documentos indicados según lo normado por SUNAT, es decir, genera los archivos XML UBL SUNAT firmados electrónicamente con el certificado digital del CLIENTE.

La implementación del proyecto considera salir a producción con la resolución SUNAT Vigente.

## **9. DECLARACIÓN DEL CPE O ENVÍO DE INFORMACIÓN A SUNAT**

A través de la solución se declaran los CPE a SUNAT, según su normativa.

Luego, SUNAT retorna una respuesta, (archivo CDR XML por cada documento enviado) en el que acepta o rechaza el CPE. Este archivo es resguardado por BIZLINKS en sus servidores (hasta por 5 años en back up). Asimismo, se actualizan los estados de los documentos en el Portal Web de la Solución para la trazabilidad del CLIENTE o RECEPTOR.

**Nota:**

El envío de la información a SUNAT no deberá ser mayor a 7 días calendario luego de haber sido generados en el ERP o Módulo de Facturación del CLIENTE.

## **10. NOTIFICACIÓN A LOS RECEPTORES**

De forma automática, luego que SUNAT haya aceptado el comprobante electrónico, a cada RECEPTOR le llegará una notificación para que ingrese al portal web de la solución y pueda visualizar su comprobante electrónico.



## 11. ACCESOS AL PORTAL WEB



### 11.1. Para los accesos por parte del CLIENTE (Emisor):

Se brindarán hasta 10 usuarios para que puedan ingresar al portal web y puedan consultar todas las facturas que hayan enviado a la solución.

Cada usuario contará con su respectiva contraseña.

### 11.2. Para los accesos por parte del RECEPTOR:

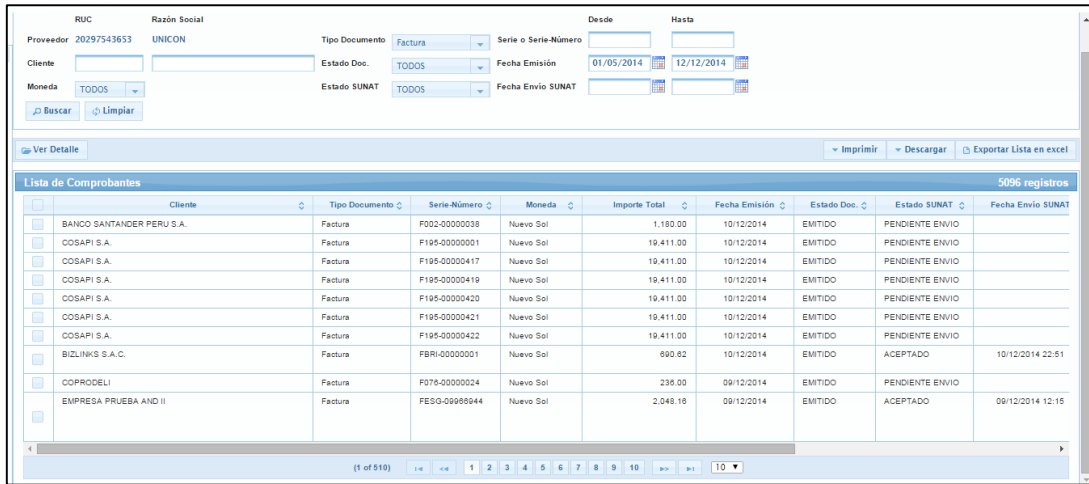
La solución genera de forma automática los usuarios y contraseñas para todos los RECEPTORES, en base a la información de correo electrónico brindado por el CLIENTE cuando envía la información de su comprobante a la solución.

Es importante indicar que cada RECEPTOR solo puede ver su información en el portal web.

### **Nota:**

El RECEPTOR que no cuente con USUARIO y PASSWORD para el ingreso al Portal, podrá acceder a éste vía “ingreso anónimo”, a través de una combinación de datos del CPE: “RUC del EMISOR”, “Tipo de Documento”, “Serie y Número de CPE”, “Fecha de Emisión” y “Monto Total”. El ingreso a través de éste método sólo le permitirá visualizar e imprimir/guardar (De forma directa) el CPE.

### 11.3. Consulta, Visualización, Descarga e Impresión



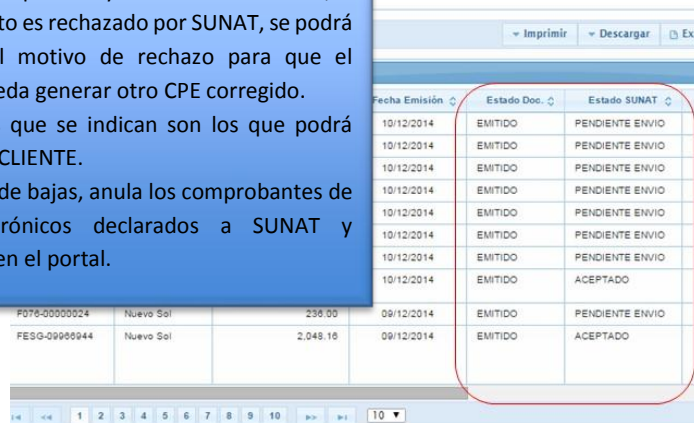
A través del portal web de la solución el **CLIENTE** puede:

Realizar búsquedas de todos sus comprobantes que haya enviado a la solución, según los filtros de búsqueda que se indican:



Consultar de forma general los estados de los comprobantes de pago (información histórica de un año)

- Nota:**
- (1) La solución, luego de recibir el CDR (código de respuesta), lo procesa y actualiza en el Portal, si el documento es rechazado por SUNAT, se podrá visualizar el motivo de rechazo para que el CLIENTE pueda generar otro CPE corregido.
  - (2) Los estados que se indican son los que podrá observar el CLIENTE.
  - (3) El resumen de bajas, anula los comprobantes de pago electrónicos declarados a SUNAT y publicados en el portal.



Fecha Emisión	Estado Doc.	Estado SUNAT
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
10/12/2014	EMITIDO	ACEPTADO
09/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO
09/12/2014	EMITIDO	ACEPTADO

Visualizar cada comprobante electrónico, para lo cual selecciona un comprobante de la grilla principal y hace click en “Ver Detalle”.



Imprimir la representación impresa (formato PDF) del comprobante electrónico. Puede imprimir uno por uno o por selección múltiple si selecciona toda la lista de comprobantes según la imagen anterior.



La representación impresa sigue una plantilla única estándar de BIZLINKS el cual se indica a continuación. Es importante señalar como valor agregado que la plantilla de impresión permite visualizar hasta 54 campos adicionales a los obligatorios indicados por SUNAT. En la sección “Información Adicional” de la plantilla se indican estos campos adicionales en caso el CLIENTE los use (información del negocio). La representación impresa ya incluye el código Hash (resultado del proceso de firma digital) tanto en código cifrado (resumen) como imagen en código de barras bidimensional, y el número de resolución SUNAT otorgado al CLIENTE.

**LOGO EMISOR**

Emisor Electrónico

TEL: 448-7848 / WEB: www.emisor.com  
AV. TOMAS MARIANO Nº 2813 INT. 603  
LIMA-LIMA-SANTIAGO DE SURCO  
Nombre/Razón Social: Adquiriente SAC

RUC: 20402885649  
Moneda: PEN - Nuevo Sol

Fecha Emisión: 12/09/2014  
Orden de Compra: 0001452826

RUC Nº 20100150736  
FACTURA  
ELECTRÓNICA  
FDEG-00000009

Item	Código	Descripción	Und.	Cantidad	V. Unitario	P. Unitario	Descuento	Valor Total	
1	1000001905	A02-Aumento en el valor DIFERENCIA DE PRECIO FACT.01-00107-0087494 DIFERENCIA DE PRECIO FACT.01-00107-0087494	ZZ	300.000	21.190	25.000000	444.92	6,357.00	
SIETE MIL QUINIENTOS UN SOLES CON VENTICINCO CENTIMOS									
							Op. Gravada	PEN	8,357.00
							I.G.V	PEN	1,144.25
							<b>IMPORTE TOTAL</b>	PEN	<b>7,501.25</b>
							<b>Total Descuentos</b>	PEN	<b>444.92</b>

Observaciones de SUNAT:  
La Factura numero FDEG-00000009, ha sido aceptada

Comprobante de Percepción - Venta Interna  
% Percepción: 0.02    Monto Percepción: 150.02    Base Imponible: 7,501.25    Total Factura: 7,651.27

Detracción  
% Detracción: 4.00    Monto Detracción: 53.96    Monto Detracción Referencial: 1368.08

Información Adicional

1	Condición de Venta	La sola recepción de este comprobante constituye la plena aceptación de las condiciones que esta contiene. El pago oportuno generará intereses.
2	Condición de Pago	C/000
3	Dirección de Entrega de Comprobante	AV. LOS ROSALES NO. 245
4	Fecha de Vencimiento	10/09/2014
5	Código Cliente	1000000259
6	Nro. Interno	3100877689

Autorizado a ser emisor electrónico mediante R.T. SUNAT N° 123456  
Representación impresa de la Factura Electrónica, consulte en <https://www.afepu.com/afepu>

Código de Seguridad (Hash): TsSpoeQipfOLSn6AYeBtuEnfjS8=

Activar  
Ir a Configuración

CAMPOS CABECERA		
N°	CAMPO	DESCRIPCIÓN
1	Logo	Logo de la empresa Emisora (EL CLIENTE)
2	Razón social del Emisor	Razón Social de la empresa Emisora
3	Dirección del Emisor	Dirección de la empresa Emisora
4	RUC del Emisor	Registro Único del Contribuyente del Emisor
5	Razón Social del adquiriente	Razón Social de la empresa adquiriente
6	RUC del adquiriente	Registro Único del Contribuyente del Adquiriente
7	Fecha de Emisión	Fecha de emisión del comprobante de pago
8	Moneda	Moneda en el que se emite el comprobante de pago.
9	Documentos referenciados	Orden de Compra o Guía de Remisión
10	Serie y Número	Identificador del comprobante de pago
11	Campos Adicionales	Campos adicionales a la factura tales como: Monto total en letras del comprobante de pago o Leyendas particulares estipuladas por SUNAT. Aquí la empresa Emisora podrá agregar hasta 30 campos relacionados al comprobante de pago según lo solicite.
12	Sub Total	Monto subtotal del comprobante pago
13	Descuentos	Monto del Descuento global del comprobante de pago.
14	IGV, ISC	Impuestos relacionados al comprobante de pago
15	Total	Monto Total del comprobante de pago
16	Observaciones	Comentarios y/o observaciones de SUNAT respecto a la declaración del comprobante de pago.
17	Comprobantes Adicionales/Relacionados	Comprobantes adicionales especificados en el comprobante de pago tales como: Detracción, Bonificación, Percepción o Retención
18	Código de Seguridad	Valor resumen (hash) del comprobante de pago
19	Código de barras	Código de barras en formato PDF417
20	Ítem	Número del ítem
21	Código	Código del producto/servicio
22	Descripción	Descripción del producto/servicio

CAMPOS CABECERA		
N°	CAMPO	DESCRIPCIÓN
23	Unidad	Unidad de Medida del producto/servicio
24	Cantidad	Cantidad vendida del producto/servicio
25	Valor Unitario	Valor Unitario del producto/servicio (Sin IGV)
26	Precio Unitario	Precio Unitario del producto/servicio (Con IGV)
27	Descuento Total	Descuento del ítem del producto/servicio
28	Valor Total	Valor Total del ítem del producto/servicio.

**Nota:**

La solución puede retornar el código hash (cifrado), para que el CLIENTE pueda tomar el dato y a partir del cual pueda generar su propio formato de representación impresa. En este caso el cliente puede imprimir su formato para el CLIENTE (modelo retail por ejemplo), y también a través del portal se genera el formato impreso modelo Bizlinks (para todo aquel que desee consultar su comprobante desde el portal)

Descargar la información del comprobante electrónico: XML UBL SUNAT, Representación impresa, CDR XML (respuesta de SUNAT). Se descarga un archivo .zip o .rar que contiene todos los archivos indicados. El CLIENTE puede descargar la información por cada comprobante o realizando selección múltiple.



	Fecha Emisión	Estado Doc	Estado SUNAT	Fecha Envío SUNAT
180.00	10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO	
111.00	10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO	
111.00	10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO	
111.00	10/12/2014	EMITIDO	PENDIENTE ENVIO	

A través del portal web se puede realizar un control estadístico de toda la información enviada a la solución y SUNAT, según como se indica en el cuadro.



Tipo	Total Emitidos	Total Enviados a Sunat	Aceptados	Rechazados	Pendientes de Envío	Anulados	Visualizados	Emisidos	Anulados
Factura	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Boleta	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nota de Crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nota de Débito	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resumen Boletas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resumen Bajas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Nota:

Los RECEPTORES podrán ingresar y utilizar las funcionalidades descritas en este capítulo:

Siempre que cuenten con usuario y contraseña, luego que los comprobantes electrónicos hayan sido enviados y aceptados por SUNAT.

Todo lo que no está mencionado explícitamente, no forma parte de la presente propuesta.

## ANEXO N° 1

### ALIGNET

#### 1. Presentación de la Empresa

ALIGNET es una empresa peruana que tiene más de 20 años en el mercado, y se especializa en brindar soluciones tecnológicas innovadoras y de valor, con una marcada diferenciación de sus servicios, basada principalmente en la flexibilidad de sus soluciones y agilidad para adaptarse a los requerimientos específicos de cada cliente y el cumplimiento de altos estándares de seguridad y operación de sus servicios.

Mediante la consolidación de una alianza tecnológica con Visanet Perú, Mastercard y American Express, ALIGNET se ha focalizado en el desarrollo de soluciones para el segmento de medios de pago principalmente en comercio electrónico, brindando sus servicios a más de 45 empresas del sector financiero en el Perú y en 9 países de la región.

ALIGNET cuenta con una gama aplicaciones propias basadas en la nube, las cuales cumplen con altos estándares de seguridad, confidencialidad y alta disponibilidad en la transferencia de información, lo cual garantiza la operatividad de las operaciones de cualquier entidad, respaldados además por sus altos estándares de desarrollo de sus productos, los cuales cumplen con protocolos de seguridad tales como 3D-Secure, propios de VISA Int., Mastercard y American Express (la cual sirve para realizar pagos por internet de forma segura con tarjetas de crédito y débito), asimismo, los productos de ALIGNET cumplen los altos estándares tipo PCI DSS, el cual ayuda a las organizaciones que procesan, almacenan y/o transmiten datos de tarjetahabientes (o titulares de tarjeta), a asegurar dichos datos, con el fin de prevenir los fraudes que involucran tarjetas de pago débito y crédito.

## 2. Principales Servicios

A continuación se indican algunos de los servicios de ALIGNET



### Presencia en la Región

Nuestros Principales Clientes:

#### **Perú**

- ✓ Visanet del Perú
- ✓ Banco de Comercio
- ✓ Unibanca
- ✓ BBVA Continental
- ✓ Interbank
- ✓ Banco de Crédito - BCP
- ✓ BANBIF
- ✓ Banco Financiero
- ✓ Scotiabank
- ✓ Procesos MC
- ✓ Banco Falabella
- ✓ Banco de la Nación
- ✓ Mibanco
- ✓ Cencosud
- ✓ HSBC

#### **Panamá**

- ✓ CITI Panamá
- ✓ HSBC
- ✓ MultiBank
- ✓ Metrobank

#### **Guatemala**

- ✓ Banco Industrial

#### **Colombia**

- ✓ Redeban
- ✓ Credibanco

#### **Ecuador**

- ✓ Pacificard
- ✓ Banco de Guayaquil
- ✓ Produbanco
- ✓ Banco del Austro
- ✓ Banco de Pichincha
- ✓ Banco Bolivariano
- ✓ Banco Internacional
- ✓ Banco de Machala

#### **Uruguay**

- ✓ Visanet Uruguay
- ✓ Sistarbank
- ✓ BROU

#### **Costa Rica**

- ✓ CITI Costa Rica
- ✓ Banco Nacional CR
- ✓ Versatec

#### **Chile**

- ✓ Transbank

#### **México**

- ✓ PROSA
- ✓ HSBC
- ✓ Banco Azteca
- ✓ E-Global
- ✓ Ixe Banco
- ✓ Banbajío
- ✓ Multiva
- ✓ INVEX

#### **Nicaragua**

- ✓ Versatec



## ANEXO N° 2 CERTIFICACIONES

**1<sup>st</sup> SECURE IT**  
When compliance is not enough

Certificate of Compliance

**This is to certify that ALIGNET S.A.C. has completed an onsite PCI DSS Report on Compliance (ROC) and has been found PCI compliant per the PCI Security Standards, as set forth by the Payment Card Industry Security Standards Council and endorsed by the major payment brands.**

Based upon the information validated by the 1<sup>st</sup> Secure IT auditor and provided by the entity regarding their policies, procedures and technical systems that store, process and/or transmit cardholder data and the ASV scans of those systems, the Entity has satisfactorily met the requirements of PCI DSS and has been issued a passing Report on Compliance. No other guarantees are given.

In the event the entity is required to show validation of PCI DSS compliance, the entity should show this certificate along with their Attestation of PCI Compliance. PCI Compliance is a point in time Certification and it is the entity's responsibility to maintain current and on-going PCI DSS compliance. Additionally, current ASV scan reports should be kept with this certificate of compliance.

1<sup>st</sup> Secure IT LLC makes no representation or warranty to any third party as to whether entity's systems are secure or protected from attack and/or breaches, or whether cardholder data is at risk of being compromised. 1<sup>st</sup> Secure IT LLC accepts no liability to any third party in the event of loss or damage of any description, caused by any failure in or breach of entity's security. This certificate is for the sole purpose of identifying compliance and can not be used for any other purpose.

**Abelardo Rodrigues, CISSP, PCI QSA**

**Awarded To:**  
**ALIGNET S.A.C.**

**Address & Data Center:**  
Casimiro Ulioa 333, Miraflores  
Lima - Peru

**Business:**  
Payment Solutions for e-Commerce

**Date of Onsite Audit:**  
November 2013

**Date of Next Audit:**  
September 2014

**Scanning Tool:**  
McAfee Secure

**Contact:**  
Vicente Huaylla  
Vicente.huaylla@alignet.com

**Certificate Number:**  
131121B

### Visa's Global Registry of Service Providers

As Of Mar 24, 2014

---

**PCI DSS Validated Service Providers**

Service Providers that store, process or transmit cardholder data must be registered with Visa and demonstrate PCI DSS compliance. Annual PCI DSS compliance validation is required for all Level 1 and Level 2 service providers. Inclusion on the registry indicates only that the service provider (Level 1) successfully validated PCI DSS compliance with an on-site assessment, based on the report of an independent Qualified Security Assessor (QSA) and has met all applicable Visa program requirements\*.

**Visa Third Party Agent Program (Independent Sales Organizations / Encryption Support Organizations)**

Third Party Agents that perform solicitation activities (ISO) or perform ATM support activities (ESO), without touching cardholder data, must be registered with Visa. Inclusion on the registry indicates only that the service provider successfully completed registration with Visa(2).

\*The companies listed were validated as being PCI DSS compliant by a QSA as of the "VALIDATION DATE (1)". Service providers are required to revalidate their compliance to Visa on an annual basis, with the next annual Attestation of Compliance (AOC) due to Visa one year from the "VALIDATION DATE". Entities are listed in each Visa region where they have been registered by at least one client, including AP - Asia Pacific, CEMEA - Central Europe / Middle East / Africa, LAC - Latin America / Caribbean, CAN - Canada, U.S. - United States. Visa clients are responsible for and are required to use compliant service providers and to follow up with service providers directly if there are any questions about their compliance status. Visa clients are liable for the service providers they use. Visa Inc. publishes this listing based on information provided by the service provider. This listing does not replace the due diligence responsibilities for members who are required to conduct their own risk assessment for service providers. Visa Inc. accepts no responsibility for the accuracy of the information provided. Visa has no duty to clients, merchants, processors or other third parties to obtain or review reports from any party required to submit a report. Visa is not responsible to any party for the timeliness, accuracy or completeness of any report. Visa does not endorse the service providers or their business processes or practices. Visa has sole discretion to include or exclude entities on this list.

(1)PCI DSS assessments represent only a "snapshot" of security in place at the time of the review, and do not guarantee that those security controls remain in place after the review is complete. These reviews did not cover proprietary software solutions that may be used or sold by these service providers.

(2)Currently listing ISOs and ESOs in the Americas only.

Company	Valid Through Date	Services Provided	Validation Type	Assessor Company	Region of Operation
Alignet S.A.C. www.alignet.com LIMA,PERU	30-Sep-2014	ACS Service: VbV / ACS	ACS	Payment Software Company	GLOBAL
Alignet S.A.C. www.alignet.com LIMA,PERU	31-Dec-2014	PCI DSS Service: 3-D Secure Hosting Provider Fraud and Chargeback Services Other Payment Gateway/Switch Payment Processing - Internet	PCI DSS	1st Secure IT	LAC
Alignet S.A.C. www.alignet.com LIMA,PERU	NOT APPLICABLE	VISA TPA PROGRAM (ISO-C) Service: Cardholder solicitation, application processing, customer service	VISA TPA PROGRAM (ISO-C)	NOT APPLICABLE	LAC
Alignet S.A.C. www.alignet.com LIMA,PERU	NOT APPLICABLE	VISA TPA PROGRAM (ISO-PP) Service: Entity's primary function is to solicit businesses to sell, activate or load prepaid cards	VISA TPA PROGRAM (ISO-PP)	NOT APPLICABLE	LAC

ANEXO N° 3

**ESPECIFICACIONES DE DATA CENTER**

- ✓ Data Center World Class
- ✓ Sun Tone Certified DataCenter
- ✓ Preparado para soportar un terremoto grado 8 en la escala Richter
- ✓ UPS – Modalidad 1+1
- ✓ Sistema de Climatización
- ✓ Concepto “Pasillo Frio – Pasillo Caliente”
- ✓ Sistema alerta temprana contra incendios. Mecanismo de extinción de incendios del agente FM-200
- ✓ Sistema de seguridad y control de accesos a las instalaciones. Video Vigilancia. Sensor de movimientos. Otros
- ✓ 99% de disponibilidad
- ✓ Servicio 24 X 7 los 365 del año
- ✓ Protocolo Redundancia N + 1
- ✓ Ruteo dinámico (BGP)
- ✓ Certificación C3 de Seguridad
- ✓ Seguridad de la Información
- ✓ Certificación PCI

Certificaciones:

	<p>Norma ISO 9001. Hemos cumplido satisfactoriamente con el proceso de certificación de calidad de la prestación del servicios de Advanced Security Testing.</p>
	<p>Lead Auditor ISO 27001. Hemos cumplido satisfactoriamente con el proceso de certificación ISO 27001 para la gestión de la seguridad de la información.</p>
	<p>Hemos cumplido satisfactoriamente el proceso de Certificación Hosting Partner de SAP en Chile, Colombia y Perú. Este programa ha sido desarrollado por SAP con el objetivo de garantizar que los partners que forman parte de él, cuenten con los elementos (procesos, skills, soporte ante problemas, acceso a la información, etc.) necesarios para brindar un servicio con u alto nivel de calidad de sus clientes.</p>
	<p>Nuestras instalaciones de Bogotá, Buenos Aires, San Pablo y Santiago de Chile cuentan con la certificación SAS70. Estamos en proceso de actualización de los tres últimos a ISAE 3402.</p>

## ANEXO N° 4

## CERTIFICADOS POR SUNAT

**SUNAT**

INTENDENCIA LIMA

RESOLUCIÓN DE INTENDENCIA

N° 034-005-0004781/SUNAT

Lima, 01 de febrero de 2016.

Vista la Solicitud de Autorización para la inscripción en el Registro de Proveedores de Servicios Electrónicos N.° 1225498650023 de fecha 26/01/2016 presentada por el contribuyente BIZLINKS S.A.C. con RUC 20478005017, y domicilio fiscal en Av. Casimiro Ulloa N° 333 Urb. San Antonio, en el distrito de Miraflores.

**CONSIDERANDO:**

Que, mediante Resolución de Superintendencia N°199-2015/SUNAT se crea el Registro de Proveedores de Servicios Electrónicos en el que deben inscribirse los sujetos que deseen prestar servicios a emisor electrónico, para la realización –en nombre de éste – de alguna o todas las actividades inherentes a la modalidad de emisión electrónica.

Que, de acuerdo con lo señalado en el artículo 4° de la referida Resolución, los contribuyentes deberán presentar una solicitud de autorización para poder inscribirse en el Registro.

Que, conforme a lo establecido en el artículo 5° de la resolución mencionada anteriormente, el contribuyente deberá cumplir con determinadas condiciones a efectos de obtener la autorización.

Que, habiéndose evaluado lo solicitado, se concluye que el contribuyente **cumple** con las condiciones previstas en la normatividad vigente.

En uso de las facultades conferidas por el Decreto Legislativo N.° 501 - Ley General de la SUNAT y por el Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, aprobado por Resolución de Superintendencia N.° 122-2014/SUNAT y modificatorias, Resolución de Superintendencia N.° 097-2012/SUNAT y modificatorias, en ejercicio de la facultad de delegación de firmas señalada en el artículo 72° de la Ley del Procedimiento Administrativo General - Ley N.° 27444.

**SE RESUELVE:**

**Artículo 1°.-** Declarar **PROCEDENTE** la solicitud de autorización N.° 1225498650023 para pertenecer al Registro de Proveedores de Servicio Electrónicos

Regístrese, notifíquese y comuníquese.



EDITH MARCELA VARGAS VALDIVIEZO  
Gerente de Operaciones Especiales contra la Informalidad (e)  
INTENDENCIA LIMA

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

\***CPE:** Comprobante de Pago Electrónico (factura, boleta, etc).

\***CDR:** Código de Respuesta enviado por SUNAT que indica si un documento fue aceptado o rechazado.

\***Data Center:** Se denomina centro de procesamiento de datos o bien "de proceso de datos" (CPD) a aquel espacio donde se concentran los recursos necesarios para el procesamiento de la información de una organización. Es un edificio o sala de gran tamaño usada para mantener en él una gran cantidad de equipamiento informático y electrónico. Suelen ser creados y mantenidos por grandes organizaciones con objeto de tener acceso a la información necesaria para sus operaciones.

\***Emisor:** usuario o empresa que emite el comprobante electrónico.

\***Proceso de Homologación:** Es el proceso que permite verificar a manera de ensayo si los documentos generados por el contribuyente son enviados, cuando corresponda, a través del servicio web y si cumplirían con lo requerido para tener la calidad de comprobantes de pago electrónicos, notas electrónicas, resumen diario y comunicación de baja.

\***PSE:** Proveedor de Servicio Electrónico.

\***Receptor:** usuario o empresa que recibe el comprobante electrónico.

\***XML UBL:** archivo con firma digital que es enviado a SUNAT.