



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
Laureate International Universities®

**FACULTAD DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTELERÍA FINA EN LA
CIUDAD DE TRUJILLO**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO EN LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

María Alexandra Rodríguez Chávez

ASESOR

María Eugenia Alfaro Sanchez

Trujillo – Perú

2011



Capítulo I

1.1 Resumen Ejecutivo

La ciudad de Trujillo, cuenta con un sector socioeconómico A, B del 10, 3 %, según el último estudio realizado por Apeim, siendo este el mercado al que nos queremos dirigir, Ahora los consumidores se han vuelto más exigentes en cuanto a la calidad y servicio que reciben.

Esta empresa nace ya hay aún un mercado que no se encuentra satisfecho con las empresas que existen, y esto se convierte en una oportunidad para Dushè.

Dushè es una empresa con un concepto distinto de cafetería no visto antes en Trujillo donde se mezcla el confort, la calidad, y la innovación, que toma el nombre de pastelería fina.

Se entiende como pastelería fina al servicio amplio de panadería, pastelería de alta calidad, donde se pueda tomar desayunos, disfrutar de jugos, te, cafés, sándwiches fríos y calientes, además de la opción de elegir el pan e ingredientes que desee para la elaboración de su sándwich.

Cabe recalcar que actualmente no existe ninguna empresa en el mercado local que brinde un servicio igual al servicio antes mencionado, esto será una ventaja competitiva para el proyecto.

Al mercado que me dirijo son las personas de 20 a 55 años de edad del distrito de Trujillo y distrito de Víctor Larco que pertenezcan al nivel socioeconómico AB, que suelen acudir a las cafeterías.

Teniendo como mercado potencial a las personas que acuden dos a más veces por semana a las cafeterías de la ciudad de Trujillo que está representada en 1, 483,802 teniendo como mercado efectivo al mercado a un 66 % del mercado potencial ya que estas son las personas que si usarían mi servicio cuando este se encuentre en marcha.

Finalmente, para efectos del presente proyecto y teniendo en cuenta nuestra capacidad instalada podremos atender a un mercado objetivo que asciende al 30 % del efectivo, lo que significa 300,344 personas al año.

Para la sostenibilidad del negocio y recordación de marca se harán uso de diferentes estrategias de marketing y alianzas estratégicas.

Finalmente; se concluye que este proyecto es rentable, teniendo en cuenta el COK de 17.13 % dando como resultado los siguientes indicadores financieros: VANE S/. 3, 232,775.06 y TIRE 98.87%.



1.2. Abstract

The city of Trujillo has a socio-economic sector A, B, 10, 3%, according to the latest survey by APEIM, which is the market we want to lead; now consumers have become more demanding about the quality and service they receive.

This company was founded as a market is still not satisfied with the companies that exist, and this becomes an opportunity for Dusan.

Dush is a company with a different concept of cafeteria not seen before in Trujillo where it mixes comfort, quality and innovation, which takes the name of fine pastry.

Thin pastry is understood as comprehensive service bakers' high quality, where you can take breakfast, enjoy juices, tea, coffee, hot and cold sandwiches, plus a choice of bread and ingredients you want to develop your sandwich.

It should be noted that currently there is no company in the local market that provides a service to the service as mentioned above, this will be a competitive advantage for the project.

I turn to the market is people 20 to 55 years of age in the district of Trujillo and Victor Larco district belonging to the AB socio-economic level, which usually go to the caferías.

Taking as a potential market for people who come two or more times per week at the cafes in the city of Trujillo, which is represented by 1, 483.802 having effective market as a market to 66% of the potential market as these are the people who whether they would use my service when it is running.

Finally, for purposes of this project and taking into account our production capacity can meet a target that is 30% cash, which means 300.344 people per year.

For the sustainability of the business and brand recall will use different marketing strategies and strategic alliances.

Finally, we conclude that this project is profitable, taking into account the COK of 17.13% resulting in the following financial indicators: VANE S/. 3, 232,775.06 y TIRE 98.87%.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo II



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

1.3. Nombre de la Empresa y Marca Distintiva

Pastelería fina:

- DUSHÉ EIRL

1.4. Concepto del Negocio

Un concepto distinto de cafetería no visto antes en Trujillo donde se mezcla el confort, la calidad, y la innovación, que toma el nombre de pastelería fina. Una empresa dedicada al servicio amplio de panadería, pastelería de alta calidad, donde se pueda tomar desayunos, disfrutar de jugos, te, cafés, sándwiches fríos y calientes, además de la opción de elegir el pan e ingredientes que desee para la elaboración de su sándwich; dirigido a personas de clase media y alta. Complementando con el servicio que se brindará en el local, se añadirá una página web donde los clientes tengan opciones como: crear sus sándwiches, separar mesas, crear paquetes de comida, delivery, entre otras cosas más.

1.5. Sector – Industria

Según el código 55205 del CIIU nos ubicamos en la actividad económica de Restaurantes, bares y cantinas.

1.6. Justificación

Haciendo un análisis en esta empresa una gran oportunidad ya que la ciudad de Trujillo aún no cuenta con una empresa, que ofrezca un servicio igual al que voy a ofrecer.

Es por esto que creo que mi empresa tiene la oportunidad de crecer ya que ofrezco un servicio distinto, no antes visto en Trujillo con productos innovadores y atractivos.

La población trujillana está adoptando un comportamiento más exigente a la hora de consumir un producto.

Es una empresa que se encuentra en el segmento de pastelería fina aun no establecida en Trujillo con el mejor servicio y una variedad de productos por ejemplos: pasteles y postres, panes, cafés, jugos, sándwiches fríos y calientes, jamones, quesos, donde no encontraras lo tradicional.

La primera empresa que brindará un servicio diferente, completo, ideal y de alta calidad, posicionándonos en la mente de nuestros clientes y consumidores.

Existen personas creativas, que disfrutan elaborando y diseñando sus propias comidas, esto hará de que nuestros posibles consumidor se sientan identificados con la empresa.

1.7. Posibles Barreras de Entrada y Salida

No contamos el financiamiento necesario para llevar a cabo el proyecto.

La falta de conocimiento del rubro.

La dificultad de traer productos de importación de Lima

Producto totalmente innovador, que puede originar un lento crecimiento en las ventas.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Difícil venta de Hornos, equipos, maquinarias por una posible liquidación.

1.8. Objetivos del Estudio

- Llegar a satisfacer de manera óptima a nuestros posibles clientes.
- Llegar a posicionarnos en la mente de los posibles clientes por medio del uso de herramientas de publicidad.
- Obtener una rentabilidad no menor al 20 %.
- Optimizar los procesos.
- Obtener aceptación del mercado al que nos dirigimos.

1.9. Horizonte de Evaluación

El horizonte de evaluaciones del proyecto será de 5 años ya que creemos conveniente analizar la oferta y la demanda durante ese periodo de tiempo.

1.10. Cronología del Proyecto

A continuación se presentara un diagrama de Gantt donde se mostrara el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un período total del proyecto antes de que este se ponga en marcha.

ACTIVIDAD	FASES DE OPERACIÓN									
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	
Estudio de prefactibilidad	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Verificación del terreno							■			
Contrato de alquiler terreno							■			
Construcción de bases							■	■		
Construcción de estructura								■	■	■
Busqueda en registros publicos y constitución de la empresa										
Prestamo bancario							■			
Compra de Activos Fijos.								■	■	
Compra de menaje.								■		
Instalación de muebles y equipos.									■	■
Solicitud y aprobación de licencia de funcionamiento para el taller									■	■
Selección y contratación de personal								■	■	■
Capacitación de personal									■	
Anuncio publicitarios municipales.										■
Publicidad									■	■
Decoracion									■	■
Compra de materia prima										■
Llegada de materia prima										■

1.11. Ejecutores

Los ejecutores de este proyecto son:

María Alexandra Rodríguez Chávez.

Bachiller en Administración de la Universidad Privada del Norte.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo III

Estudio de Mercado



3.1. Análisis del Entorno

3.1.1. Macro Entorno

3.1.1.1. Factores Legales

LEY MYPES

Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa; Mediante Decreto Supremo N° 007-2008-TR, publicado el 30 de setiembre de 2008, se aprobó el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

Diferencia entre micro y pequeña empresa:

Micro Empresa:

- Hasta 10 trabajadores.
- Ventas anuales hasta 150 UIT'S

Pequeña Empresa:

- Hasta 100 trabajadores.
- Ventas anuales hasta 1700 UIT'S.

Beneficios para los trabajadores:

Micro Empresa:

- Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada de trabajo 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo.
- Descanso vacacional 15 días calendario.
- Seguridad social en salud a través de SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD).
- Pensión social.
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (Con un tope de 90 días de remuneración).

Pequeña Empresa:

- Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada de trabajo 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Descanso vacacional 15 días calendario.
- Seguridad social en Salud a través de ESSALUD.
- Pensión de AFP u ONP.
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios.
- *Seguro de vida y complementario de trabajo de riesgo (SCTR)*
- *gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)*
- *Participación en las utilidades de la empresa.*
- *Compensación por tiempo de servicio (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicios con tope de 90 días de remuneración.*

Beneficios de las MYPES:

- Constitución de empresas en línea en solo 72 horas.
- Acceso al mercado financiero.
- Crédito para la Micro y Pequeña empresa.
- Depreciación acelerada para las pequeñas empresas.

A. CONSTITUCIÓN DE UN EIRL.

Una EIRL o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad de una sola persona, quien a su vez se constituye en Titular de la Empresa.

La responsabilidad de la Empresa está limitada al patrimonio de la EIRL, El Titular de la Empresa no responde con su patrimonio personal ante alguna obligación de la Empresa. Puede adoptar un nombre que le permita individualizarla, seguida de las siglas E.I.R.L.

Los órganos de la Empresa Son:

a.- El Titular, fundador o propietario de la empresa.

b.- La Gerencia, que es el órgano encargado de la administración y representación de la Empresa. Si el dueño de la empresa asume la



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
gerencia se le llama Titular gerente o también puede nombrarse a un tercero.

Su constitución es por escritura pública por lo que adquiere personalidad jurídica desde su inscripción en los Registro Públicos.

Título que da mérito:

Escritura pública que contenga el pacto social y estatutos.

Acreditar aportes, con la constancia de depósito a nombre de la empresa efectuado en una Empresa Bancaria o financiera del Sistema Bancario o Financiero Nacional (en caso de aporte dinerario) y/o los bienes que aporta el titular y el informe de valorización.

Contenido del pacto social:

- Datos generales del socio fundador: nombre, domicilio, estado civil, nombre de cónyuge.
- Los bienes que aporta.
- Monto del capital, Forma como se paga el capital.
- Nombramiento y datos de identificación del Gerente.

3.1.1.2. Factores Económicos

Haciendo una análisis del entorno podemos concretas que el país no se encuentra en mala situación al haber superado con factibilidad un crisis mundial, que hizo que en nuestro no se sintiera, ni repercutiera en sus distintas actividades económicas, puesto que eso hace factible para que las empresas como Dushé puedan invertir sin ningún problema, por la estabilidad que sostiene el país, a continuación se mostrara algunos cuadros del avance que este tiene.

1. PBI, América Latina.

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Según el análisis que hace el BCRP América Latina se ha caracterizado por un gran crecimiento en estos últimos años, La proyección del PBI según el banco central de reserva se terminara se terminara el año con 6.5%, lo que le genera un alto nivel potencial.

GRAFICO N° 1



Fuente: BCRP - Junio 2011

2. PBI, por sectores económicos

Como empresa del rubro de restaurante estamos incluidos en sector se Otros Servicios, que según las proyecciones de BCRP, terminara el año 2011 con 6,8%, y sus proyecciones para el 2012 y 2013, va a decrecer.

GRAFICA N° 2

Cuadro 15 PRODUCTO BRUTO INTERNO POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales con respecto al mismo período del año anterior)								
	2010		2011*			2012*		2013*
	I Trim.	Año	I Trim.	RI Mar.11	RI Jun.11	RI Mar.11	RI Jun.11	RI Jun.11
Agropecuario	3,8	4,3	2,9	3,0	3,5	4,8	5,2	4,3
Agrícola	3,9	4,2	-0,7	1,9	2,1	4,8	5,8	3,7
Pecuario	3,7	4,4	7,5	4,9	5,2	4,9	4,8	4,8
Pesca	-8,2	-16,4	16,0	21,8	26,0	2,6	1,4	2,8
Minería e hidrocarburos	1,1	-0,1	-0,3	4,7	1,4	8,5	7,5	11,8
Minería metálica	-1,0	-4,9	-5,6	1,5	-1,6	8,3	7,7	11,8
Hidrocarburos	11,0	29,5	34,6	22,5	17,6	8,6	6,6	11,9
Manufactura	7,5	13,6	12,0	7,7	7,6	6,3	6,2	6,5
Procesadores de recursos primarios	-5,6	-2,3	12,1	11,3	14,6	5,2	4,3	6,3
Manufactura no primaria	10,1	16,9	12,0	7,1	6,4	6,5	6,5	6,5
Electricidad y agua	6,5	7,7	7,2	6,8	6,5	5,6	5,6	5,6
Construcción	16,8	17,4	8,1	11,3	6,6	10,6	10,5	7,6
Comercio	8,1	9,7	10,0	7,1	6,8	6,3	6,0	5,6
Otros servicios	4,9	8,0	9,1	6,8	6,8	6,2	6,4	6,5
PRODUCTO BRUTO INTERNO	6,2	8,8	8,7	7,0	6,5	6,5	6,5	6,5
Memo:								
PBI primario	0,9	1,1	3,6	5,4	5,1	6,0	5,7	7,1
PBI no primario	7,2	10,3	9,6	7,2	6,7	6,6	6,6	6,4
*Proyección.								

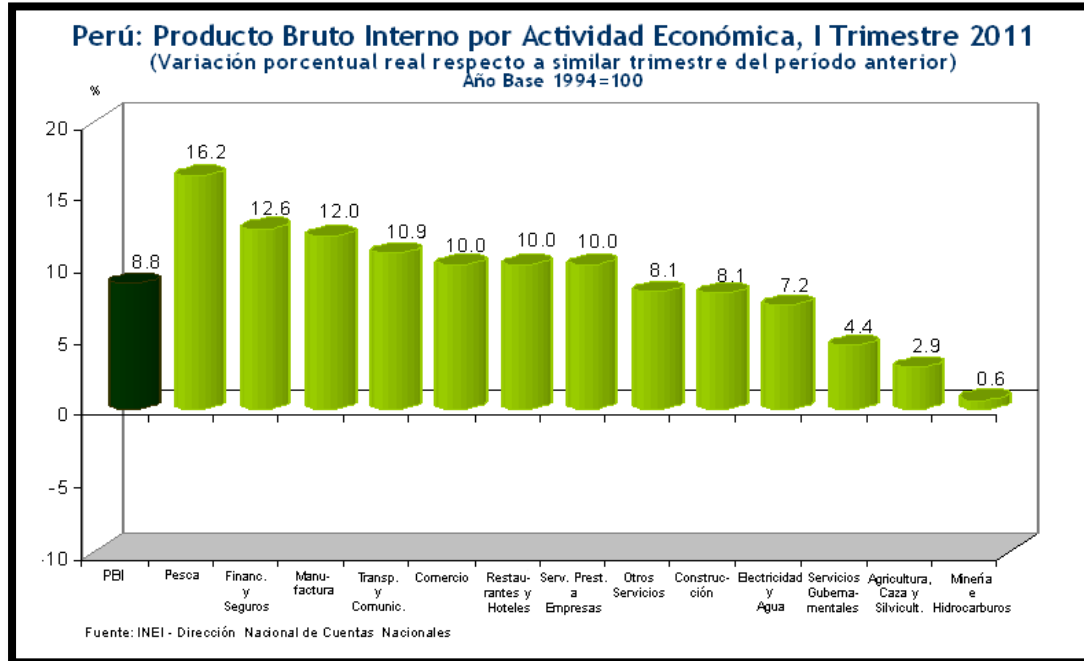
Fuente: BCRP - Junio 2011

3. PBI por actividad económica:

En este cuadro muestra el nivel trimestral hasta el 2011, que alcanza actividad económica de Restaurantes y hoteles, en la cual Dushè estará incluida.

El PBI, por actividad económica para Restaurantes y hoteles tiene 10%.

GRAFICO N° 3



FUENTE: INEI - Junio 2011

4. Producción por sector:

En esta grafica entramos a detallar la producción por el sector de restaurantes y hoteles, ya que es el rubro en que trabajaje. En la cual restaurantes tuvo una variación porcentual de enero a junio de un 9.26%.

GRAFICO N° 4

PRODUCCIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES Y HOTELES: JUNIO 2011			
Componente	Ponderación	Variación porcentual	
		2011/2010	
		Junio	Ene - Junio
Sector Restaurantes y Hoteles	100,00	9,28	9,55
Restaurantes	88,18	9,05	9,26
Hoteles	11,82	10,89	11,85

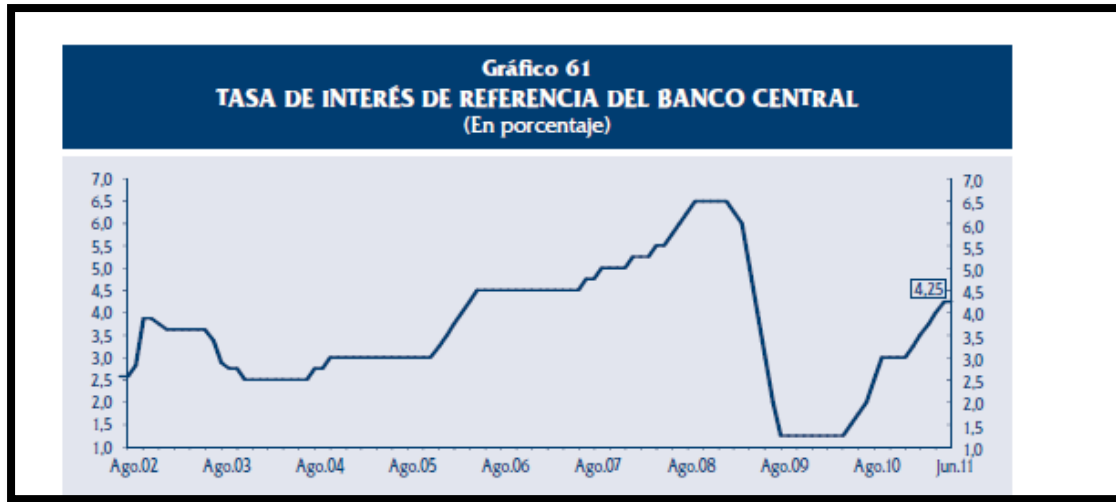
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Restaurantes.
MINCETUR – Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.

Fuente: INEI - Junio 2011

5. Tasa de interés de referencia

La tasa de interés de referencia se mantuvo en 4,25% en junio en un contexto de moderación del incremento de precios al consumidor y de algunos indicadores de actividad.

GRAFICO N° 5



Fuente: BCRP - Junio 2011

6. TIPO DE CAMBIO

El BCRP muestra una encuesta de expectativas de tipo de cambio la cual muestra hasta abril del 2011 con un 2,81%.

GRAFICO N° 6

	Set.10	Dic. 10	Ene. 11	Feb. 11	Mar. 11	Abr. 11
Sistema Financiero						
2011	2,79	2,75	2,75	2,75	2,75	2,80
2012	2,80	2,75	2,70	2,70	2,75	2,78
Analistas Económicos						
2011	2,78	2,75	2,75	2,75	2,74	2,80
2012	2,72	2,70	2,75	2,69	2,70	2,79
Empresas no Financieras						
2011	2,82	2,81	2,80	2,80	2,80	2,82
2012	2,90	2,87	2,82	2,80	2,80	2,85
Promedio						
2011	2,80	2,77	2,77	2,77	2,76	2,81
2012	2,81	2,77	2,76	2,73	2,75	2,81

Fuente: BCRP - Junio 2011

7. Inflación:

La inflación aculada desde enero hasta mayo tubo un 2.15%, habiendo influido principalmente en la alza de los precios de los alimentos no subyacentes en un 7%, analizando este reporte, podemos decir que al subir los precios de los alimentos, esto genera una alza de precio en los productos que ofrecería, siendo no favorable para la demanda.

GRAFICO N° 7

Cuadro 32 INFLACIÓN (Variación porcentual)								
	Peso 2009=100	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
							Ene.-May.	12 meses
I. INFLACIÓN	100,0	1,14	3,93	6,65	0,25	2,08	2,15	3,07
II. INFLACIÓN SUBYACENTE	65,2	1,37	3,11	5,56	2,35	2,12	1,75	2,80
Bienes	32,9	0,97	3,30	5,32	2,17	1,53	1,39	2,14
Servicios	32,2	1,85	2,88	5,86	2,56	2,72	2,11	3,47
III. INFLACIÓN NO SUBYACENTE	34,8	0,83	5,07	8,11	-2,54	2,00	2,90	3,57
Alimentos	14,8	2,06	7,25	10,97	-1,41	1,18	6,95	5,80
Combustibles	2,8	-1,50	6,45	-0,04	-12,66	12,21	2,42	7,64
Transportes	8,9	1,12	0,82	5,86	0,19	1,94	-0,66	1,79
Servicios públicos	8,4	-3,22	0,24	7,48	-4,56	0,01	-0,32	-0,10
Nota:								
IPC sin alimentos y energía	56,4	1,28	1,49	4,25	1,71	1,38	0,90	1,80

Fuente: BCRP- Junio 2011

GRAFICO N° 8

Cuadro 33 INFLACIÓN (Contribución ponderada)								
	Peso 2009=100	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
							Ene.-May.	12 meses
I. IPC	100,0	1,14	3,93	6,65	0,25	2,08	2,15	3,07
II. INFLACIÓN SUBYACENTE	65,2	0,79	1,80	3,20	1,34	1,38	1,14	1,83
Bienes	32,9	0,31	1,05	1,69	0,68	0,50	0,46	0,70
Servicios	32,2	0,48	0,75	1,52	0,66	0,88	0,69	1,12
III. INFLACIÓN NO SUBYACENTE	34,8	0,35	2,13	3,44	-1,09	0,69	1,01	1,24
Alimentos	14,8	0,48	1,69	2,63	-0,35	0,17	1,02	0,86
Combustibles	2,8	-0,09	0,36	0,00	-0,68	0,34	0,08	0,23
Transportes	8,9	0,10	0,07	0,51	0,03	0,17	-0,06	0,16
Servicios públicos	8,4	-0,14	0,01	0,30	-0,09	0,00	-0,03	-0,01

Fuente: BCRP - Junio 2011

8. Consumo privado

El consumo privado registra un 5,7% en 2011 y 2012 y para 2013, 5,9%, en línea con la evolución del ingreso nacional disponible y la estabilidad de las expectativas de los consumidores, que se mantienen en el tramo optimista y por encima de los registros del reporte de inflación de marzo

GRAFICO N° 9

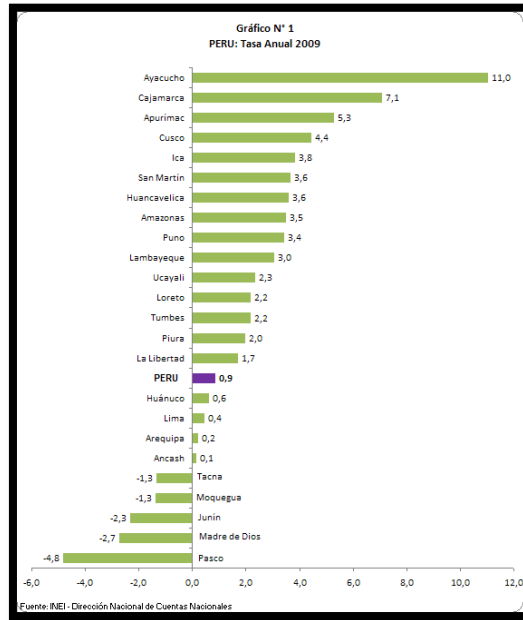


Fuente: BCRP- Junio 2011

1. PBI LA LIBERTAD

Ya que no existe un dato más actualizado del PBI, del departamento de la libertad hacemos referencia que hasta el año 2009, sostuvo un crecimiento de 1.7%, que al compararlo con otras ciudades, la libertad tiene un producción relativamente alta, que otorgan beneficios para esta.

GRAFICO N° 10

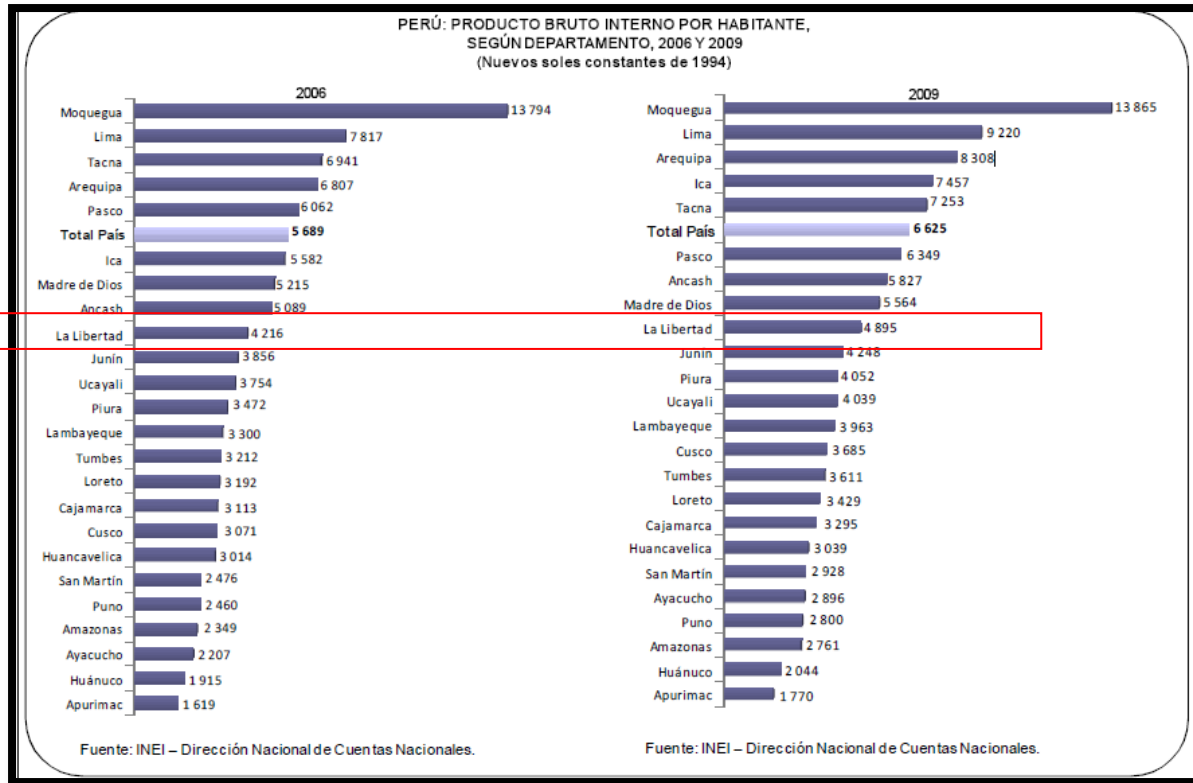


Fuente: INEI- 2007

2. PBI Por Habitantes:

En esta grafica muestra el producto bruto interno por habitantes según los departamentos. En la que la libertad cuenta con 4895 hasta el año 2009. Se tomo informacion al año 2009 debido a que no se cuenta con imformacion mas actualizada.

GRAFICO N° 11



Fuente: INEI

3.1.1.3. Factores Políticos

Haciendo una análisis del gobierno actual, el 13 de mayo del presente año Ollanta Humala hizo dio a conocer su hoja de ruta en la cual se puede resaltar que el Compromiso con el Pueblo Peruano firmado por Ollanta Humala establece que la transformación que el país requiere, se hará de manera gradual y persistente, en el marco del Estado de Derecho, el respeto absoluto a la división de poderes del Estado, honrando todos los compromisos del Estado, y restableciendo el principio de la ética pública, combatiendo la corrupción y el despilfarro del dinero del Estado.

En este marco institucional y legal, las siguientes propuestas de política constituyen algunos de los lineamientos de base para la constitución de un Gobierno de Concertación Nacional.

Daré a conocer los puntos más resaltantes presentados en la hoja de ruta:

A. Políticos sociales:

- Aumento del salario mínimo a S/. 750. Aumentos futuros de acuerdo con la evolución de la productividad y del costo de la canasta de consumo.
- PENSIÓN 65 de S/.250 focalizado y con financiamiento del tesoro público, para personas mayores de 65 años que no tienen protección social. No se tocarán los fondos de los afiliados de las AFP.
- BECA 18 para jóvenes egresados con alto rendimiento de los colegios públicos, para realizar estudios profesionales en universidades públicas o privadas del país.
- BECAS DE POSGRADO en países de estándares de educación más avanzados para egresados con alto rendimiento de las universidades peruanas públicas y privadas que deseen realizar estudios en ciencia aplicada y/o recibir capacitación tecnológica.

B. Política Macroeconómica Y Crecimiento Económico Inclusivo:

- Se busca mantener el crecimiento económico, con estabilidad macroeconómica, incorporándole la inclusión social y efectuando una mejor distribución de la riqueza.
- Estabilidad de precios y sostenibilidad fiscal.
- Condiciones para expandir la inversión privada nacional, diversificación productiva y competitividad.
- Desarrollo emprendedor y empresarial.

C. Política Tributaria:

- Para financiar las políticas sociales se implementará una política tributaria cuyo objetivo será incrementar gradual y sostenidamente los ingresos tributarios permanentes en cerca 3% del PBI, como lo establece el Acuerdo Nacional. No se crearán nuevos impuestos.
- La evasión del impuesto general a las ventas y del impuesto a la renta actualmente de 37% y 49%, respectivamente, se reducirá por lo menos a la mitad.
- Se asegurará el funcionamiento independiente de la SUNAT y se consolidará la fusión con Aduanas.

D. Políticas de regulación:

- Se busca mejorar el funcionamiento de los mercados para asegurar su transparencia, la competencia, la protección del medio ambiente y el acceso de todos los ciudadanos por igual.
- Fortalecer los mecanismos de defensa de la libre competencia y protección del consumidor.

E. Políticas de empleo de calidad y derechos laborales:

- Se busca desarrollar relaciones laborales que concilien la eficiencia económica con la equidad.
- Programas de incentivos a la formalización de las MYPES consistentes en el aseguramiento de los trabajadores de todas aquellas empresas que se formalicen y, al mismo tiempo, se comprometen a cumplir con sus obligaciones tributarias y con estándares laborales básicos.
- Fiscalización efectiva del respeto a los derechos laborales y de las condiciones de salubridad y seguridad del trabajo.
- Se aumentará significativamente el número de inspectores de trabajo.
- Asegurar el respeto efectivo de los derechos laborales.

F. Por un estado más seguro, eficiente, transparente y descentralizado:

- Se busca generar eficacia en la ejecución de las tareas del Estado y facilitar su descentralización.
- Implementar de la reforma de la carrera de servicio civil de la administración pública basada en la meritocracia y remuneraciones adecuadas.
- Creación de una Escuela Nacional de Administración Pública como responsable de la formación y capacitación de los funcionarios públicos de la administración de los tres niveles de gobierno.
- Fortalecer la descentralización del Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP) y dotarlo de equipos profesionales calificados y adecuadamente remunerados.



El Gobierno De Ollanta Humala Plantea Benéficos Para Las Mypes:

Propone una nueva ley para el micro y pequeñas empresas que tengan ventas anuales inferiores a 850 UIT, también establece beneficios laborales.

El grupo parlamentario Gana Perú presentó un proyecto de ley (229/2011-CR) que crea la ley de la “Nueva Empresa” para las micro y pequeñas empresas (Mypes) cuyas ventas anuales son inferiores a las 850 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), aproximadamente S/. 3’060,000.

Con el objetivo de fomentar la formalización de la pymes el proyecto plantea una serie de beneficios tributarios, laborales y financieros para estas unidades económicas.

Una de las propuestas es que el Impuesto General a las Ventas (IGV) para las “Nuevas Empresas” (Mypes) sea solamente un 5% (hoy para todos es 18%).

Asimismo propone que estas empresas podrán utilizar por concepto de crédito fiscal el 5% de “venta pagado” en sus adquisiciones de bienes, servicios, contratos de construcción e importaciones destinadas a operaciones gravadas con el impuesto.

El proyecto también crea un Impuesto Especial de periodicidad mensual para las Nuevas Empresas. Este será el 6% sobre los ingresos obtenidos en el mes. Pero de esa base imponible el contribuyente podrá deducir el importe pagado de la planilla de trabajadores, la Compensación por Tiempo de Servicios, las aportaciones de salud, accidente de trabajo y cualquier otro tributo pagado por el empleador vinculado a las relaciones laborales.

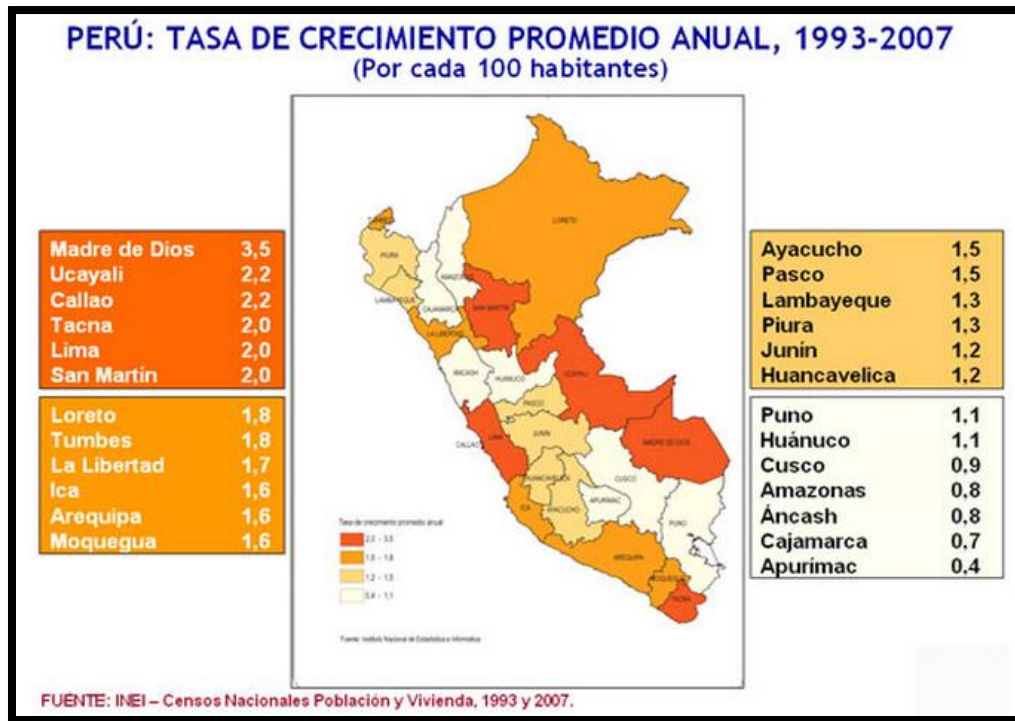
3.1.1.4. Factores Demográficos

En esta parte se tomó datos solo hasta el 2007 ya que no se cuenta con datos de la población más actualizada.

1. Crecimiento poblacional:

Por cada 100 habitantes el departamento de LA LIBERTAD presenta una tasa de crecimiento promedio anual de 1.7. En esta grafica notamos que el crecimiento de la población en nuestro departamento va en aumento, lo cual genera la posibilidad que tenga más posibles demandantes del servicio que ofrece.

GRAFICO N° 12



Fuente: INEI

GRAFICA 10

2. Población proyectada

Muestra la población de la ciudad de Trujillo, la cual al obtuvo un crecimiento poblacional de 1.8% hasta el 2007.

GRAFICO N° 13

CUADRO N° 1.11
PERÚ: POBLACIÓN CENSADA Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, DE LAS 20 PROVINCIAS MÁS POBLADAS, 1981, 1993 Y 2007

Provincia	Población			Tasa de crecimiento promedio anual (%)	
	1981	1993	2007	1981-1993	1993-2007
Lima	4 164 597	5 706 127	7 605 742	2,7	2,0
Prov. Const. del Callao	443 413	639 729	876 877	3,1	2,2
Arequipa	498 210	676 790	864 250	2,6	1,7
Trujillo	431 844	631 989	811 979	3,2	1,8
Chiclayo	446 008	617 881	757 452	2,8	1,4
Piura	413 688	544 907	665 991	2,3	1,4
Maynas	260 331	393 496	492 992	3,5	1,6
Huancayo	321 549	437 391	466 346	2,6	0,4
Santa	275 600	338 951	396 434	1,7	1,1
Cusco	208 040	270 324	367 791	2,2	2,2
Coronel Portillo	138 541	248 449	333 890	5,0	2,1
Ica	177 897	244 741	321 332	2,7	1,9
Cajamarca	168 196	230 049	316 152	2,6	2,3
Sullana	194 549	234 562	287 680	1,6	1,4
Huánuco	137 859	223 339	270 233	4,1	1,3
Tacna	110 572	188 759	262 731	4,6	2,3
Lambayeque	158 089	210 537	259 274	2,4	1,5
San Román	102 988	168 534	240 776	4,2	2,5
Puno	177 358	201 205	229 236	1,1	0,9
Huamanga	128 813	163 197	221 469	2,0	2,2

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1981, 1993 y 2007.

Fuente: INEI

3. Población Proyectada local.

Grafica muestra el aumento que habrá de la población proyectada hasta el año 2025, del de departamento de La Libertad, Analizando la gráfica podemos observar que la población va en aumento lo cual hace que tenga más habitantes, y genere más demandantes de mi servicio.

GRAFICO N° 14



Fuente: INEI

4. Nivel Socioeconómico:

Apeim nivel socioeconómico 2011.

Según la Apeim el nivel socioeconómico AB de trujillo comparada con otras ciudades tenemos gran cantidad de personas que pertenecen a este nivel, lo cual hace que nuestro mercado objetivo sea extenso y beneficioso para nuestro proyecto.

GRAFICO N° 15

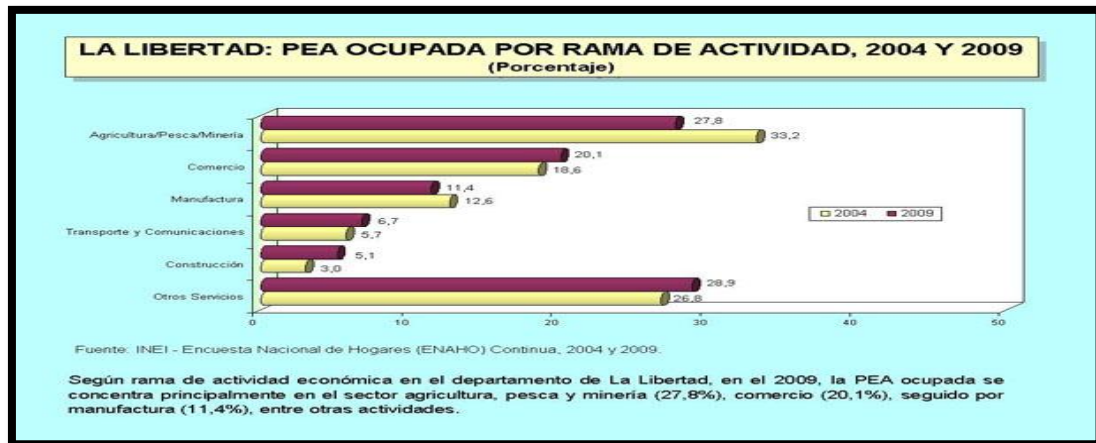
DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO					
	TOTAL	A	B	C	D	E
La Libertad	100%	2.2	8.1	26.9	39.2	23.6

Fuentes: INEI

5. PEA:

Grafica que muestra la población económicamente activa del departamento de la libertad hasta el año 2009, que obtiene 28.9%.

GRAFICO N° 16



Fuente: INEI

3.1.1.5. Factores Climáticos

Las frutas y verduras de estación nos favorecen para ofrecer diferentes productos (en sándwiches, jugos, ensaladas, postres, etc.) en cada época del año.

CUADRO N° 1



Verano
Frutas: Ananá, Ciruelas, Cerezas, Damascos (albaricoque), Duraznos, Frutillas, Higos, Mamón (papaya), Melones, Peras, Sandías, Uvas.
Verduras y Hortalizas: Acelga, Albahaca, Berenjenas, Cebolla, Chauchas, Choclo, Espárragos, Pepino, Porotos, Morrón (ají - chiles), Rabanito (rabanillo), Tomate (Jitomate), Zapallito (calabacines).
Otoño- Invierno.
Frutas: Bananas (plátano), Bergamotas, Caquis (palo santo), Limones, Mandarina, Manzana, Membrillo, Naranja, Palta, Pomelo (toronja).
Verduras y Hortalizas: Aceitunas (oliva), Acelga, Apio, Batata, Berro, Brócoli, Cardo, Cebolla de verdeo (cebollín - almácigo), Coliflor, Chaucha (judía), Escarola (lechuga - alfase), Hinojo, Nabiza, Nabo (coyocho), Puerro, Rábano, Radiccio, Radiccheta (achicoria), Remolacha (betarraga - beterrave), Repollo (col), Repollos de Bruselas, Salsifí, Zanahoria, Zapallo (calabaza).
Primavera – verano.
Frutas: Plátano, Fresas, Limones, Manzanas, Naranjas, Paltas.
Verduras y Hortalizas: Acelga, Apio, Arvejas, Habas, Lechuga, zapallito.

3.2. Investigación de Mercado

3.2.1. Metodología a Emplear



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

A. Investigación Cuantitativa:

Para conocer la frecuencia de uso de este tipo de servicio, así como sus opiniones respecto a lo que consideran una pastelería fina y lo que toman en cuenta para prestar un servicio, se aplicó una encuesta a una muestra representativa, calculada mediante la aplicación de la siguiente fórmula probabilística para poblaciones finitas:

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

Dónde:

N: Población Total

Z: Nivel de Confianza

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Nivel de precisión

❖ **Unidad de investigación:** Personas de 20 a 55 años.

❖ **Técnica:** Aplicación de cuestionarios.

❖ **Universo y ámbito:**

- El universo considerado está integrado por personas que suelen ir a los distintos cafés de Trujillo pertenecientes a los niveles socioeconómicos A,B, con residencia en la ciudad de Trujillo, en distritos como Trujillo, Víctor Larco.

❖ **Método de muestreo:**

Probabilístico estratificado por urbanizaciones (San Andrés, California, La Merced, El recreo), y niveles socioeconómicos A, B, con diversos rangos de edad.

❖ **Tamaño maestra**

- Encuestas: 255.

3.2.2. Fuentes de Información

Primarias:

Encuestas



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Realizado a las personas del 20 a 55 años del distrito de Trujillo y Víctor Larco del nivel socioeconómico A, B. **Secundarias:**

- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)
- CPI (Compañía Peruana de Investigación de Mercados)
- Asociación Peruana de Empresas de investigación de mercados (Apeim)
- Páginas Amarillas – Telefónica
- SUNAT
- Banco central de reserva del Perú.

3.2.3. Definición y Caracterización del Cliente y del Consumidor

El producto está dirigido para mujeres y hombres entre 20 y 55 años de edad que pertenezcan al sector A y B, que suelen consumir cafés, desayunos, postres , etc. dos a más veces a la semana y que les guste probar diversas variedades de panes y pasteles para la familia o ellos mismos.

3.2.4. Segmentación

b) Segmentación Geográfica:

- País del mundo: Perú
- Departamento: La Libertad
- Provincia: Trujillo
- Distrito: Trujillo, Víctor Larco Herrera.

c) Segmentación Psicográfica:

- Nivel socioeconómico:

Personas pertenecientes al nivel socioeconómico A, B.

3.2.5. Análisis de la Demanda

3.2.5.1. Producto

- Básico:

Cafetería.

- Real:

Empresa dedicada a la pastelería fina, que cuenta con productos de excelente calidad, variedad y con el mejor sabor que el público en general se merece, ya que están hechos con los más fresco y mejores insumos que existen en el mercado.

- Aumentado:

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Esta empresa contara con el mejor servicio, ya que comenzando la infraestructura del local será totalmente innovadora y la atención será completamente personalizada puesto que se le dará al cliente lo productos preparados con insumos de excelente calidad y la una gran variedad de estos, de los cuales podrá elegir a su elección y gusto.



3.2.5.2. Demanda Histórica y Actual

Debido a que es un proyecto innovador a causa de no existir un producto igual en el mercado no contamos con demanda histórica pero consideramos como nuestra demanda actual los resultados obtenidos al aplicar nuestra encuesta (mercado objetivo).

3.2.5.3. Variables que Afectan a la Demanda

Las variables que afectan a la demanda de nuestro producto son las siguientes:

A. El precio:

Vendiendo mi producto a un precio muy elevado en relación al poder adquisitivo de nuestro público objetivo, nuestra demanda se verá afectada por lo tanto tendera a disminuir.

B. Ingresos:

Debemos tener en cuenta que el aumento o disminución de los ingresos de nuestro mercado objetivo, repercutirá en la adquisición de nuestros servicios, pues al ser un servicio de alta calidad, la disminución de los ingresos afectaría negativamente a la demanda de nuestros servicios.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

C. Precios de los bienes relacionados:

En este caso tendré en cuenta los bienes relacionado (sustituto) como son los jugos en caja, cafés en lata, sándwiches pre-cocidos y los postres para preparar en caja ya que estos forman parte de nuestra competencia indirecta.

D. Crecimiento poblacional:

Encontramos que entre el crecimiento poblacional y el incremento de la demanda, existe una relación directa; es decir, al incrementarse la población, la demanda de nuestros servicios podría aumentar, y viceversa.

E. La Calidad del Servicio:

Este factor depende totalmente de la empresa y repercute directamente tanto en su imagen, como en el nivel de aceptación por parte del cliente.

Mientras mayor acogida tengan nuestra empresa, mayor será la probabilidad de que un cliente nos vuelva; es por eso que debemos tener mayor cuidado en este aspecto, pues el servicio a brindar será nuestra mejor carta de presentación.

3.2.5.4. Demanda Proyectada

Para la determinación de la demanda proyectada se toma en cuenta la frecuencia con los que las personas asisten a una cafetería en la ciudad de Trujillo, dado así según mis encuestas realizadas, tengo como resultado que las persona asisten un promedio de 76 veces al año, y para proyectarla a los 5 años el aumento es de 1.8 % según el crecimiento poblacional de la provincia de Trujillo.

CUADRO N° 2

DEMANDA PRESENTE	
(En servicios al año)	
Población	19,640 <i>Personas</i>
Frecuencia	76 <i>Al año</i>
Demanda Anual Presente	1,483,802

Demanda Proyectada a 5 Años						
(En servicios al año)						
Año						
Total	1,483,802	1,510,510	1,537,699	1,565,378	1,593,555	1,622,239



Fuente: INEI –Elaboración propia.

3.2.6. Análisis de la Oferta

3.2.6.1. Identificación de la Competencia:

Competencia directa:

Al mercado al que me dirijo actualmente no cuenta con una competencia directa, aunque existen cafeterías, panadería que serán considerados como nuestra competencia indirecta.

Competencia indirecta:

Actualmente esta empresa cuenta con competencia indirecta que es:

Cafeterías:

CUADRO N° 3

CAFETERIAS
Asturias
Oviedo
Etnia
Caramel
Casona DEZA
Starbucks
Club central
Museo del juguete
Amareto
Brunale
Maná
te buenos aires

Elaboración Propia.

3.2.6.2. Oferta Histórica y Presente

Debido a que es un proyecto innovador a causa de no existir un servicio igual en el mercado no contamos con oferta histórica pero consideramos como oferta presente todas las cafeterías más concurridas en la ciudad de Trujillo.

CUADRO N° 4

CAFETERIAS	PRODUCTOS
Asturias	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos, menús.
Oviedo	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos, menús.
Etnia	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos.
Caramel	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos.
Casona DEZA	Cafes, postres.
Starbucks	Cafes, postres.
Club central	Cafes, postres,comidas.
Museo del juguete	Cafes, postres.
Amareto	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos, menús.
Brunale	Cafes, postres.
Maná	Cafes, postres, sandwiches, ensaladas, jugos.
te buenos aires	Cafes, jugos, sandwiches, fritos.

3.2.6.3. Variable que Afectan a la Oferta

El precio de los insumos:

Siendo alto el precio de los insumos que utilizaremos para la empresa mayor será el de nuestros productos, y viceversa.

Incremento de la competencia:

A mayor cantidad de empresas que ofrezcan un producto similar a la de Dushé, esto ocasionara el incremento de la oferta, lo cual trae como consecuencia la reducción de requerimiento del producto que ofrezco.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Crecimiento económico:

El crecimiento económico permite aumentar la productividad, por lo que genera que la sociedad mayor demanda a nuestros productos.

Tecnológica

El no contar con una mejor tecnología como equipos de cocina, afectará directamente a nuestra oferta y a la productividad de la misma. Al contar con mejores equipos tecnológicos podremos tener una mejor oferta y mejor productividad.

3.2.6.4. Oferta Proyectada

Habiéndose realizado un estudio, se encuentra como oferta a todas las cafeterías y panaderías que son mi competencia indirecta, para poder obtener el dato de las personas que asisten se tomó el aforo de estas, con la proyección del crecimiento económico que es del 6 %.

CUADRO N° 5

Oferta Proyectada a 5 Años

Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	1,056,384	1,119,767	1,186,953	1,258,170	1,333,660	1,413,680

Elaboracion Propia

3.2.7. Dedución del Mercado

3.2.7.1. Proyección del Mercado Potencial, Disponible y Efectivo

A continuación en el siguiente cuadro muestra:

- ✓ Como mercado potencial a todas las personas que asisten a las cafetería dos veces a mas semanal a las cafeterías del distrito de Trujillo y Víctor Larco.
- ✓ El Mercado disponibles se obtiene de la resta que se hace del mercado potencial con la oferta proyectada.
- ✓ Como mercado efectivo tiene un 66 %, del mercado potencial, que según el dato de mis encuestas realizadas me indica que este porcentaje de personas si utilizarían mi servicio, me dirijo al mercado potencial ya que voy a competir directamente, puesto que entrare con un servicio diferenciado.



CUADRO N° 6

DEDUCCIÓN DEL MERCADO META						
Mercado Potencial	1,483,802	1,510,510	1,537,699	1,565,378	1,593,555	1,622,239
Demanda proyectada		1,510,510	1,537,699	1,565,378	1,593,555	1,622,239
Factor	66%					
Mercado Efectivo		996,937	1,014,881	1,033,149	1,051,746	1,070,678
Factor	30%					
Mercado Meta		300,344	305,750	311,254	316,856	322,560

Elaboración propia

3.2.7.2. Mercado Objetivo Proyectado

Tengo como mercado meta u objetivo el 30% del mercado efectivo ya que debido a mi capacidad solo puedo cubrir eso.

CUADRO N° 7

Factor	30%					
Mercado Meta		300,344	305,750	311,254	316,856	322,560

3.3. Análisis de la Comercialización

3.3.1. Marketing Mix Usado por la Competencia



CUADRO N° 8

EMPRESA	CUALIDAD INTRINSECA	COSTO PARA EL CLIENTE	CONVIVENCIA	COMUNICACIÓN
ASTURIAS	Las empresa brinda el servicios de cafetería enfocándose en dar un producto real. Y los productos que está ofrece son: cafés, postres, desayunos y menús.	El precio que esta empresa ofrece es un precio accesible para el mercado ya que se mantiene un promedio ante el resto de los competidores.	La empresa ofrece un servicio directo ya que es de la empresa al consumidor.	Esta solo utiliza como medio de publicidad sus propios productos.
CARAMEL	Los productos que esta empresa brinda son: cafés, postres, ensaladas y otros.	Los precios que esta cafetería ofrece son un poco elevados, sin embargo sus productos son bastantes demandados.	La empresa ofrece un servicio directo ya que es de la empresa al consumidor.	Esta empresa hace publicidad por medio de revistas y Volantes.
STARBUCKS	Ofrece: Bebidas en base a café, sandwiches y postres.	Esta empresa ofrece productos de buena calidad, siguiendo estandares de calidad por lo cual tienen un precio bastante elevado.	La empresa ofrece un servicio directo ya que es de la empresa al consumidor.	Esta empresa utiliza como publicidad volantes, promociones, para generar mayores ventas.
OVIEDO	Ofrece: Cafes, jugos, sandwiches, menús.	Los precios que esta empresa ofrece son bastante accesibles para el mercado al que se dirige.	La empresa ofrece un servicio directo ya que es de la empresa al consumidor.	Esta solo utiliza como medio de publicidad sus propios productos.

3.3.2. Análisis del Mercado Proveedor

3.3.2.1. Identificación y Caracterización

Tenemos los siguientes proveedores.

CUADRO N° 9

Características	Identificación
Pollo	Inversiones Avipecuarias, Avicola la perla, Avicola Chimu.
Embutidos	Yugocorp, Otto kuntz, Braedt.
Plásticos varios	Distribuciones Continental, Cipsur.
Viveres.	Alicorp SAA.
Huevos	Doña Clarita, La calera
Artículos de limpieza	Kimberly clean, Spum.
Maquinaria de cocina.	OSTER
Maquinaria de cocina.	Panalín, Chimú.
Verduras en general	Mercado la Hermelinda
Menaje en general	Facusa, Ishicawa.
Hornos	NOVA
Gaseosas	PMA
Productos Diversos	Metro, Wong, Plaza vea, Tottus.
Café	café & café
Licores y jarabes.	Peru farma
Cerveza	Backus y Johnson
Servilletas	Elite, Daryza
Gas	Lima gas, Costa Gas
Telefonía móvil	Nextel , Claro, Movistar
Software y hardware	Cumputer net, Compu red
Luz	Hidrandina
Agua	Sedalip
Telefonía fija e internet	Movistar, Claro.

3.3.2.2. Criterios de Selección

Tendré en cuenta los siguientes criterios:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- **Stock:** Deberá ser surtido, contando con insumos de calidad.
- **Garantía:** Ofrecer una garantía de sus productos y/o servicios vendidos.
- **Precios:** Deberán ser competitivos y justos.
- **Responsabilidad:** Puntualidad en la entrega de las órdenes de compra generadas.
- **Forma de Pago:** Aceptar trabajar bajo crédito (plazo dependerá del producto)
- **Calidad:** Valor Agregado (garantía, charlas, merchandising, descuentos, etc.)

A continuación se utilizara el Método de Comparación de Factores para asignarle pesos a los criterios de selección considerados.

CUADRO N° 10

METODO DE COMPARACION DE FACTORES								
	STOCK	GARANTIA	PRECIOS	RESPONSABILIDAD	FORMA DE PAGO	CALIDAD	TOTAL	PESO
STOCK		0	0	0	1	0	1	7%
GARANTIA	1		0	0	0	0	1	7%
PRECIOS	1	0		1	1	0	3	21%
RESPONSABILIDAD	1	1	0		1	0	3	21%
FORMA DE PAGO	0	1	0	0		0	1	7%
CALIDAD	1	1	1	1	1		5	36%
ELABORACION PROPIA							14	100%

3.3.2.3. Evaluación y Selección

Se evaluará a todos los posibles proveedores en función a los criterios considerados en el punto anterior y se utilizará la siguiente calificación:

Bueno: 3

Regular: 2

Malo: 1

Luego se multiplicará cada puntaje con su respectivo peso y quienes tengan el más alto.

CUADRO N° 11

Cuadro siguiente hoja



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

PRODUCTOS	EMPRESA		STOCK	GARANTIA	PRECIO	RESPONSABILIDAD	FORMA DE PAGO	CALIDAD	TOTAL
					PESO				
Pollos	Inversiones Avipecuarias	C	0.07	0.07	0.21	0.22	0.07	0.36	
		P	3	2	2	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	0.72	2.07	
	P	3	2	3	2	3	3		
Embutidos	Avicola la Perla	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.21	1.08	2.71
		P	3	2	2	1	2	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.22	0.14	1.08	2.21	
	P	3	2	3	2	2	2		
Plásticos varios	Yugocorp	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.14	0.72	2.28
		P	3	2	1	2	3	3	
	C	0.21	0.14	0.21	0.44	0.21	1.08	2.29	
	P	3	2	2	2	2	3		
Viveres	Braedt	C	0.21	0.21	0.42	0.44	0.14	1.08	2.5
		P	3	2	3	2	3	3	
	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.21	1.08	2.71	
	P	3	2	2	2	2	2		
Huevos	Distribuciones Continental	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.21	1.08	2.71
		P	3	2	2	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	0.72	2.07	
	P	3	2	3	2	2	3		
Productos de limpieza	Alicorp	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.14	1.08	2.72
		P	3	2	3	3	3	3	
	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.21	1.08	2.79	
	P	3	2	3	2	2	2		
Maquinaria de cocina	Doña Clarita	C	0.21	0.14	0.42	0.66	0.21	1.08	2.79
		P	3	2	3	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.14	0.72	2.28	
	P	3	2	2	2	2	3		
Verduras en General	Kimberly Clark	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.21	1.08	2.79
		P	3	2	3	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.14	0.72	2.28	
	P	3	2	3	2	2	2		
Menajería	Panalin	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.21	1.08	2.79
		P	3	2	2	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43	
	P	3	1	3	1	2	2		
Horno	Mercado La hermelinda	C	0.21	0.07	0.63	0.22	0.07	0.72	1.92
		P	3	3	2	3	1	3	
	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.07	1.08	2.65	
	P	3	2	2	2	2	3		
Gaseosas	Ishicawa	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	3	2	2	2	
	C	0.14	0.14	0.63	0.44	0.07	0.72	2.14	
	P	3	1	2	2	1	2		
Productos Diversos	NOVA	C	0.21	0.07	0.42	0.44	0.07	0.72	1.93
		P	3	2	2	2	2	2	
	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.07	0.72	2.21	
	P	3	2	1	3	1	3		
Licores y Jarabes	Wong	C	0.14	0.21	0.21	0.66	0.07	1.08	2.37
		P	2	2	2	3	1	2	
	C	0.14	0.14	0.42	0.66	0.07	0.72	2.15	
	P	2	2	3	2	1	2		
Cerveza	Tottus	C	0.14	0.14	0.63	0.44	0.07	0.72	2.14
		P	3	1	2	2	1	2	
	C	0.21	0.07	0.42	0.44	0.07	0.72	1.93	
	P	3	2	2	2	1	3		
Servilletas	Peru Farma	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.07	1.08	2.36
		P	3	3	2	3	1	3	
	C	0.21	0.21	0.42	0.66	0.07	1.08	2.65	
	P	3	2	2	2	2	3		
Gas	Backus y Jhonson	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	2	3	1	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.66	0.07	1.08	2.58	
	P	3	2	2	2	2	3		
Telefonía	Lima Gas	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	2	3	1	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.66	0.07	1.08	2.58	
	P	3	2	2	2	2	3		
Software y hardware	Costa Gas	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	2	3	1	3	
	C	0.21	0.14	0.63	0.44	0.14	0.72	2.28	
	P	3	2	1	2	3	2		
Luz	Nextel	C	0.21	0.14	0.21	0.44	0.21	1.08	2.29
		P	3	2	3	2	2	3	
	C	0.21	0.21	0.42	0.44	0.14	1.08	2.5	
	P	3	3	2	2	2	3		
Agua	Computer Net	C	0.21	0.14	0.42	0.66	0.07	1.08	2.58
		P	3	2	2	2	2	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43	
	P	3	2	2	2	2	3		
Telefonía Fija e Internet	Compu Red	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	2	2	2	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.07	1.08	2.36	
	P	3	2	2	2	1	3		
Agua	Sedalib	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.07	1.08	2.36
		P	3	2	2	3	2	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.66	0.14	1.08	2.65	
	P	3	2	2	2	2	3		
Telefonía Fija e Internet	Movistar	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43
		P	3	2	2	2	2	3	
	C	0.21	0.14	0.42	0.44	0.14	1.08	2.43	
	P	3	2	2	2	2	3		



- A continuación se presenta una lista de los proveedores seleccionados con sus respectivos teléfonos y direcciones:

CUADRO N° 12

PRODUCTO	EMPRESA	UBICACIÓN	TELEFONO
Pollo	AVICOLA LA PERLA S.A.C	Cal. John Kennedy Nro. 189	234551
Embutidos	BRAEDT	Michael Faraday 111 urb. Santa rosa ate	3260432/ 414*3701
Plásticos varios	DISTRIBUCIONES CONTINETAL S.A.C	Jr. Atahualpa Nro. 355 Int. 361	418*8996
Viveres.	ALICORP S.A.C.	Av. Argentina Nro. 4793	5950444
Huevos	DOÑA CLARITA	Avenida Mansiche, 2519 - Trujillo - La Libertad	Avenida Mansiche, 2519 - Trujillo - La Libertad (044)29 7777 - (044)20 6469
Artículos de limpieza	KIMBERLY CLARK	Av. del Pinar Nro. 180 Int. 505 Chacarilla del Estanque	618-1800
Maquinaria de cocina.	PANOLIN	Las Limas 257 Urb. Canto Bello San Juan de Lurigancho	387-1270
Verduras en general	MERCADO LA HERMELINDA	mercado la hermelinda	
Menaje en general	FACUSA	JR.UCAYALI N° 549 Lima, Lima	359-5698
Café	Café & café	Pasaje San Agustín, 167 - D - Mercado Central - Trujillo - La Libertad	(044)22 4358
Maquinas de café	OSTER	LIMA	1567654
Hornos	NOVA	OFICINA PRINCIPAL Av. Salaverry 1029 Jesús María. Av. Las Torres 453 Ate. LIMA - PERU	51(1) 614 4900 99754 7084 / 831*6467
Gaseosas	PMA	CARRETERA INDUSTRIAL.	
Productos Diversos	WONG	AV LARCO 852, LA MERCED	
Licores y jarabes.	PERU FARMA		
Cerveza	BACKUS Y JHONSON	Av. 5 Lote 3 Mz. A-1. Parque Industrial, Trujillo.	(044) 296-282
Servilletas	ELITE		
Gas	LIMA GAS	Mz. F1 Lt. 9 Pque. Industrial Trujillo	(044) 215-656
Telefonía movil	MOVISTAR	Calle junin - cercado	
Software y hardware	COMPUTER NET	CAL. CALLE HUAYNA CAPAC #132	256987
Luz	HIDRANDINA	Los zapitos- el bosque	(044) 481313
Agua	SEDALIB	ZEPITA N° 762	420502
Telefonía fija e internet	MOVISTAR	Calle junin - cercado	

3.3.3. Canales y Medios

3.3.3.1. Identificación de Canales y Medios

A continuación se presentara los canales o medios por donde este producto será ofrecido:

- **Local propio.**
- **Creación de Página Web.**

A. Local propio:

Por este medio tendremos un local propio diseñado especialmente para brindar un servicio de pastelería fina. El trato será personalizado.

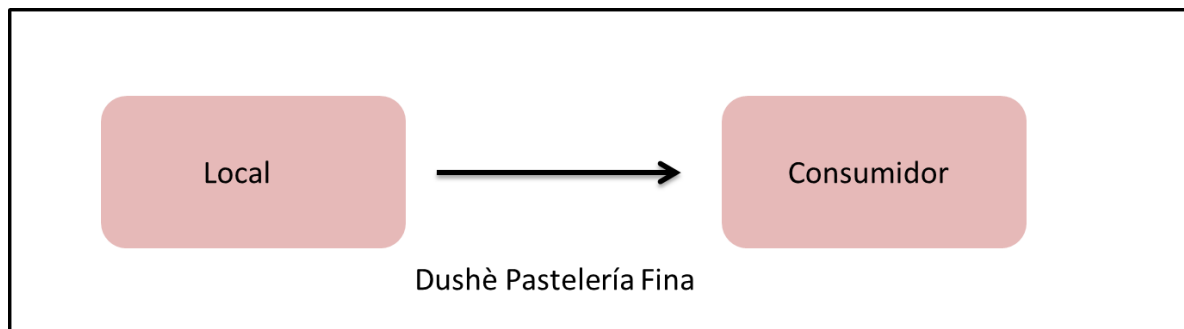
B. Creación de página web

- La idea del lanzamiento de la página web, nace a raíz del deseo de brindarle al cliente un mejor servicio, mediante el cual pueda interactuar con la empresa (B2C).
- Le brindaremos el servicio de delivery, donde nuestra carta multimedia será de mucha utilidad, para la decisión del cliente.
- Mediante nuestra página web, la cual sería “www.cafedushe.com”, también nuestros clientes podrán desarrollar su creatividad, proponiendo su propio desayuno, sándwich, etc.

3.3.3.2. Caracterización de Actores según Canal y Medio

➤ Local propio:

CUADRO N° 13

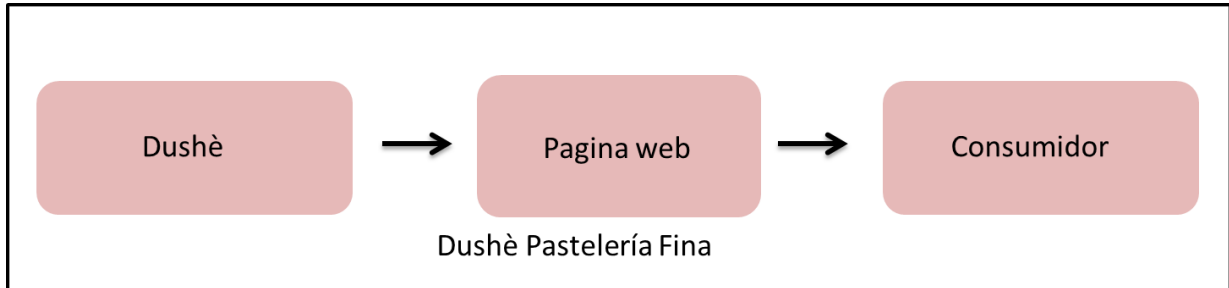


Elaboración propia.



➤ **Página web:**

CUADRO N° 14



Elaboración Propia

CUADRO N° 15

Encuentre un Excelente Dominio
Escriba su dominio (sunombre.com) o palabras claves (futbol compras Mexico)

cafedushe [→ BUSCAR](#) [Búsqueda al Mayor](#)

Descuentos por volumen o multi-anauales que no se muestren abajo serán aplicados en el carrito.

RESULTADOS DE BÚSQUEDA DE DOMINIOS **DOMINIOS GLOBALES**

Dominio	Estado	Precio/Año	
<input checked="" type="checkbox"/> cafedushe.com	DISPONIBLE	\$10.47	eliminar 🗑️
<input type="checkbox"/> cafedushe.net	DISPONIBLE	\$10.47	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.org	DISPONIBLE	\$10.47	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.es	DISPONIBLE	\$19.99	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.com.mx	DISPONIBLE	\$44.99	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.hn	DISPONIBLE	\$74.99	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.tv	DISPONIBLE	\$29.99	seleccionar ▶️
<input type="checkbox"/> cafedushe.mobi	DISPONIBLE	\$11.95	seleccionar ▶️



Busqueda:

Dominio: \$10.47, equivale a S/.29.00

- **FUENTE: HOSTING**

<http://www.peruhosts.com>

CUADRO N° 16

PLANES	EMPRESARIAL
Espacio en Disco	1 GB
Ancho de Banda (Bandwidth)	8 Gbytes
99.9% uptime	si
Soporte 24/7	si
Backups Diarios	si
30 días de Garantía con retorno de dinero(money back guarantee)	si
Instalación Gratuita	si
CARACTERISTICAS DE DOMINIOS/FTP	
Sub-dominios	ilimitados
Cuentas FTP	ilimitados
CARACTERISTICAS SOPORTADAS	
Base de Datos MySQL	ilimitados
CGI	si
PERL	si
Cron	si
SSI	si
Frontpage	si
Curl	si
Image Magick	si
Streaming de Video y Música	si
GD	si
Python	si
PHP	si
E-mail	

3.3.3.3. Condiciones de Acceso



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Rápido acceso.
- Costos bajos.

3.3.3.4. Criterios de Selección

- Geográficamente cubren el radio de acción de los niveles a los que me dirijo.
- El criterio que se tomó para usar este medio, fue ya que es muy accesible para todos los medios.
- Confianza del consumidor al canal o medio.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo IV

Estudio Técnico

4.1. Especificaciones Técnicas del Producto

Dushè, contará con diversas líneas de producción.

1. Tortas



✓ Contaremos con la más grande diversidad de tortas, elaborados con las mejores recetas e insumos de alta calidad que harán de están los mejores postres.

Entre las cuales tendremos:

✓ La torta con costo más alto.

Torta tres leches:

Insumos utilizados para una unidad:

CUADRO N° 17

INSUMOS	CANTIDAD
HUEVOS	6 UNIDADES
AZUCAR	2 TAZAS
VAINILLA	2 CUCHARADITAS
HARINA	2 TAZAS
POLVO DE HORNEAR	3 CUCHARADITAS
LECHE FRESCA	1 Y 1/2 TAZA
LECHE CONDENSADA	2 LATAS
LECHE EVAPORADA	2 LATAS
CREMA DE LECHE	2 LATAS
CREMA CHANTILLINE	1 BOLSA

✓ La torta más usada

Torta de Chocolate:

Insumos para la elaboración de una unidad:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 18

INSUMOS	CANTIDAD
HUEVOS	3 UNIDADES
ACEITE	1 Y 1/2 TAZA
LECHE FRECA	1 Y 1/2 TAZA
VINAGRE	2 CUCHARADAS
VAINILLA	2 CUCHARADITA
HARINA	3 TAZAS
BICARBONATO	2 CUCHARADITAS
COCOA WINTERS	1 TAZA
SAL	1 CUCHARADITA
AZUCAR	2 Y 1/2 TAZAS
LECHE CONDENSADA	1 TARRO
LECHE EVAPORADA	2 TARROS
COCA	170 GRAMOS
GLUCOMIEL	1 CUCHARADA
MANTEQUILLA	1 CUCHARADITA

✓ La torta con costo más bajo de fabricación:

Torta de zanahoria:

Insumos para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 19

INSUMOS	CANTIDAD
AZUCAR	2 TAZAS
ACEITE	1 Y 1/2 TAZA
HUEVOS	4
HARINA	2 TAZAS
BICARBONATO	2 CUCHARADITAS
SAL	1 CUCHARADITAS
POLVO HORNEAR	2 CUCHARADITAS
CANELA MOLIDA	2 CUCHARADITAS
CLAVO DE OLOR	1/2 CUCHARADITA
NUEZ MOSCADA	1/4 CUCHARADITA
ZANAHORIA	2 TAZAS RALLADA
NUEZ	1/2 TAZA
ALBARICOQUE	1 TAZA

2. Postres



✓ Presentaremos variedad de postres, grandes, pequeños y diferentes sabores, elaborado con los insumos frescos que harán que los postres sean más deliciosos.

Entre las cuales tendremos:

✓ El postre con costo más alto.

Pie de pecanas:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 20

INSUMOS	CANTIDAD
HARINA	1 Y 1/4 TAZA
HUEVO	6
AZUCAR	1 TAZA
SAL	1 PISCA
MATEQUILLA	115 GRAMOS
VAINILLA	1 Y 1/2 CUCHARADITA
PECANAS	400 GRAMOS
GLUCOMIEL	1 TAZA

✓ El postre más usado:

Tartaleta de Frutas:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 21

INSUMOS	CANTIDAD
AZUCAR EN POLVO	122 GRAMOS
HARINA	2 TAZAS
SAL	1 CUCHARADITA
MANTEQUILLA	127 GRAMOS
HUEVO	1
LECHE	2 TAZAS
MAICENA	15 GRAMOS
HUEVOS	5
AZUCAR	100 GRAMOS
JALEA DE ALBARICOQUE	1 TAZA
FRUTA DE ESTACION	300 GRAMOS
GLUCOMIEL	1/4 DE TAZA

✓ El postre de más bajo costo:

Pie de limón:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 22

INSUMOS	CANTIDAD
GALLETA VAINILLA	500 GRAMOS
MANTEQUILLA	200 GRAMOS
LECHE CONDENSADA	2
LIMON	1 TAZA DE JUGO
HUEVO	8 UNIDADES
AZUCAR	2 TAZAS
VAINILLA	1 CUCHARADITA
SAL	1 PISCA

3. Sándwiches



✓ La elaboración de los sándwiches estará hecha a base de la más fina selección de ingredientes, para que estos tengan un excelente sabor de agrado para las personas.

Entre las cuales tendremos:

✓ El Sándwich con costo más alto.

Lomo con champiñones:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 23

INSUMOS	CANTIDAD
LOMO	200 GRAMOS
CHAMPIGNONES	70 GRAMOS
PIMIENTA	1 PISCA
ACEITE	20 GRAMOS
CREMA DE LECHE	20 GRAMOS
SAL	1 CUCHARADITA
PAN	1 UNIDAD
LECHUGA	1 HOJA
NUES MOSCADA	1 PISCA
HARINA	10 GRAMOS

✓ El Sándwich más usado.

Club sándwich:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 24

INSUMOS	CANTIDAD
POLLO	100 GRAMOS
HUEVO	2 HUEVOS
TOMATE	1 TOMATE
MAYONESA	30 GRAMOS
JAMON INGLES	50 GRAMOS
QUEZO	50 GRAMOS
PAN DE MOLDE	4 HOJAS

✓ El Sándwich de menor costo de producción.

Sándwich de pollo:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 25

INSUMOS	CANTIDAD
POLLO	200 GRAMOS
MAYONESA	50 GRAMOS
PAN DE MOLDE	2 HOJAS
APIO	20 GRAMOS

4. Bebidas Calientes



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

✓ En esta línea brindaremos diversidad de bebidas calientes elaborados a base de los mejores ingredientes para obtener las más deliciosas bebidas.

Entre las cuales tendremos:

✓ La bebida caliente con costo más alto.

Café Dushè:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 26

INSUMOS	CANTIDAD
CAFÉ	1/2 TAZA
CHOCOLATE	1/4 TAZA
LECHE	1/4 TAZA
MASHMELOW	5 UNIDADES
AZUCAR	2 CUCHARADAS

✓ La bebida caliente más usado.

Cappuccino:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 27

INSUMOS	CANTIDAD
CAFÉ	1 TAZA
CHANTILLINE	1/4 TAZA
AZUCAR	2 CUCHARADAS

✓ La bebida caliente de más bajo costo.

Café americano:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 28

INSUMOS	CANTIDAD
CAFÉ	1 TAZA
AZUCAR	2 CUCHARADAS

5. **Bebidas Frías**



✓ En esta línea de producción de bebidas frías elaborada con las mejores frutas e ingrediente frescos de la más alta calidad de sus productos.

Entre las cuales tendremos:

✓ La bebida fría con costo más alto.

Milkshake:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 29

INSUMOS	CANTIDAD
HELADO	4 BOLAS
LECHE CONDENSADA	1/2 TAZA
LECHE EVAPORADA	1/2 TAZA

✓ La bebida fría más usada.

Jugo de piña:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 30

INSUMOS	CANTIDAD
PINA	1/2 TAZA
AGUA	1/2 TAZA
AZUCAR	2 CUCHARADAS

✓ La bebida fría de costo más bajo.

Limonada:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 31

INSUMOS	CANTIDAD
LIMON	4 LIMONES
AGUA	1 TAZA
AZUCAR	2 CUCHARADAS

6. Ensaladas



✓ En esta línea de producción de ensaladas utilizaremos la más fina selección de lechugas para que se hagan de estas una delicia.

Entre las cuales tendremos:

✓ Ensalada de mayor costo de producción.

Ensalada hawaiana:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 32

INSUMOS	CANTIDAD
ESPINACA	50 GRAMOS
LECHUGA VERDE	100 GRAMOS
LECHUGA MORADA	100 GRAMOS
PIÑA TROSADA	2 RODAJAS
PECANAS	5 UNIDADES
MANTEQUILLA	20 GRAMOS
CRUTONES	100 GRAMOS
TOCINO	150 GRAMOS
ALIÑOS	1/2 TAZA

✓ Ensalada más usada.

Ensalada cesar:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 33

INSUMOS	CANTIDAD
LECHUGA VERDE	100 GRAMOS
LECHUGA MORADA	100 GRAMOS
CRUTONES	150 GRAMOS
QUEZO PARMESANO	100 GRAMOS
POLLO	150 GRAMOS
ALIÑO ESPECIAL	1/2 TAZA

- ✓ Ensalada de más bajo costo de producción

Ensalada criolla:

Insumos utilizados para la elaboración de una unidad:

CUADRO N° 34

INSUMOS	CANTIDAD
LECHUGA VERDE	100 GRAMOS
LECHUGA MORADA	100 GRAMOS
ESPINACA	50 GRAMOS
CHOCLO	50 GRAMOS
QUESO FRESCO	50 GRAMOS
TOMAME	1 UNIDAD
PALTA	1/2 UNIDAD
ALIÑO	1/2 TAZA

7. Panes



- ✓ En esta línea de producción de pan, se tendrá gran variedad de los más exquisitos panes de diferentes tamaños y sabores.

Entre las cuales tendremos:

- ✓ Pan de mayor costo de producción.

Pan de nueces:

Insumos utilizados para la elaboración de 30 unidades.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 35

INSUMOS	CANTIDAD
HARINA DE CENTENO	250 GRAMOA
LEVADURA	75 GRAMOS
AZUCAR	1 CUCHARADITA
NUECES	200 GRAMOS
MANTECA	2 CUCHARADITA
HARINA	250 GRAMOS
SAL	2 CUCHARADITAS

✓ Pan de mayor uso en el mercado.

Pan de yema:

Insumos utilizados para la elaboración de 70 unidades.

CUADRO N° 36

INSUMOS	CANTIDAD
MANTECA	250 GRAMOS
HUEVOS	13 UNIDADES
LECHE	1/2 TAZA
LEVADURA	50 GRAMOS
AZUCAR	350 GRAMOS
HARINA	1 KILO
CANELA	2 CUCHARADITAS
VAINILLA	1 CUCHARADITA

✓ Pan de mayor costo de producción.

Pan francés:

Insumos utilizados para la elaboración de 120 unidades.

CUADRO N° 37

INSUMOS	CANTIDAD
AGUA	2 LITROS
SAL	60 GRAMOS
MANTECA	60 GRAMOS
AZUCAR	60 GRAMOS
HARINA	5 KILOS
LEVADURA	100 GRAMOS

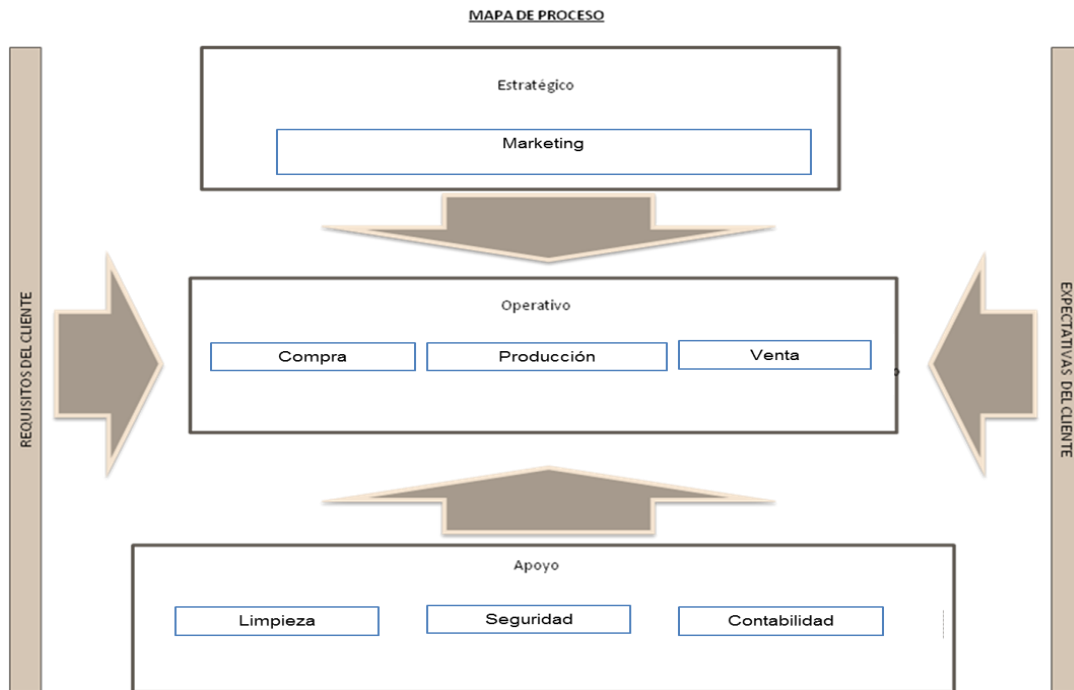
4.2. Ingeniería Básica

4.2.1. Descripción de Procesos

La producción de estos paquetes será, cuando se genere un pedido por parte de las personas que acudirán a nuestro establecimiento.

4.2.1.1. Mapa de Procesos

CUADRO N° 38



4.2.1.2. Proceso de Producción

Se mostrara el proceso de producción por cada línea de producción que la empresa brindara.

1. Línea de tortas:

CUADRO N° 39

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	TORTA TRES LECHE
MAS USADO	TORTA DE CHOCOLATE
MAS BARATO	TORTA DE ZANAHORIA

❖ **Proceso de producción de la línea de tortas:**

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.

✓ **Lavado:**

Al recibir los insumos en cocina se lavan los que son necesarios para el uso.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

✓ **Medición:**

En esta parte se comienza a medir las cantidades que se usaran para la elaboración de las tortas.

✓ **Mezcla de insumos:**

Al tener los insumos medidos se comenzara con la mezcla de los ingredientes para la preparación de las tortas.

✓ **Horneado:**

Al ya tener los ingredientes mezclados se introducirá en el horno para la cocción de las tortas.

✓ **Decoración:**

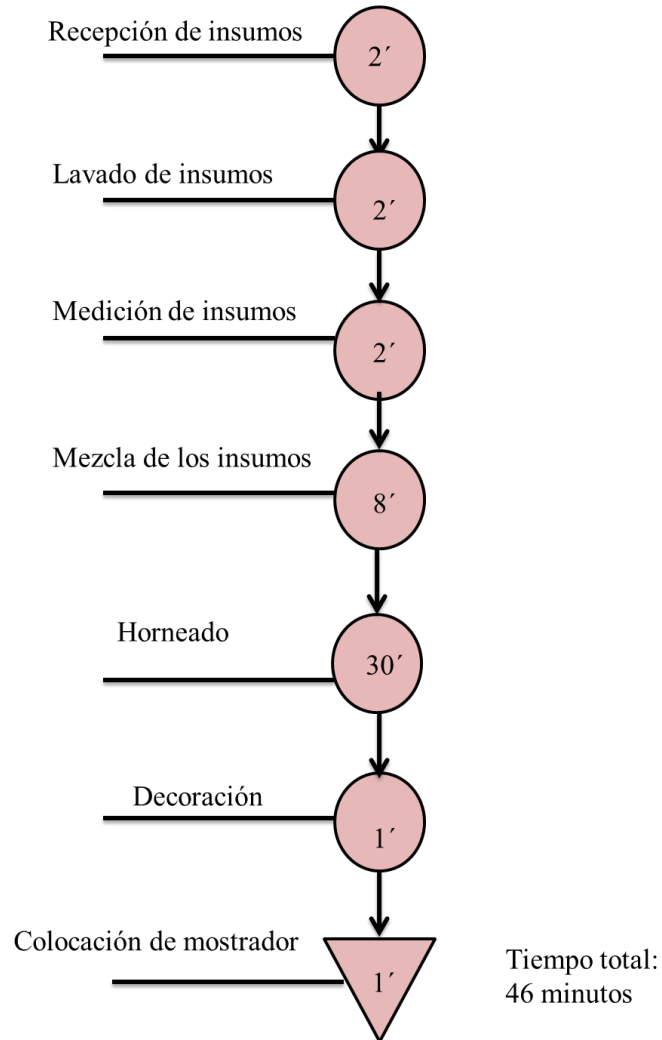
Ya horneada la torta se tiende a la decoración de la misma para así darle una mejor presencia.

✓ **Colocación mostrador:**

En esta etapa una vez que la torta se encuentra lista se colocara en el mostrador hasta que sea vendida.

❖ **Flujo operativo:**

Línea de producción de tortas



❖ **Cuadro Resumen:**

CUADRO N° 40

Resumen de Proceso de línea de producción tortas.				
Área de cocina		Diagrama # 1	Hoja 1 de 1	
Objeto: Brindar un servicio al consumidor	RESUMEN			
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía
	Operación ●	6		
Actividad:	Inspección ■			



Bachiller: **María Alexandra Rodríguez Chávez**

Línea de producción de tortas	Transporte 	1							
Método: PROPUESTO	Espera 								
	Almacenamiento 								
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Distancia (m)								
	Tiempo (min.)	46m							
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2	*					
Lavado de insumos			2	*					
Medición de insumos			2	*					Cierta cantidad por cada tipo.
Mezcla de insumos			8	*					
Horneado			30	*					
Decoración			1	*					Mejor apariencia.
Colocación en mostrador			1				*		Hasta que el producto sea vendido.

2. Línea de postres:

CUADRO N° 41

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	PIE DE PECANAS
MAS USADO	TARLETA DE FRUTA
MAS BARATO	PIE DE LIMON

❖ Proceso de producción de la línea de postres:

✓ Recepción de insumos:

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

✓ **Lavado:**

Al recibir los insumos en cocina se lavan los que son necesarios para el uso.

✓ **Medición:**

En esta parte se comienza a medir las cantidades que se usaran para la elaboración de las tortas.

✓ **Mezcla de insumos:**

Al tener los insumos medidos se comenzara con la mezcla de los ingredientes para la preparación de las bases de los postres.

✓ **Horneado:**

Al ya tener los ingredientes mezclados se introducirá en el horno para la cocción de la base de los postres.

✓ **Relleno:**

Al ya haberse horneado la base, se rellena con crema dependiendo del postre que sea.

✓ **Horneado:**

Al haber relleno las bases con cremas, nuevamente se introduce al horno.

✓ **Decoración:**

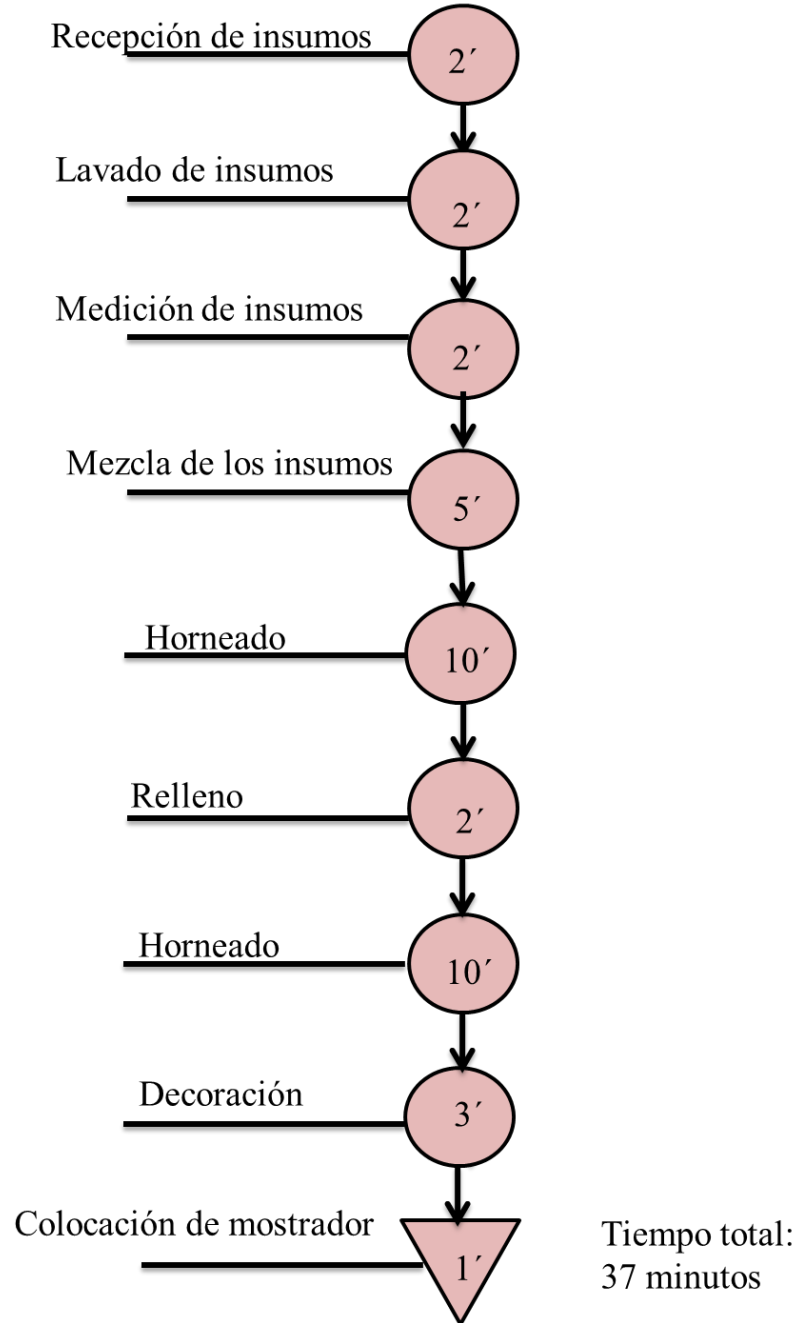
Ya horneado el postre se tiende a la decoración de la misma.

✓ **Colocación mostrador:**

En esta etapa una vez que el postre ya se encuentra lista se colocara en el mostrador hasta que sea vendida.

Flujo operativo

Línea de producción de Postres



CUADRO N° 42

Resumen analítico de línea de producción de postres									
Línea de producción tortas – área de cocina					Diagrama # 2				
Objeto: Brindar un servicio al consumidor	RESUMEN								
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía					
	Operación 	8							
Actividad: Línea de producción de postres	Inspección 								
	Transporte 								
Método: PROPUESTO	Espera 								
	Almacenamiento 	1							
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Distancia (m)								
	Tiempo (min.)		37						
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2	*					
Lavado			2	*					
Medición			2	*					
Mezcla de insumos			5	*					Para base y crema
Horneado			10	*					
Relleno			3	*					Crema
Horneado			10	*					



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Decoración			5	*					
Colocación mostrador			1					*	

3. Línea de sándwiches:

CUADRO N° 43

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	LOMO CON CHAMPIGNONES
MAS USADO	CLUB SANDWICHS
MAS BARATO	SANDWINCH DE POLLO

Proceso de producción de la línea de sándwiches:

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.

✓ **Lavado:**

Al recibir los insumos en cocina se lavan los que son necesarios para el uso.

✓ **Medición:**

En esta parte se comienza a medir las cantidades que se usaran para la elaboración de los distintos sándwiches.

✓ **Preparación:**

Al ya tener los insumos se prepara el sándwiches, una vez que el pedido se haya realizado.

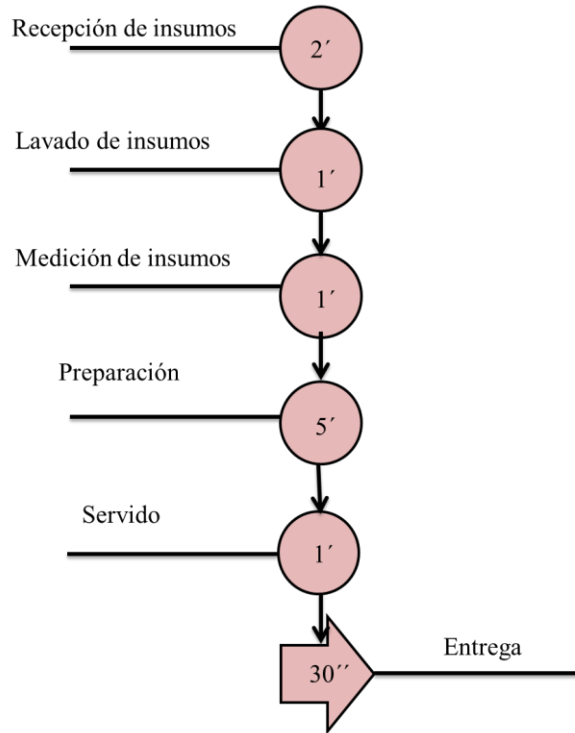
✓ **Servido:**

Ya una vez listo el sándwich se sirve.

✓ **Entrega:**

Al ya estar servido se entrega al mozo para que este sea llevado al cliente.

Línea de producción de sándwiches











Tiempo total:
10 minutos y 30 segundos

CUADRO N° 43

Resumen analítico de línea de producción de sándwiches				
Línea de producción sándwiches – área de cocina		Diagrama		
		# 3		
Objeto: Brindar un servicio al consumidor	RESUMEN			
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía
	Operación ●	5		
Actividad:	Inspección ■			



Bachiller: **María Alexandra Rodríguez Chávez**

Línea de producción de sándwiches	Transporte 	1							
Método: PROPUESTO	Espera 								
	Almacenamiento 								
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Distancia (m)								
	Tiempo (min.)		10´y 30´´						
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2	*					
Lavado			1	*					
Medición			1	*					
Preparación			5	*					
Servido			1	*					
Entrega			30´´		*				

4. Línea de bebidas calientes

CUADRO N° 44

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	CAFÉ DUSHE
MAS USADO	CAPUCCINO
MAS BARATO	CAFÉ AMERICANO

Proceso de producción de la línea de bebidas calientes:

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.

✓ **Colocación:**

Colocar los insumos en las maquinas especiales para realizar estas bebidas.

✓ **Medición:**

En esta parte se comienza a medir las cantidades que se usaran para la elaboración de las bebidas.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

✓ **Combinación:**

Al ya tener los insumos medidos se mezclan para obtener la bebida una vez que la bebida haya sido solicitada.

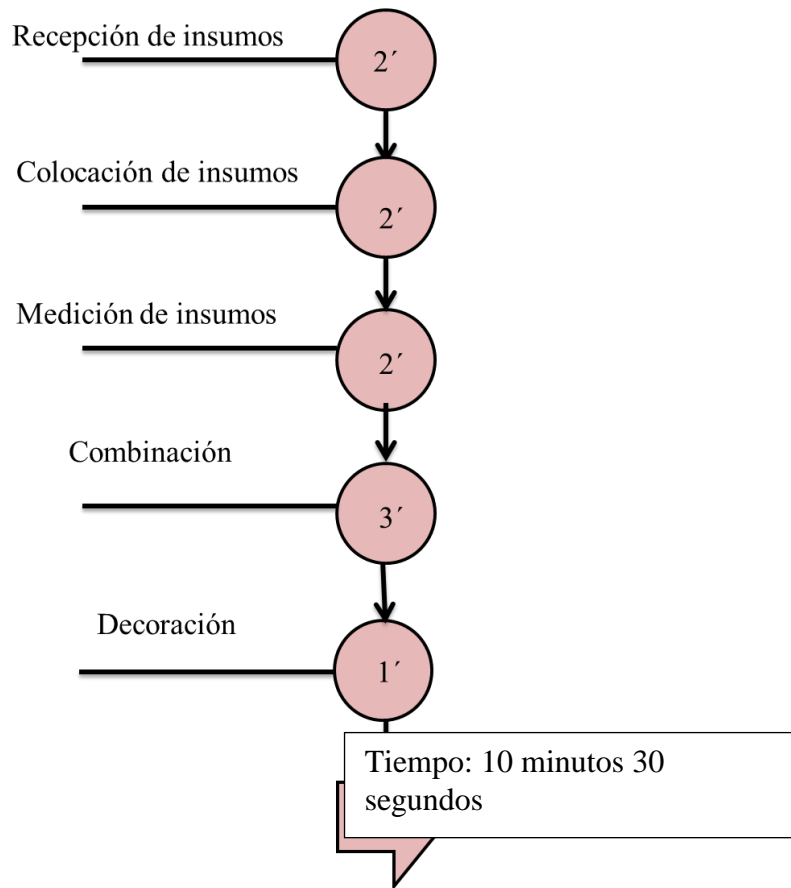
✓ **Decoración:**

Al ya tener las bebidas lista se decora.

✓ **Entrega:**

Al ya estar la bebida lista se entrega al mozo para ser llevado al cliente.

Línea de producción de Bebidas calientes



CUADRO N° 45

Resumen analítico de línea de producción de bebidas calientes.		
Línea de producción Bebidas calientes – Barra de atención	Diagrama # 4	
Objeto:	RESUMEN	



Bachiller: **María Alexandra Rodríguez Chávez**

Brindar un servicio al consumidor	ACTIVIDAD		Actual	Propuesto	Economía				
	Operación		5						
Actividad: Línea de producción de Bebidas Calientes	Inspección								
	Transporte		1						
Método: PROPUESTO	Espera								
	Almacenamiento								
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Distancia (m)								
	Tiempo (min.)		10´y 30´´						
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2	*					
Colocación			2	*					
Medición			2	*					
Combinación			3	*					
Decoración			1	*					
Entrega			30´´		*				

5. Línea de Bebidas frías

CUADRO N° 46

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	MILKSHAKE
MAS USADO	JUGO DE PIÑA
MAS BARATO	LIMONADA

Proceso de producción de la línea de bebidas frías:

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.

✓ **Lavado:**



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Al recibir los insumos se lavan para que estén listos para usar.

✓ **Medición :**

Ya lavado se miden las cantidades para cada bebida.

✓ **Preparación:**

En esta fase se preparan las bebidas, una vez solicitadas.

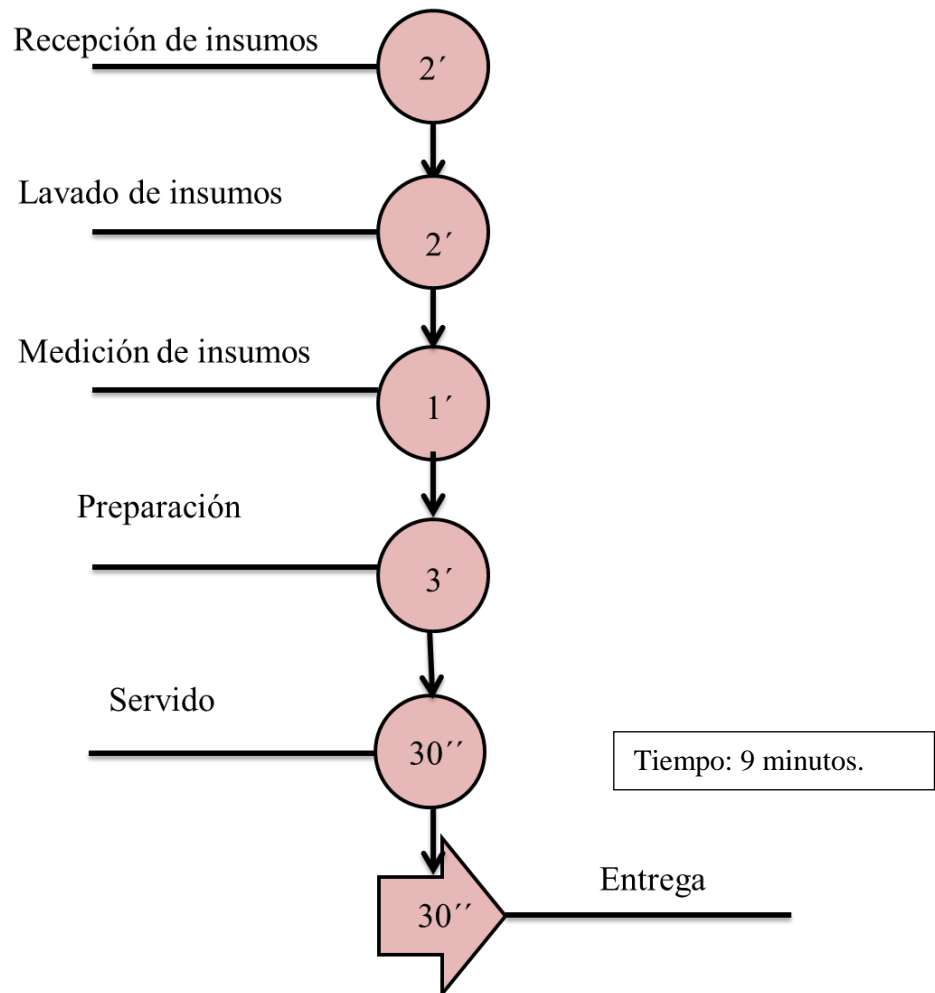
✓ **Servido:**

Se sirven las bebidas.

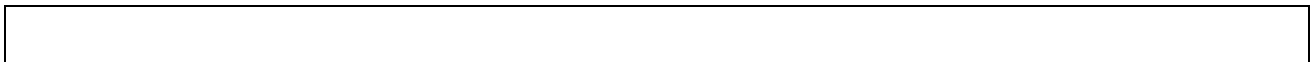
✓ **Entrega:**

Al ya estar la bebida lista se entrega al mozo para ser llevado al cliente.

Línea de producción de Bebidas frías



CUADRO N° 47





Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Resumen analítico de línea de producción de Bebidas Frías.									
Línea de producción Bebidas frías – Barra de atención					Diagrama # 5				
Objeto: Brindar un servicio al consumidor	RESUMEN								
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía					
Actividad: Línea de producción de Bebidas frías.	Operación 	5							
Método: PROPUESTO	Inspección 								
	Transporte 	1							
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Espera 								
	Almacenamiento 								
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Distancia (m)								
	Tiempo (min.)	9'							
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2	*					
Lavado			2	*					
Medición			1	*					
Preparación			3	*					
Servido			30''	*					
Entrega			30''	*					

6. Línea de ensaladas

CUADRO N° 48

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	ENSALADA HAWAIANA
MAS USADO	ENSALADA CESAR
MAS BARATO	ENSALADA CRIOLLA

Proceso de producción de la línea de ensaladas:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores.

✓ **Lavado:**

Al recibir los insumos se lavan para que estén listos para usar.

✓ **Medición :**

Ya lavado se miden las cantidades para cada porción de ensalada.

✓ **Preparación:**

Preparación de la ensalada.






✓ **Servido:**

Se sirven las ensaladas.

✓ **Entrega:**

Ya lista la ensalada se entrega al mozo para ser llevada al cliente.

CUADRO N° 49

Resumen analítico de línea de producción de ensaladas				
Línea de producción ensalada – Cocina		Diagrama # 6		
Objeto: Brindar un servicio al consumidor	RESUMEN			
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía
Actividad: Línea de producción de ensaladas.	Operación 	5		
	Inspección 			
Método: PROPUESTO	Transporte 	1		
	Espera 		Tiempo: 12 minutos.	
Hecho por: María Alexandra Rodríguez Chávez	Almacenamiento 			
	Distancia (m)			
	Tiempo (min.)	12´		



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
				●	➔	D	■	▼	
Recepción de insumos			2	*					
Lavado			2	*					
Medición			2	*					
Preparación			5	*					
Servido			30''	*					
Entrega			30''		*				

7. Línea de panes

CUADRO N° 50

CATEGORIA	NOMBRE
MAS CARO	PAN DE NUECES
MAS USADO	PAN DE YEMA
MAS BARATO	PAN FRANCES

Proceso de producción de la línea Panes.

✓ **Recepción de insumos:**

En esta parte trata de la recepción de insumos que la empresa tiene al recibir mercadería de los proveedores

✓ **Mezclar:**

Mezclar todos los ingredientes necesarios para la elaboración del pan.

✓ **Pesar:**

La masa llega a ser pesada en la balanza digital para obtener un peso acordado al momento de formar el pan. Se divide en tantas partes sea necesarias, pero siempre y cuando lleguen a obtener el mismo peso.

✓ **Cortar:**

La masa dividida es extendida y mediante una divisora se procede a cortar en partes pequeñas iguales, cada parte será un pan

✓ **Dar forma:**

Las masas ya cortadas pasan a ser formadas con la mano en panes, todo esto será colocado en bandejas, al mismo tiempo se realiza una revisión para



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

certificar que todas las bandejas vayan llenas y de acuerdo a los estándares que se requieren.

✓ **Fermentar:**

En esta etapa las bandejas de panes crudos ya listas, serán dejadas reposar para su fermentación.

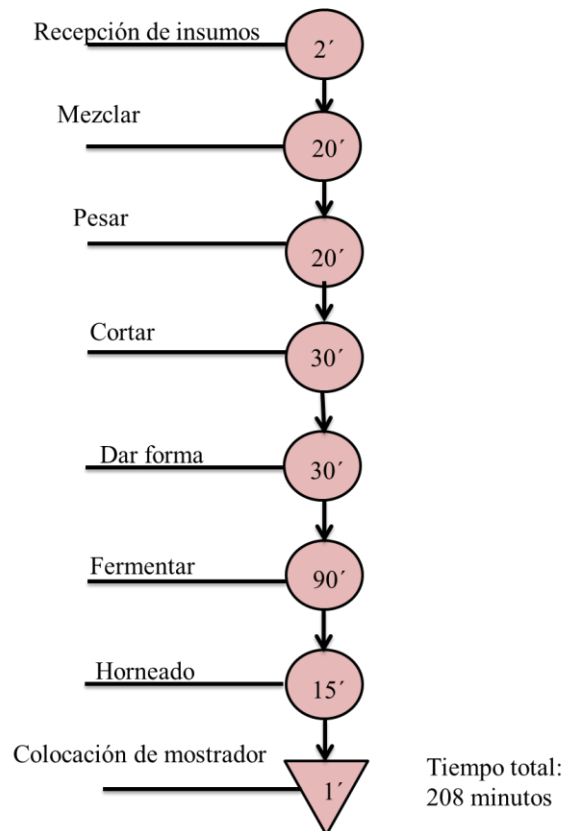
✓ **Hornear:**

Luego de haber pasado por la etapa anterior de la fermentación para pasar a los hornos con una temperatura de 160 grados Celsius. Aquí al final se realiza un control de todas las bandejas para observar si todas tienen la calidad exacta que se necesita.

✓ **Colocar en mostrador:**

Una vez ya los panes listos se colocaran en el mostrador de para que sean vendidos.

Línea de producción de Panes
POR 288 UNIDADES



CUADRO N° 51

Resumen analítico de línea de producción de panes									
Línea de producción de pan – Área de Panadería					Diagrama				
					# 7				
Objeto:	RESUMEN								
	ACTIVIDAD	Actual	Propuesto	Economía					
Brindar un servicio al consumidor	Operación 	5							
Actividad:	Inspección 								
	Línea de producción de pan	Transporte 	1						
Método:	Espera 								
	PROPUESTO	Almacenamiento 							
Hecho por:	Distancia (m)								
	María Alexandra Rodríguez Chávez		Tiempo (min.)	208´					
DESCRIPCIÓN	Cantidad (Kg.)	Distancia (m)	Tiempo (min.)	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
									
Recepción de insumos			2´	*					
Mezclar			20´	*					
Pesar			20´	*					
Cortar			30´	*					
Dar forma			30´	*					
Fermentar			90´		*				



Bachiller: **María Alexandra Rodríguez Chávez**

Hornear			15'						
Colocar en mostrador			1'						

4.2.1.3. Otros Procesos y/o Subprocesos:

4.2.1.3.1. De Gestión Estratégica

Delivery:

Proceso de delivery:

✓ **Recepción de pedido:**

Por medio de una llamada o por la página web.

✓ **Realizar pedido:**

Una vez que la orden es tomada se envía la comanda a cocina, para que el pedido se aliste.

✓ **Preparación de pedido :**

Una vez que se hace el pedido se prepara el producto solicitado.

✓ **Empaquetar el pedido:**

Ya listo se empaqueta para ser llevado.

✓ **Llevar el pedido:**

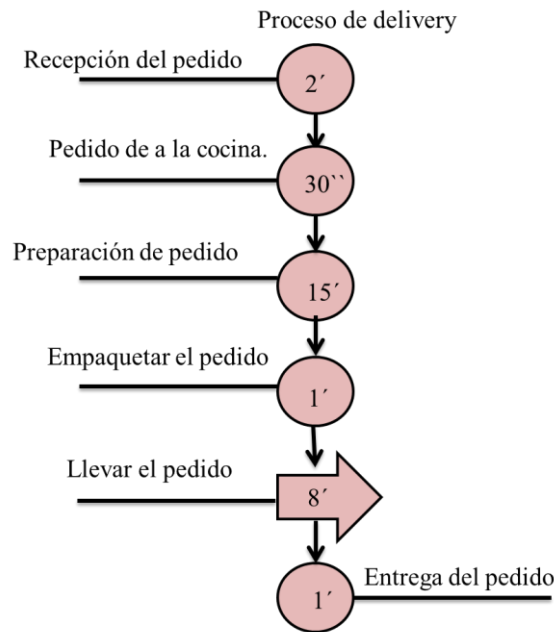
Se lleva el pedido al lugar de entrega.

✓ **Entrega de pedido:**

Se entrega el pedido al cliente, que lo solito.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez



Tiempo: 27 minutos con 30 segundos.

4.2.2. Producción y Capacidad

4.2.2.1. Tiempo de Ciclo

a. Tortas:

El primer lote se produce en un intervalo de 3 horas 46 minutos; luego de ello se generan constantemente lotes cada una 1 hora y 30 minutos.

CUADRO N° 52

	Medir		Mezclar		Hornear		Decoración	
Tiempo	00:48:00		00:40:00		01:30:00		00:24:00	
Unidad	Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades	
Lote 1	07:00:00	07:48:00	07:49:00	08:29:00	08:30:00	10:00:00	10:01:00	10:25:00
Lote 2	07:49:00	08:37:00	08:38:00	09:18:00	10:01:00	11:31:00	11:32:00	11:56:00
Lote 3	08:38:00	09:26:00	09:27:00	10:07:00	11:32:00	13:02:00	13:03:00	13:27:00
Lote 4	09:27:00	10:15:00	10:16:00	10:56:00	13:03:00	14:33:00	14:34:00	14:58:00
Lote 5	10:16:00	11:04:00	11:05:00	11:45:00	14:34:00	16:04:00	16:04:00	16:28:00
Lote 6	11:05:00	11:53:00	11:54:00	12:34:00	16:05:00	17:35:00	17:36:00	18:00:00
Lote 7	11:54:00	12:42:00	12:43:00	13:23:00	17:36:00	19:06:00	19:07:00	19:31:00
Lote 8	12:43:00	13:31:00	13:31:00	14:11:00	19:07:00	20:37:00	20:38:00	21:02:00
Lote 9	13:32:00	14:20:00	14:21:00	15:01:00	20:38:00	22:08:00	22:09:00	22:33:00

REFERENCIA	
1 HORNO	1 COCHE
1 COCHE	12 BANDEJAS
1 BANDEJA	2 MOLDES
1 HORNEADA	24 MOLDES DE TORTAS

PRIMER LOTE	03:46:00
TIEMPO DE CICLO	01:31:00
CUELLO DE BOTELLA	HORNEAR
PRODUCCION	216 TORTAS /DIA



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

MEZCLAR	
Batidora	5 kilos
1 torta	1 kilo

b. Postres:

El primer lote se produce en un intervalo de 3 horas 58 minutos; luego de ello se generan constantemente lotes cada una 1 hora y 13 minutos.

CUADRO N° 53

	Medir		Mezclar		Hornear		Rellenar		Hornear		Decorar	
Tiempo	00:48:00		00:40:00		00:15:00		00:48:00		00:15:00		01:12:00	
Unidad	Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades	
Lote 1	07:00:00	07:48:00	07:49:00	08:29:00	08:30:00	08:45:00	08:46:00	09:34:00	09:35:00	09:50:00	09:51	11:03:00
Lote 2	07:49:00	08:37:00	08:38:00	09:18:00	09:19:00	09:34:00	09:35:00	10:23:00	10:24:00	10:39:00	11:04	12:16:00
Lote 3	08:38:00	09:26:00	09:27:00	10:07:00	10:08:00	10:23:00	10:24:00	11:12:00	11:13:00	11:28:00	12:17	13:29:00
Lote 4	09:27:00	10:15:00	10:16:00	10:56:00	10:57:00	11:12:00	11:13:00	12:01:00	12:02:00	12:17:00	13:30	14:42:00
Lote 5	10:16:00	11:04:00	11:05:00	11:45:00	11:46:00	12:01:00	12:02:00	12:50:00	12:51:00	13:06:00	14:43	15:55:00
Lote 6	11:05:00	11:53:00	11:54:00	12:34:00	12:35:00	12:50:00	12:51:00	13:39:00	13:40:00	13:55:00	15:56	17:08:00
Lote 7	11:54:00	12:42:00	12:43:00	13:23:00	13:24:00	13:39:00	13:40:00	14:28:00	14:29:00	14:44:00	17:09	18:21:00
Lote 8	12:43:00	13:31:00	13:32:00	14:12:00	14:12:00	14:27:00	14:28:00	15:16:00	15:17:00	15:32:00	18:22	19:34:00
Lote 9	13:32:00	14:20:00	14:21:00	15:01:00	15:02:00	15:17:00	15:18:00	16:06:00	16:07:00	16:22:00	19:35	20:47:00
Lote 10	14:21:00	15:09:00	15:10:00	15:50:00	15:51:00	16:06:00	16:07:00	16:55:00	16:56:00	17:11:00	20:48	22:00:00

REFERENCIA	
1 HORNO	1 COCHE
1 COCHE	12 PLANCHAS
1 PLANCHA	2 MOLDES
1 HORNEADA	24 MOLDES

PRIMER LOTE	03:58:00
TIEMPO DE CICLO	01:13:00
CUELLO DE BOTELLA	DECORAR
PRODUCCION	216 TORTAS /DIA

MEZCLAR	
Batidora	5 kilos
1 Postre	1/2 kilo

c. Sándwiches:

El primer lote se produce en un intervalo de 4 horas 15 minutos; luego de ello se generan constantemente lotes cada una 1 hora y 31 minutos.

CUADRO N° 54

	Lavado		Medir		Preparar		Servido	
Tiempo	01:00:00		01:00:00		01:30:00		00:45:00	
Unidad	Lote 120 unidades		Lote 120 unidades		Lote 120 unidades		Lote 120 unidades	
Lote 1	07:00:00	08:00:00	08:01:00	09:01:00	09:02:00	10:32:00	10:33:00	11:18:00
Lote 2	08:01:00	09:01:00	09:02:00	10:02:00	10:03:00	12:03:00	12:04:00	12:49:00
Lote 3	09:02:00	10:02:00	10:03:00	11:03:00	12:04:00	13:34:00	13:35:00	14:20:00
Lote 4	10:03:00	11:03:00	11:04:00	12:04:00	13:35:00	15:05:00	15:06:00	15:51:00
Lote 5	11:04:00	12:04:00	12:05:00	13:05:00	15:06:00	16:36:00	16:37:00	17:22:00
Lote 6	12:05:00	13:05:00	13:06:00	14:06:00	16:37:00	18:07:00	18:08:00	18:53:00
Lote 7	13:06:00	14:06:00	14:07:00	15:07:00	18:08:00	19:38:00	19:39:00	20:24:00
Lote 8	14:07:00	15:07:00	15:08:00	16:08:00	19:39:00	21:09:00	21:10:00	21:55:00



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

REFERENCIA	
CANTIDAD DE PLATOS	120

PRIMER LOTE	04:15:00
TIEMPO DE CICLO	01:31:00
CUELLO DE BOTELLA	PREPARACION
PRODUCCION	960 SANDWICHES

d. Ensalada

El primer lote se produce en un intervalo de 2 horas 45 minutos; luego de ello se generan constantemente lotes cada una 1 hora y 01 minutos.

CUADRO N° 55

	Lavado		Medir		Preparar		Servido	
Tiempo	00:30:00		00:30:00		01:00:00		00:45:00	
Unidad	Lote 60 unidades		Lote 60 unidades		Lote 60 unidades		Lote 60 unidades	
	00:31:00	00:31:00	00:31:00	00:01:00	01:01:00	00:01:00		00:01:00
Lote 1	07:00:00	07:30:00	07:31:00	08:01:00	08:02:00	09:02:00	09:03:00	09:48:00
Lote 2	07:31:00	08:01:00	08:02:00	08:32:00	09:03:00	10:03:00	10:04:00	10:49:00
Lote 3	08:02:00	08:32:00	08:33:00	09:03:00	10:04:00	11:04:00	11:05:00	11:50:00
Lote 4	08:33:00	09:03:00	09:04:00	09:34:00	11:05:00	12:05:00	12:06:00	12:51:00
Lote 5	09:04:00	09:34:00	09:35:00	10:05:00	12:06:00	13:06:00	13:07:00	13:52:00
Lote 6	09:35:00	10:05:00	10:06:00	10:36:00	13:07:00	14:07:00	14:08:00	14:53:00
Lote 7	10:06:00	10:36:00	10:37:00	11:07:00	14:08:00	15:08:00	15:09:00	15:54:00
Lote 8	10:37:00	11:07:00	11:08:00	11:38:00	15:09:00	16:09:00	16:10:00	16:55:00
Lote 9	11:08:00	11:38:00	11:39:00	12:09:00	16:10:00	17:10:00	17:11:00	17:56:00
Lote 10	11:39:00	12:09:00	12:10:00	12:40:00	17:11:00	18:11:00	18:12:00	18:57:00
Lote 11	12:10:00	12:40:00	12:41:00	13:11:00	18:12:00	19:12:00	19:13:00	19:58:00
Lote 12	12:41:00	13:11:00	13:12:00	13:42:00	19:13:00	20:13:00	20:14:00	20:59:00

REFERENCIA	
CANTIDAD DE PLATOS	60
TOTAL	720

PRIMER LOTE	02:45:00
TIEMPO DE CICLO	01:01:00
CUELLO DE BOTELLA	PREPARACION
PRODUCCION	720 ENSALADAS

e. Panes

El primer lote se produce en un intervalo de 3 horas 25 minutos; luego de ello se generan constantemente lotes cada uno 31 minutos.

CUADRO N° 56



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

	Mezclar		Pesar		Cortar		Dar forma		Fermentar		Hornear	
Tiempo	00:20:00		00:20:00		00:30:00		00:30:00		01:30:00		00:15:00	
Unidad	Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades		Lote 24 unidades	
	00:21:00		00:21:00	00:01:00	00:31:00	00:01:00	00:31:00	00:01:00	01:01:00	00:01:00	00:16	00:01:00
Lote 1	05:30:00	05:50:00	05:51:00	06:11:00	06:12:00	06:42:00	06:43:00	07:13:00	07:14:00	08:44:00	08:45	09:00:00
Lote 2	05:51:00	06:11:00	06:12:00	06:32:00	06:33:00	07:13:00	07:14:00	07:44:00	07:45:00	09:15:00	09:16	09:31:00
Lote 3	06:12:00	06:32:00	06:33:00	06:53:00	07:14:00	07:44:00	07:45:00	08:15:00	08:16:00	09:46:00	09:47	10:02:00
Lote 4	06:33:00	06:53:00	06:54:00	07:14:00	07:45:00	08:15:00	08:16:00	08:46:00	08:47:00	10:17:00	10:18	10:33:00
Lote 5	06:54:00	07:14:00	07:15:00	07:35:00	08:16:00	08:46:00	08:47:00	09:17:00	09:18:00	10:48:00	10:49	11:04:00
Lote 6	07:15:00	07:35:00	07:36:00	07:56:00	08:47:00	09:17:00	09:18:00	09:48:00	09:49:00	11:19:00	11:20	11:35:00
Lote 7	07:36:00	07:56:00	07:57:00	08:17:00	09:18:00	09:48:00	09:49:00	10:19:00	10:20:00	11:50:00	11:51	12:06:00
Lote 8	07:57:00	08:17:00	08:18:00	08:38:00	09:49:00	10:19:00	10:20:00	10:50:00	10:51:00	12:21:00	12:22	12:37:00
Lote 9	08:18:00	08:38:00	08:39:00	08:59:00	10:20:00	10:50:00	10:51:00	11:21:00	11:22:00	12:52:00	12:53	13:08:00
Lote 10	08:39:00	08:59:00	09:00:00	09:20:00	10:51:00	11:21:00	11:22:00	11:52:00	11:53:00	13:23:00	13:24	13:39:00
Lote 11	09:00:00	09:20:00	09:21:00	09:41:00	11:22:00	11:52:00	11:53:00	12:23:00	12:24:00	13:54:00	13:55	14:10:00
Lote 12	09:21:00	09:41:00	09:42:00	10:02:00	11:53:00	12:23:00	12:24:00	12:54:00	12:55:00	14:25:00	14:26	14:41:00
Lote 13	09:42:00	10:02:00	10:03:00	10:23:00	12:24:00	12:54:00	12:55:00	13:25:00	13:26:00	14:56:00	14:57	15:12:00
Lote 14	10:03:00	10:23:00	10:24:00	10:44:00	12:55:00	13:25:00	13:26:00	13:56:00	13:57:00	15:27:00	15:28	15:43:00
Lote 15	10:24:00	10:44:00	10:45:00	11:05:00	13:26:00	13:56:00	13:57:00	14:27:00	14:28:00	15:58:00	15:59	16:14:00
Lote 16	10:45:00	11:05:00	11:06:00	11:26:00	13:57:00	14:27:00	14:28:00	14:58:00	14:59:00	16:29:00	16:30	16:45:00
Lote 17	11:06:00	11:26:00	11:27:00	11:47:00	14:28:00	14:58:00	14:59:00	15:29:00	15:30:00	17:00:00	17:01	17:16:00
Lote 18	11:27:00	11:47:00	11:48:00	12:08:00	14:59:00	15:29:00	15:30:00	16:00:00	16:01:00	17:31:00	17:32	17:47:00

REFERENCIA	
1 HORNO	1 COCHE
1 COCHE	12 BANDEJAS
1 BANDEJA	24 PANES
12 BANDEJAS	24 PANES POR BANDEJA
TOTAL DE PANES	288
TOTAL POR DIA	5184

PRIMER LOTE	03:25:00
TIEMPO DE CICLO	00:31:00
CUELLO DE BOTELLA	PREPARACION
PRODUCCION	5184 PANES

4.2.2.2. Posibles Cuellos de Botella

A continuación presentaremos el cuello de botella que se genera en cada línea de producción.

a. Tortas:

En la línea de tortas encontramos que el cuello de botella se encuentra en el horneado.

CUADRO N° 57

TORTAS					
ESTACIONES	MEDIR	MEZCLAR	HORNEAR	DECORACION	TOTAL
CANTIDAD	24	24	24	24	24
TIEMPO EN MINUTOS	48	40	90	24	3 H 46 MINUT
CAPACIDAD DE POR HORNO	24	24	24	24	24
			Cuello de botella		

b. Postres:

En la línea de postre encontramos que el cuello de botella se encuentra en la decoración.

CUADRO N° 58



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

TIEMPO DE CICLO PARA POSTRES							
ESTACIONES	MEDIR	MEZCLAR	HORNEAR	RELLENAR	HORNEAR	DECORACION	TOTAL
CANTIDAD		24	24	24	24	24	24
TIEMPO EN TIEMPO		48	20	15	48	15	72
CAPACIDAD DE POR HORNO		24	24	24	24	24	24
						Cuello de botella	

c. Sándwiches:

En esta línea encontramos que el cuello de botella se encuentra en la preparación de los sándwiches.

CUADRO N° 59

TIEMPO DE CICLO PARA SANDWICHES					
ESTACIONES	LAVADO	MEDIR	PREPARAR	SERVIR	TOTAL
PLATOS PARA SANDWICHES		120	120	120	120
TIEMPO TOTAL POR MINUTO		60	60	90	45
					Cuello de botella

d. Ensaladas:

En la línea de ensaladas encontramos que el cuello de botella se encuentra en la preparación.

CUADRO N° 60

TIEMPO DE CICLO PARA ENSALADA					
ESTACIONES	LAVADO	MEDIR	PREPARAR	SERVIR	TOTAL
PLATOS PARA SANDWICHES		60	60	60	120
TIEMPO TOTAL POR MINUTO		30	30	60	25
					Cuello de botella

e. Panes:

En esta línea encontramos que el cuello de botella se encuentra en la fermentación.

CUADRO N° 61

TIEMPO DE CICLO PARA POSTRES							
ESTACIONES	MEZCLAR	PESAR	CORTAR	DAR FORMA	FERMENTAR	HORNEADO	TOTAL
CANTIDAD		288	288	288	288	288	24
TIEMPO EN MINUTOS		20	20	30	30	90	15
CAPACIDAD DE POR HORNO		288	288	288	288	288	24
						Cuello de botella	

4.2.2.3. Programa de Producción por Tipo de Producto

En la siguiente gráfica, se muestra el porcentaje de producción por cada producto.

CUADRO N° 62



PROGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

ITEM	%	2012	2013	2014	2015	2016
SERVICIOS						
Total	100%	210,240	229,313	249,003	269,328	290,304
TORTAS	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
POSTRES	20%	42,048	45,863	49,801	53,866	58,061
SANDWICHES	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
BEBIDAS CALIENTES	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
BEBIDAS FRIAS	10%	21,024	22,931	24,900	26,933	29,030
ENSALADAS	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
PANES	10%	21,024	22,931	24,900	26,933	29,030
0	100%	0	0	0	0	0
Total de Servicios	100%	210,240	229,313	249,001	269,328	290,305
Variación		0.00%	9.07%	8.59%	8.16%	7.79%

Elaboración propia - Referencia: Cuadro N°

4.2.2.4. Capacidad Máxima y Normal

A continuación se muestra la capacidad máxima que la empresa cuenta.

CUADRO N° 63

Cuadro en la siguiente hoja

Variable	Cantidad
MESAS	30
SILLAS	4
HORAS DE TRABAJO	8
Semanal	6720
mensual	26880
Anual	322,560
Capacidad Total	322,560

TAMAÑO POR PRODUCTO

Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
Total		322,560	322,560	322,560	322,560	322,560
TORTAS	15%	48,384	48,384	48,384	48,384	48,384
POSTRES	20%	64,512	64,512	64,512	64,512	64,512
SANDWICHES	15%	48,384	48,384	48,384	48,384	48,384
BEBIDAS CALIENTES	15%	48,384	48,384	48,384	48,384	48,384
BEBIDAS FRIAS	10%	32,256	32,256	32,256	32,256	32,256
ENSALADAS	15%	48,384	48,384	48,384	48,384	48,384
PANES	10%	32,256	32,256	32,256	32,256	32,256
	100%	322,560	322,560	322,560	322,560	322,560

En el siguiente cuadro se muestra la capacidad normal que la empresa tiene:

CUADRO N° 64

CAPACIDAD NORMAL DE PLANTA

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Mercado Objetivo	300,344	305,750	311,254	316,856	322,560
Plan de Participación	70%	75%	80%	85%	90%
Capacidad Normal	210,241	229,313	249,003	269,328	290,304
Plan Comercial		9.07%	8.59%	8.16%	7.79%

CAPACIDAD NORMAL POR PRODUCTO

Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
Total		210,241	229,313	249,003	269,328	290,304
TORTAS	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
POSTRES	20%	42,048	45,863	49,801	53,866	58,061
SANDWICHES	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
BEBIDAS CALIENTES	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
BEBIDAS FRIAS	10%	21,024	22,931	24,900	26,933	29,030
ENSALADAS	15%	31,536	34,397	37,350	40,399	43,546
PANES	10%	21,024	22,931	24,900	26,933	29,030
	0%	0	0	0	0	0

4.2.2.5. Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad

En el siguiente cuadro se muestra la Ocupabilidad que existe entre la capacidad máxima y la capacidad normal que el proyecto tiene.

CUADRO N° 65

OCUPABILIDAD

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Capacidad Normal	210,241	229,313	249,003	269,328	290,304
Capacidad Máxima	322,560	322,560	322,560	322,560	322,560
% de Ocupabilidad	65%	71%	77%	83%	90%

OCUPABILIDAD POR PRODUCTO

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
TORTAS	65%	71%	77%	83%	90%
POSTRES	65%	71%	77%	83%	90%
SANDWICHES	65%	71%	77%	83%	90%
BEBIDAS CALIENTES	65%	71%	77%	83%	90%
BEBIDAS FRIAS	65%	71%	77%	83%	90%
ENSALADAS	65%	71%	77%	83%	90%
PANES	65%	71%	77%	83%	90%

4.2.3. Descripción de Tecnologías

4.2.3.1. Maquinaria y equipos:

Hornos:

La compra de los hornos se hará con la empresa nova, las características de este son:

Horno Rotativo

MAX 2000



Area de Cocción **10.7 mt².**



Peso Aproximado **1,626 kg.**



Consumo de Combustible	DIESEL	GLP	GN
	(Gal/h)	(kg/h)	(m ³ /h)
	1.50	4.48	7



Potencia Instalada **3 kw.**



Potencia de Motor **2.2kw.**



Medidas (mt.)	Alto	Ancho	Largo
	2.48	1.53	2.37



Cortadora:

La cortadora o como algunos la llaman divisora se usa para hacer los cortes del pan y las características son las siguientes:

Bachiller: **María Alexandra Rodríguez Chávez**

MSRS30A

La Boleadora Semiautomática MSRS 30A obtiene velozmente panecillos redondos de pesos variables. Posee una caja de cambio de velocidad con aceite que envuelve constantemente todas las piezas del mecanismo, lo cual garantiza su larga vida útil.

De fácil uso y manejo



Peso x pieza Min/Max **40 a 100**



Capacidad Masa **1,2 a 3 kg.**



Peso Aproximado **275 kg.**



Potencia de Motor **0.75 kw.**



Medidas (mt.) **Alto Ancho Largo**
1.66 0.66 0.76



MOTOR ELECTRICO TRIFASICO

Cocinas industriales:

Las cocinas serán compradas en la empresa chimú, las características están a continuación:

que capacidad, también en acero.



Mod. CA14-9P

9 hornillas y plancha, fabricado en acero.

Mostradores:

Los mostradores donde se colocaran los postres y las tortas serán comprados en la empresa chimú, teniendo las siguientes características:

EXHIBIDORES PARA TORTAS Y PAN



Mod. ETP01



Mod. ETP03

Industria para la Gastronomía
Trujillo - Perú

Mesas de trabajo:

Las mesas de trabajo serán compradas a la empresa Chimú, teniendo las siguientes características.



4.2.3.2. Mobiliario y Herramientas

Herramientas de cocina:

Las herramientas de cocina serán compradas a la empresa distribución continental, ya que esta empresa cuenta con todo tipo de instrumentos utilizados para este medio.

Cubiertos:

Los cubiertos eran comprados a la empresa Facusa, siendo estos los mejores utensilios y de precio módico.

Cubiertos de Mesa Modelo 510



Artículo	Código	Unidad	Empaque
Cuchara de Mesa	995100100	Docenas	Caja x 12
Tenedor de Mesa	995100200	Docenas	Caja x 12
Cuchillo de Mesa	995100300	Docenas	Caja x 12
Cucharita de Té	995100400	Docenas	Caja x 12
Tenedor de Torta	995100700	Docenas	Caja x 12
Cuchillo de Mantequilla	995102500	Unidades	Bolsa x unidad

4.2.3.3. Software y similares:

En esta parte incluiremos el sistema informativo que utilizaremos en la empresa:

- Office
- Windows 7
- Página web

4.3. Centro de Operaciones

Para poder averiguar cuál sería el mejor lugar para montar nuestra empresa hemos realizado el siguiente cuadro.

CUADRO N° 66



METODO DE COMPARACION DE FACTORES

	Cercanía a Proveedores	Cercanía al Mercado	Disponibilidad de Terreno	Seguridad	Tamaño del Terreno	TOTAL	PESO
Cercanía a Proveedores		0	0	0	1	1	10%
Cercanía al Mercado	1		1	0	1	3	30%
Disponibilidad de Terreno	1	0		1	1	3	30%
Seguridad	1	1	0		0	2	20%
Tamaño del Terreno	0	0	0	1		1	10%
ELABORACION PROPIA						10	100%

CUADRO N° 67

FACTOR	PESO	HUSARES DE JUNIN (La merced)		EL GOLF		CALIFORNIA		EL RECREO	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía a Proveedores	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2
Cercanía al Mercado	0.3	3	0.9	3	0.9	3	0.9	3	0.9
Disponibilidad de Terreno	0.3	3	0.9	2	0.6	2	0.6	2	0.6
Seguridad	0.2	2	0.4	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Tamaño del Terreno	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2	3	0.3
TOTAL	1		2.8		2.5		2.6		2.4

CALIFICACION	
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

ELABORACION PROPIA

El mejor lugar para poner en marcha el proyecto será en la AV. húsares de Junín urbanización la merced de acuerdo a los factores evaluados como cercanía a proveedores, cercanía al mercado, disponibilidad de terreno, seguridad, tamaño del terreno.

4.3.1. Macro y Micro-Localización

4.3.1.1. Macro localización

Perú:

GRAFICA N° 17



Fuente: Google Maps

GRAFICA N° 18



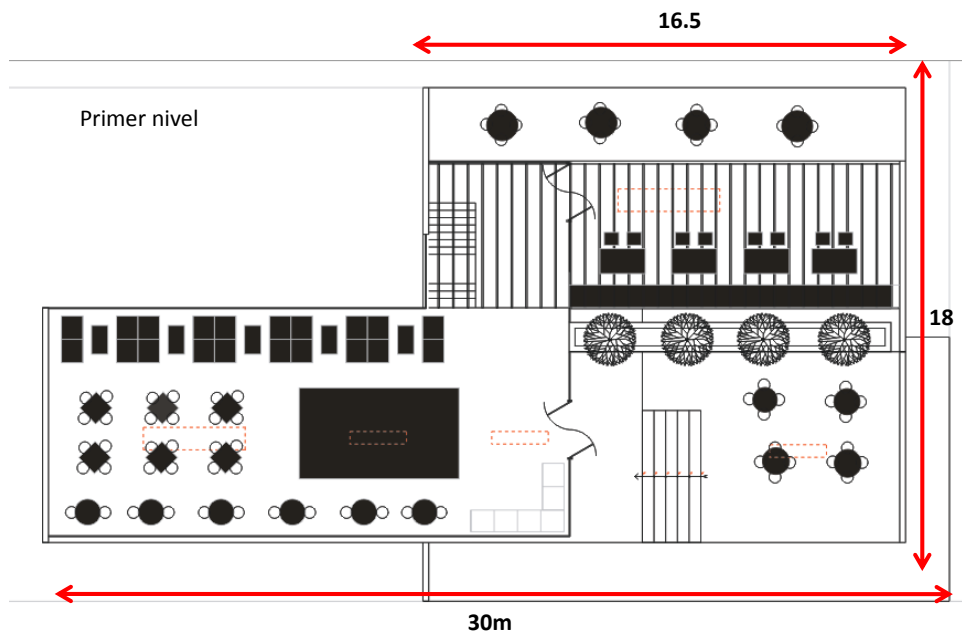
Fuente: Google Maps

4.3.1.2. Micro localización



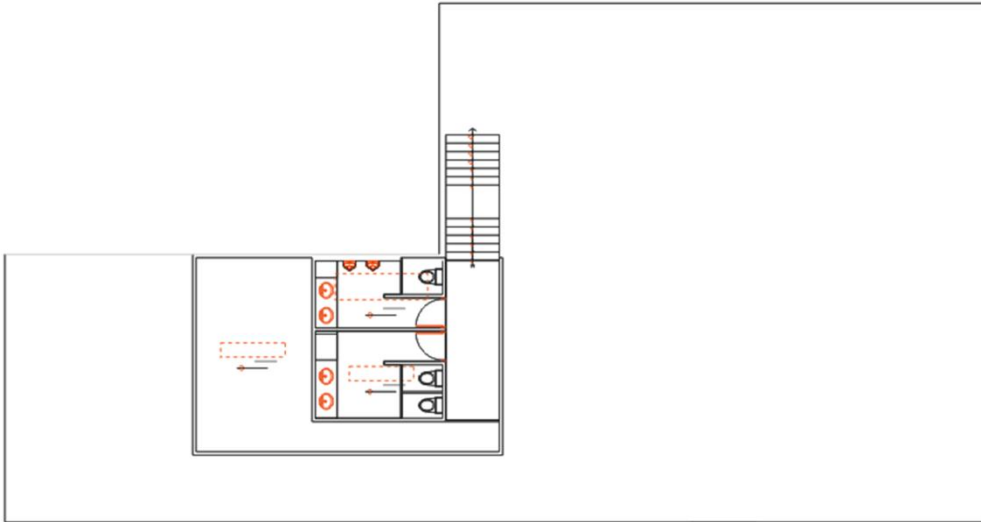
4.3.2. Descripción de Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas

GRAFICA N° 20



Planta baja

GRAFICA N° 21



4.3.3. Diseño de Edificaciones e Instalaciones

Diseño:

IMAGEN 1



IMAGEN 2



IMAGEN 3



IMAGEN 4
SIGUIENTE HOJA



IMAGEN 5



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
IMAGEN 6





Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo V

Estudio Legal



5.1. Forma Societaria

La forma societaria mediante la cual se constituirá la empresa será mediante las siglas E.I.R.L (Empresa Individual De Responsabilidad Limitada).

5.2. Tasas Municipales

5.2.1. Licencias y Permisos

Actualmente la Sub Gerencia de Licencias y Comercialización de la Municipalidad Provincial de Trujillo es la encargada de entregar de las licencias municipales, para este caso se requiere una licencia de funcionamiento de modalidad B, ya que el establecimiento que utilizaremos es mayor a cien metros cuadrados(100 m²) y menor a quinientos metros cuadrados (500 m²).

Requisitos:

- Formulario Único de Trámite para la Licencia de funcionamiento (FUT) – Declaración Jurada debidamente llenado.
- Plan de seguridad de defensa civil.
- Plano de ubicación y localización (Escala: 1/50).
- Plano de arquitectura- acotado (Escala: 1/50).
- Plano de señalización y evacuación (Escala: 1/50).
- Certificado de Medición de puesta a tierra (Firmado por Ing. Electricista o Mecánico Electricista con una antigüedad no mayor a ocho meses).
- Tarjeta de mantenimiento de extintores, cuando éstos no sean nuevos.
- Certificado de prueba Hidrostática de extintor (si tiene una antigüedad mayor a cinco años).
- Pago de derecho – s/. 237.45
- Pago por ITSDC – s/ 141.45.

DE SE EL CASO:

- Persona natural: Copia Simple de DNI.
- Persona jurídica: Vigencia de poder del representante legal.
- Persona natural representada: Carta poder con firma legalizada



5.2.2. Anuncios Publicitarios y Similares

Los requisitos que se necesitan para poder poner un aviso publicitario son:

- Formato de declaración jurada.
- Copia de DNI.
- Licencia de funcionamiento.
- Foto de la fachada actual.
- Diseño del anuncio.
- Pagos correspondientes:
 1. Derecho de tramite: s/ 86.00.
 2. Publicidad (el precio en función de tamaño del elemento publicitario).

5.3. Legislación Laboral

La empresa tendrá en cuenta la Legislación Laboral vigente y optar por la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado. Por tal motivo deber elaborar un manual interno de trabajo que regule los deberes y derechos del empleador y de trabajador.

Para la determinación de los tipos de contratos se toma como base legal dos principios importantes:

1° La libertad de Contratar (Art.2 Inc.14 Constitución Política del Per de 1993) y las normas que regulan los contratos (Título I, Sección Primera, Libro VII del Código Civil).

2° La libertad Contractual (Art.1354 del Código Civil), que da la libertad de determinar el contenido de los contratos.

El Ministerio de Trabajo, es el ente encargado de supervisar el tratamiento laboral por el que optar el negocio y existirá una vinculación permanente por la documentación que se presentar cuando esta institución lo requiera y estipule (planillas de sueldos y salarios, encuestas laborales, variabilidad del personal, etc.).

Las exigencias más básicas del Ministerio de Trabajo son:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Libros laborales: Libro Planillas de sueldos y salarios)
- Publicación interna: Horarios de Trabajo, Rol de vacaciones y cualquier otra información relevante. Síntesis de legislación laboral
- Entrega de Boletas de Pago: Indicando información relevante (Nombre del empleador, del empleado, fechas de ingreso, puestos, horas extras, beneficios sociales pagados, entre otros.)
- Manejo de documentación formal que informe al empleado de cualquier cambio que la empresa requiera (Oficios, memorándum, comunicados, etc.).

Horario nocturno:

- En los centros de trabajo en que las labores se organicen por turnos que comprenda jornadas en horario nocturno, éstos deberán, en lo posible, ser rotativos. El trabajador que labora en horario nocturno no podrá percibir una remuneración semanal, quincenal o mensual inferior a la remuneración mínima mensual vigente a la fecha de pago con una sobretasa del treinta y cinco por ciento (35%) de ésta. Se entiende por jornada nocturna el tiempo trabajado entre las 10:00 p.m. y 6:00 a.m.

Sobretiempo:

- El trabajo en sobretiempo es voluntario, tanto en su otorgamiento como en su prestación. Nadie puede ser obligado a trabajar horas extras, salvo en los casos justificados en que la labor Resulte indispensable a consecuencia de un hecho fortuito o fuerza mayor que ponga en peligro inminente a las personas o los bienes del centro de trabajo o la continuidad de la actividad productiva.
- El tiempo trabajado que exceda a la jornada diaria o semanal se considera sobretiempo y se abona con un recargo a convenir, que para las dos primeras horas no podrá ser inferior al veinticinco por ciento (25%) por hora calculado sobre la remuneración percibida por el trabajador en función del valor hora correspondiente y treinta y cinco por ciento (35%) para las horas restantes. (*)

5.4. Legislación Tributaria

Dentro de la legislación Tributaria se está tomando en cuenta lo siguiente:

Impuesto General a las Ventas:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

El 18% de las ventas mensuales.

Régimen General del Impuesto a la Renta:

Según el Régimen:

- Régimen General: Declaración anual y pago del 30% sobre la utilidad neta imponible.
- Régimen Especial: Declaración y pago mensual (2% del ingreso neto mensual)

Contribuciones de ESSALUD

Es el 9% del sueldo del trabajador.

La Estará acogida al régimen general:

Pueden acogerse también a este régimen tributario, las pequeñas empresas que así lo prefieran, acogidas al Decreto Legislativo 1086-Ley de MYPES y su reglamento.

❖ Contabilidad Completa

- Conjunto de Libros y Registros que integran la contabilidad de una empresa comprendida en el Régimen General del Impuesto a la Renta con ingresos mayores a 150 UITs . Los libros que integran la contabilidad completa son el Libro Caja y Bancos, el Libro de Inventarios y Balances, el Libro Diario, el Libro Mayor, el Registro de Compras y el Registro de Ventas.

❖ Pequeña Empresa

- Unidad económica que comprende de uno (1) hasta (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) Base legal: TUO de la ley MYPE-Decreto Supremo N° 007-2008-TR publicado el 30-09-08

5.5. Otros Aspectos Legales

5.5.1. Registro de Marca

El registro de marcas está a cargo de la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI.

Para el registro de marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas y marcas de certificación, debe tenerse en cuenta los siguientes requisitos:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (uno de los cuales servirá de cargo). Se debe indicar los datos de identificación del solicitante (incluyendo su domicilio para que se le remitan las notificaciones).

En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y su domicilio será considerado para efecto de las notificaciones. Consecuentemente, será obligatorio adjuntar los poderes* correspondientes.

Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si éste posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores, si se desea proteger los colores).

Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).

En caso de tratarse de una solicitud multiclase, los productos o servicios se deben indicar agrupados por clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación de Niza.

De ser necesario, se deberá manifestar la prioridad que se reivindica. En esta situación particular, se adjuntará la copia de la solicitud cuya prioridad se invoca, certificada por la autoridad que la expidió, de ser el caso, traducida al español.

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.86% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada. El monto (S/. 534.99 nuevos soles) se cancelará en la Caja del INDECOPI. Por cada clase adicional, el pago del derecho de trámite será de S/. 533.30, cuyo costo es equivalente al 14.81% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

5.5.2. Regulación Sanitaria

Por la naturaleza del negocio, se debe tener en cuenta la regulación sanitaria normada por la Ley General de Salud N° 26842, en la cual determina que aspectos se deben tener en



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
cuenta en el uso de insumos, envases para el servicio, como también especificaciones para el personal que laborar.

6. Capítulo VI: Estudio Organizacional

6.1. Planeamiento Estratégico

6.1.1. Misión

Dushè es una empresa dedicada a la elaboración de panes, postres y cafés, teniendo como objetivo brindar un servicio y productos de alta calidad en ambiente totalmente innovador, con honestidad y respeto para lograr una plena satisfacción de nuestros clientes.

6.1.2. Visión

Nos comprometemos a convertirnos en la empresa líder en el rubro de pastelería fina en el mercado trujillano siendo reconocida por nuestra calidad, y buen servicio.

6.1.3. Objetivos Estratégicos

6.1.3.1. Institucionales

- Crear un vínculo de relación entre cliente y empresa otorgando una gran variedad de productos de calidad y un servicio personalizado que harán que este sea un vínculo irrompible.
- Posicionarnos en el mercado al que vamos dirigidos como una empresa que ofrece productos exclusivos y de calidad. Ser una marca reconocida, prestigiosa y confiable.
- Ganar la confianza del mercado.
- Alcanzar una participación del 85 % del mercado objetivo al finalizar el quinto año.
- Incrementar las ventas en un 5% promedio anual.

6.1.3.2. De Marketing

- Captar a nuestros clientes potenciales y buscar la fidelización; por medio de descuentos, promociones, degustaciones, merchandising.
- Lograr que nuestro producto sea reconocido por el mercado, Desarrollar un plan de marketing mix.
- Crear y mantener alianzas estratégicas con visa, MasterCard, Ripley.
- Conocer las debilidades y deficiencias de la competencia.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Conseguir un sólido posicionamiento en el mercado.

6.1.3.3. Operacionales

- Optimizar el proceso de producción a fin de que estos siempre sean mejores.
- Contar con maquinarias modernas para ser eficientes en nuestro trabajo.
- Lograr que los gastos administrativos no superen el 20% de los ingresos obtenidos por las ventas.
- Obtener como gastos de ventas un porcentaje no mayor al 13% de los ingresos.
- Evitar tiempos muertos durante el proceso de producción con el fin de incrementar la productividad.
- Analizar el proceso de producción con el fin de evitar cuellos de botella y de esta manera incrementar nuestra capacidad máxima de producción.
- Desarrollar cada etapa del proceso de producción con eficiencia.
- Optimizar en todo momento los insumos utilizados.

6.1.3.4. Financieros

- Determinar los costos exactos.
- Conseguir la fuente de financiamiento óptima.
- Lograr un nivel adecuado de solvencia y liquidez para la empresa.
- Determinar el total del plan de inversión.
- Determinar el monto de financiamiento y elegir la mejor alternativa financiera.

6.1.3.5. Recursos Humanos

- Contar con el capital humano idóneo para cada puesto, para ello será necesario realizar una óptima evaluación y selección de personal.
- Mantener niveles altos de satisfacción del personal.
- Tratar de mantener poca rotación de personal.
- Establecer un plan de capacitación constante al personal.

6.1.3.6. Sociales

- Brindarle un excelente servicio en la ciudad de Trujillo y una gran diversidad de productos.
- Llegar a generar una satisfacción personal por parte de los consumidores al encontrar productos de calidad y una excelente atención hacia ellos en un mismo lugar.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Ser una marca socialmente responsable, preocupada por el cuidado del medio ambiente.

6.1.4. Análisis FODA

Fortalezas:

- Se contará con todas las máquinas y equipos necesarios para una eficiencia producción.
- Todos los insumos que se necesitan para la producción son fáciles de conseguir y comprar.
- Contará con su propia página web.
- Ser pioneros en ofrecer este servicio.
- Servicio de atención al cliente personalizada.
- Variedad de productos.
- Infraestructura y tecnología adecuada.
- Precios accesibles para los posibles clientes.
- Utilización de ingredientes sanos, saludables y de calidad.
- Gran diversidad de productos.
- Buena ubicación y estacionamiento.
- Servicio a domicilio.

Debilidades:

- No se podrá abarcar todo el mercado.
- La marca no es conocida en el mercado.
- Que no se pueda conseguir al personal idóneo, es necesario contratar a capital humano que no superen las expectativas esperadas.
- La demanda no siempre va a ser constante.
- Ser nuevos en el mercado, sin posicionamiento.

Oportunidades:

- Políticas de gobierno estables.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- La existencia de la ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa” con la cual el estado promueve la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas.
- Disponibilidad de materias primas.
- Mano de obra disponible.
- Posible expansión a nuevos mercados del norte del país.

Amenazas:

- Posible incremento en los precios de los insumos utilizados para la producción.
- Ingreso de nuevos competidores
- Existencia de competidores indirectos.
- Modificación de leyes que no beneficien a las pequeñas y micro empresas.
- Escases de materia prima.
- Que pueda presentarse competencia directa.
- Recesión económica.
- Cambio político ante nuevas elecciones locales y presidenciales.

6.1.5. Matriz EFE y EFI

Matriz EFE:

Para hacer el análisis de la matriz EFE se hizo un cuadro comparativo de factores, para asignarles pesos a los factores según su importancia.

CUADRO N° 66

		OPORTUNIDADES														
		AMENAZAS														
		* Políticas de quincenas salariales.	* La existencia de la ley N° 28815 "Ley de Promoción y Formalización de la Mica y Pequeña Empresa" con la cual el estado promueve la competitividad, formalización y desarrollo de las micas y pequeñas empresas.	* Disponibilidad de materias primas.	* Masa de obra disponible.	* Posible expansión a nuevas mercados del suelo del país.	* Posible incremento en los precios de los insumos utilizados para la producción.	Ingresos de competidores directos.	* Existencia de competidores indirectos.	* Modificación de leyes que se benefician a las pequeñas micas empresas.	Encuesta de materia prima.	* Que pueda generarse desempleo directo.	* Reserva económica.	* Cambio políticas sobre normas técnicas locales y provinciales.	TOTAL	PESO
OPORTUNIDADES	* Políticas de quincenas salariales.		0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	5	5.95X
	* La existencia de la ley N° 28815 "Ley de Promoción y Formalización de la Mica y Pequeña Empresa" con la cual el estado promueve la competitividad, formalización y desarrollo de las micas y pequeñas empresas.	1		1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	7	8.85X
	* Disponibilidad de materias primas.	0	0		1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	4	5.85X
	* Masa de obra disponible.	0	0	0		0	1	0	0	0	1	0	0	1	3	3.85X
	* Posible expansión a nuevos mercados del suelo del país.	0	1	1	1		1	0	0	0	0	0	0	0	4	5.85X
AMENAZAS	* Posible incremento en los precios de los insumos utilizados para la producción.	1	0	1	0	0		1	0	1	0	1	0	1	6	7.55X
	Ingresos de competidores directos.	1	0	1	1	1	0		1	0	1	1	1	1	9	11.55X
	* Existencia de competidores indirectos.	0	1	1	1	1	1	0		0	0	1	1	1	8	10.15X
	* Modificación de leyes que se benefician a las pequeñas micas empresas.	1	0	0	0	1	0	0	1		0	0	1	0	4	5.85X
	Encuesta de materia prima.	1	1	1	1	1	1	1	1	1		0	0	1	10	12.65X
	* Que pueda generarse desempleo directo.	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1		0	1	7	8.85X
	* Reserva económica.	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1		1	8	10.15X
	* Cambio políticas sobre normas técnicas locales y provinciales.	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0		4	5.85X
															73	100.85X

La Matriz EFE muestra que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria. En otras palabras, las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.



CUADRO N° 67

MATRIZ EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS (EFE)			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES:			
• Políticas de gobierno estables.	0.06	4	0.3
• La existencia de la ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa” con la cual el estado promueve la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas.	0.09	3	0.3
• Disponibilidad de materias primas.	0.05	3	0.2
• Mano de obra disponible.	0.04	4	0.2
• Posible expansión a nuevos mercados del norte del país.	0.05	3	0.2
AMENAZAS:			
• Posible incremento en los precios de los insumos utilizados para la producción.	0.08	4	0.3
Ingreso de competidores directos.	0.11	3	0.3
• Existencia de competidores indirectos.	0.10	3	0.3
• Modificación de leyes que no beneficien a las pequeñas y micro empresas.	0.05	2	0.1
Escases de materia prima.	0.13	4	0.5
• Que pueda presentarse competencia directa.	0.09	1	0.1
• Recesión económica.	0.10	1	0.1
• Cambio político ante nuevas elecciones locales y presidenciales.	0.05	1	0.1
	1		2.8

Matriz EFI:

Para hacer el análisis de la matriz EFI se hizo un cuadro comparativo de factores, para asignarles pesos a los factores según su importancia.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

CUADRO N° 68

	FORTALEZAS												DEBILIDADES					TOTAL	PESO
	Se usaron todas las máquinas y equipos necesarios para una eficiente producción.	Todas las líneas que se armaron para la producción son fáciles de manejar y comprar.	Cualquier cosa que se haga en la propia fábrica.	Se piensa en ofrecer más servicios.	Servicio de atención al cliente personalizado.	Variedad de productos.	Infraestructura y tecnología adecuada.	Procesos sencillos para los posibles clientes.	Utilización de ingredientes nuevos, saludables y de calidad.	Gran diversidad de productos.	Buenas ubicaciones y relaciones comerciales.	Servicio detallado.	No se podrá abarcar todo el mercado.	La marca no es conocida en el mercado.	Que no se pueda manejar el personal técnico, en especial en áreas de producción.	La demanda no siempre es constante.	Se maneja en el mercado, sin posicionarse.		
FORTALEZAS	Se usaron todas las máquinas y equipos necesarios para una eficiente producción.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	5.45X
	Todas las líneas que se armaron para la producción son fáciles de manejar y comprar.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	6.62X
	Cualquier cosa que se haga en la propia fábrica.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	Se piensa en ofrecer más servicios.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	5.45X
	Servicio de atención al cliente personalizado.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	Variedad de productos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	6.62X
	Infraestructura y tecnología adecuada.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	5.45X
	Procesos sencillos para los posibles clientes.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	6.62X
	Utilización de ingredientes nuevos, saludables y de calidad.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	5.45X
	Gran diversidad de productos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	Buenas ubicaciones y relaciones comerciales.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	6.62X
Servicio detallado.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X	
DEBILIDADES	No se podrá abarcar todo el mercado.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	La marca no es conocida en el mercado.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	Que no se pueda manejar el personal técnico, en especial en áreas de producción.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	La demanda no siempre es constante.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
	Se maneja en el mercado, sin posicionarse.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5.88X
																		156	188.88X

La Matriz EFI indica una posición fuerte dentro de la empresa, la cual aprovecha las fortalezas y no se encuentra muy afectada por las debilidades. Muestra que la posición estratégica interna general de la empresa está por arriba de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las fortalezas internas y neutralicen las debilidades.

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 69

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS (EFI)			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
FORTALEZAS:			
Se contará con todas las máquinas y equipos necesarios para una eficiencia producción.	0.05	4	0.21
Todos los insumos que se necesitan para la producción son fáciles de conseguir y comprar.	0.07	3	0.20
Contará con su propia página web.	0.06	2	0.12
Ser pioneros en ofrecer este servicio.	0.05	3	0.15
Servicio de atención al cliente personalizada.	0.06	2	0.12
Variedad de productos.	0.07	3	0.20
Infraestructura y tecnología adecuada.	0.05	4	0.21
Precios accesibles para los posibles clientes.	0.07	4	0.26
Utilización de ingredientes sanos, saludables y de calidad.	0.05	4	0.21
Gran diversidad de productos.	0.06	3	0.18
Buena ubicación y estacionamiento.	0.07	3	0.20
Servicio a domicilio.	0.06	2	0.12
DEBILIDADES:			
No se podrá abarcar todo el mercado.	0.06	2	0.12
La marca no es conocida en el mercado.	0.06	3	0.18
Que no se pueda conseguir al personal idóneo, es necesario contratar a capital humano que no	0.06	2	0.12
La demanda no siempre va a ser constante.	0.06	2	0.12
Ser nuevos en el mercado, sin posicionamiento.	0.06	4	0.24
1			2.93

6.1.6. Estrategias de Entrada y Crecimiento

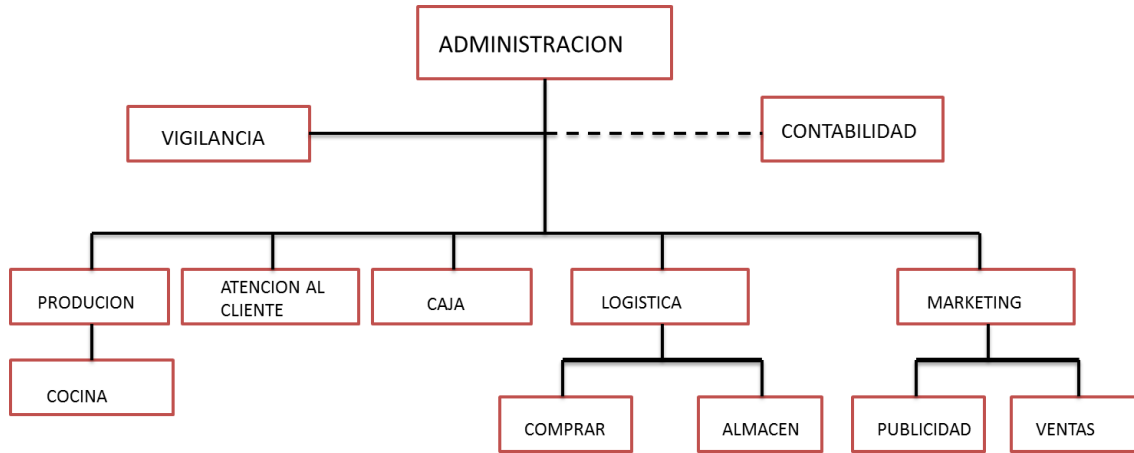
Las estrategias que utilizare para poder entrar a este nuevo mercado de pastelería fina son:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Contaremos con un estricto control sanitario sobre nuestros insumos y con los utensilios necesarios para la producción como lo son: delantal, guantes, malla para el pelo, botas, mascarilla, etc.
- El producto que se para llevar será entregado en el caso de panes en una bolsa de papel con el logotipo que se destacará por ser práctico y adaptado para nuestro consumidor.
- El diseño de nuestro local será muy acogedor y confortable para nuestros clientes.
- La ubicación será céntrica y estratégico, accesible para nuestros clientes.
- Tendremos una amplia playa de estacionamiento
- Utilizaremos maquinaria moderna
- Los canales de distribución serán en nuestro local y contaremos con el servicio de delivery que comprenda ciertas zonas.
- Generaremos una atención al cliente especializada basándonos en sus preocupaciones y satisfacciones al tener un buzón de sugerencias y contar con un email que aparecerá en nuestra página web.
- Se ofrecerá degustaciones de nuevos productos.
- Se invertirá en publicidad con volantes, flyers, imantados.
- Crear una página web donde la brecha entre el cliente y la empresa sea corta.
- Llevar a cabo la supervisión y control del personal y procesos constantemente durante la etapa de producción; planteando medidas correctivas, asesoramiento y capacitación al personal para de esta manera elevar la productividad.
- Establecer precios competitivos con los ya existentes en el mercado.
- Conseguir convenios y alianzas comerciales visa, MasterCard y Ripley para obtener mayor beneficios en la empresa.

6.1.7. Estructura Organizacional



6.2. Plan de Mercadotecnia

6.2.1. Calidad Intrínseca

Nuestra empresa de pastelería fina dedicada a al servicio de panadería pastelería y cafés, la cual brindara un gama de variedad de productos como diversidad de paquetes de desayuno, sándwiches, jugos, pasteles, tartaletas, postres, cafés, empanadas, embutidos, quesos, tiples, etc., las cuales tendrán un presentación excelente y la calidad del producto será de primera, con la mejor atención que el cliente se merece y este servicio será brindado en lugar muy acogedor y confortable, también el consumidor podrá crear su propio sándwich, o paquete de desayunos tanto en el local como en la página web.

6.2.2. Costo para el Cliente

El precio del productos es un precio casi igual al de todos nuestros competidores, pero nuestros productos contarán con un mejor servicio y una excelente calidad que superara la expectativa de nuestros clientes por lo cual es muy probable que obtén por sustituirlos.

6.2.3. Conveniencia



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Nuestro producto se negociara en el Departamento de la Libertad específicamente en la ciudad de Trujillo, la comercialización del producto será la atención en el mismo local que estará ubicado en la avenida húsares de Junín, y por delivery.

6.2.4. Comunicación

Dushè busca hacerse una marca conocida en el mercado trujillano y para esto utilizará diversos medios como lo son:

- Promocionar sus productos por medio de degustaciones.
- Promociones y descuentos que serán lanzados en fechas especiales, día del padre, día la madre, etc.
- Volantes que serán repartidos en puntos estratégicos.
- Conseguir convenios y alianzas comerciales visa, MasterCard y Ripley para obtener mayor beneficios en la empresa.
- Se busca tener presencia en las diferentes ferias gastronómicas, para así la empresa sea más conocida en el mercado.
- En la página web que crearemos foros y buzón de sugerencias para compartir las diferentes inquietudes que los clientes tengan.

6.2.5. Posicionamiento

Dushè se crea con el claro objetivo de ofrecer un servicio y producto de alta calidad que permitan a sus consumidores diferenciarse con un producto único e innovador y así llegar a tener un lugar positivo en la mente de los clientes y por medio de esto consolidarnos como una empresa sostenible en el futuro.

6.3. Equipo de Trabajo

6.3.1. Descripción de Posiciones



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 70

Puesto	Número de personas
Administradora	1
Jefe de producción	2
Cocinero	6
Panadero	4
Ayudantes de cocina.	4
Jefe de mozo	2
Mozo	10
Cajera	2
Almacenero	2
Asesoría contable	1
Repartidor	2
Vigilancia	1

6.3.2. Manual de Organización y Funciones

a. Cargo:

Administrador

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Todas las áreas de la empresa.

Función general:

El administrador se encarga de que la empresa mantenga una estabilidad en todas las áreas, y el responsable de cualquier daño o incidente que ocurra dentro de esta.

Funciones Específicas:

- Encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- Supervisar las labores de los empleados.
- Cumplir y hacer cumplir las reglas determinadas por la empresa.
- Mantener un contacto con los proveedores.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Emitir informes mensuales sobre los avances y rendimiento de la empresa.
- Encargado de hacer contratos de reservaciones.
- Encargado de supervisar las distintas todas las áreas de la empresa.
- Puede realizar acciones referidas a comprar.
- Conocimiento básico de marketing.
- Debe motivar y comunicar, controlar y evaluar a los colaboradores.
- Puede realizar acciones referidas a comprar.
- Resolver los conflictos que hayan en la empresa.

Requisitos:

- Profesional en administración de empresas.
- Conocimientos amplios en costos y presupuestos.
- Experiencia en restaurant, como mínimo 3 años.
- Tendrá que ser proactivo
- Administrar los recursos de la manera más eficiente.
- Tendrá que establecer objetivos a largo y a corto plazo y hacer un análisis de su cumplimiento.
- Analizar el estado financiero de la empresa.
- Distribuir las tareas.
- Apto para trabajar bajo presión.
- Adaptarse a los cambios.
- Tener una estrategia para la situación.
- Contar con referencia personales comprobables.

b. Cargo:

Jefe de producción:

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Todas las áreas de producción de la empresa.

Función general:

La función que tiene el jefe de producción es que lo que producen sea de una calidad estándar.

Funciones Específicas:

- Organiza adecuadamente su área de trabajo.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Verificar la calidad de los productos.
- Mantener su área abastecida.
- Que el personal a su cargo cumpla con las reglas establecidas con la empresa.
- Realiza su trabajo con rapidez, dedicación.
- Realiza y enseña la limpieza adecuada de su puesto de trabajo, máquinas y equipos al término de cada jornada de trabajo.

Requisitos:

- Tener la profesión de chef.
- Cursos de pastelería.
- Tener como mínimo 2 años de experiencia en pastelería.
- Debe de ser tener capacidad de liderazgo para poder enseñar e instruir a todos los que trabajen en su cocina.
- Ser proactivo.
- Organización y previsión: El manejo de diferentes herramientas, recipientes y género.
- Debe ser puntual y ordenado.
- Saber verificar el estado de la materia prima con la que trabajamos para cumplir con los estándares de calidad que tiene la empresa.
- Tener conocimientos básicos de costos y presupuestos.
- Contar con referencia personales comprobables.

c. Cargo:

Cocinero

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Todas sobre los ayudantes de cocina.

Función general:

La función que tiene el cocinero es producir los alimentos bajo los estándares que la empresa demanda.

Funciones Específicas:

- Encargado de enseñar a manejar las diferentes maquinas con la que la empresa cuenta.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Encargado de verificar, enseñar y hacer el lavado meticuloso y picado de la materia prima.
- Responsable de efectuar sus labores haciendo uso de uniforme.
- Es responsable de verificar el lavado de la vajilla utilizada.
- Encargado de hacer y enseñar la limpieza general de su área.

Requisitos:

- Tener la profesión de chef.
- Tener como mínimo 1 años de experiencia en pastelería.
- Debe de ser tener capacidad de liderazgo.
- Debe ser puntual y ordenado.
- Sepa verificar el estado de la materia prima con la que trabajamos para cumplir con los estándares de calidad que tiene la empresa.
- Contar con referencia personales comprobables.

d. Cargo

Panadero

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Todas sobre los ayudantes de cocina.

Función general:

La función que tiene el cocinero es producir los alimentos bajo los estándares que la empresa demanda.

Funciones Específicas:

- Encargado de enseñar a manejar las diferentes maquinas con la que la empresa cuenta.
- Encargado de verificar, la materia prima con los que producirá.
- Responsable de efectuar sus labores haciendo uso de uniforme.
- Es responsable de verificar la calidad de los productos que hace.
- Encargado de hacer y enseñar la limpieza general de su área.

Requisitos:

- Tener la profesión de chef.
- Tener como mínimo 3 años de experiencia en panadería.
- Debe de ser tener capacidad de liderazgo.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Debe ser puntual y ordenado.
- Ser proactivo y tener vocación de servicio.
- Contar con referencia personales comprobables.

e. Cargo

Ayudante de cocina

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No Aplica

Función general:

La función que tiene el ayudante de cocina es realizar las labores demandas por la empresa, manteniendo su área de trabajo en total orden y limpieza.

Funciones Específicas:

- Mantener el área de cocina totalmente limpia.
- Cumplir con todas las reglas que empresa tiene.
- Encargado de verificar, la materia que usara.
- Es responsable de verificar la calidad de los productos que utiliza.

Requisitos:

- Tener entre 20 y 35 años de edad.
- Debe ser puntual y ordenado.
- Ser proactivo y tener vocación de servicio.
- Tener como tiempo mínimo experiencia de 6 meses en puestos similares.
- Contar con referencia personales comprobables.

f. Cargo

Jefe de mozos

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Los mozos.

Función general:

Dirigir el su área de la mejor manera para que los clientes tengan una atención personalizada y de excelente calidad.

Funciones Específicas:

- Deber supervisar el trabajo del resto de su equipo.
- Debe tener muy en cuenta las sugerencias y críticas de los clientes.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Siempre verificar que todos sus mozos usen correctamente el uniforme.
- Deben verificar que el área de trabajo este siempre limpia.
- Contabilizar el material de uso.

Requisitos:

- Tener experiencia en atención al cliente, mínimo 2 años.
- Ser proactivo y vocación de servicio.
- Ser honrado.
- Limpio.
- Buena presencia.

g. Cargo

Mozos

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No aplica.

Función general:

Atender al cliente de manera personalizada, ofreciendo un servicio calidad.

Funciones Específicas:

- Atender a los clientes de manera amable.
- Mostrar cordialidad en todo momento.
- Debe tener muy en cuenta las sugerencias y críticas de los clientes.
- Usar correctamente el uniforme.
- Deben verificar que el área de trabajo este siempre limpia.

Requisitos:

- Tener experiencia en atención al cliente, mínimo 1 años.
- Ser proactivo y vocación de servicio.
- Ser honrado.
- Limpio.
- Buena presencia.

h. Cargo

Cajero

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: Mozos, vigilante, repartidor.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Función general:

Llevar el control de las ventas diarias.

Funciones Específicas:

- Hacer cuadro diario.
- Emitir correctamente sus boletas y facturas.
- Mantener abastecida de sencillo su caja.
- Debe tener muy en cuenta las sugerencias y críticas de los clientes.
- Usar correctamente el uniforme.
- Deben verificar que el área de trabajo este siempre limpia.

Requisitos:

- Conocimientos matemáticos básicos.
- Ser proactivo y vocación de servicio.
- Ser honrado.
- Limpio.
- Buena presencia.

i. Cargo

Almacenero

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No Aplica

Función general:

Mantener una coordinación con el administrador, para tener abastecida la empresa de los insumos necesarios.

Funciones Específicas:

- Debe de llevar un control de todos los productos.
- Debe utilizar el método PEPS
- Mantener todas abastecida a las áreas necesarias.
- Debe tener bastantes en cuenta los precios de las materias primas.
- Deben verificar que el área de trabajo este siempre limpia.
- Mantener un stock mínimo de productos perecibles.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Tener siempre en cuenta el tiempo de caducidad de todos los productos que tengan en su almacén.
- Llevar un registro de los ingresos y egresos del almacén.

Requisitos:

- Tener experiencia mínima de 06 meses en área de logística.
- Debe ser Honrado.
- Responsable
- Organizado.
- Puntual.
- Conocimientos matemáticos básicos.
- Ser proactivo y vocación de servicio.
- Limpio.

j. Cargo

Asesoría contable

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No Aplica

Función general:

Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de empresa.

Funciones Específicas:

- Llevar la contabilidad en los libros, que por ley se demandan.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.
- Mantener todas abastecida a las áreas necesarias.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias.
- Asesorar a la empresa.

Requisitos:

- Titulado de la carrera profesional de Contabilidad y finanzas.
- Calidad moral y profesional.
- Manejo de Microsoft office profesional y hojas de cálculo a nivel avanzado.
- Tener iniciativa y ser responsable.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

- Nivel avanzado en análisis de ratios financieros.
- Ser una persona organizada y metódica.
- Que tenga experiencia llevando la contabilidad mínima de 2 años.
- Ser proactivo.

k. Cargo

Repartidor

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No Aplica

Función general:

Hacer entrega de los pedidos de manera eficiente, con mucha cordialidad.

Funciones Específicas:

- Hacer entrega de manera rápida los pedidos a los clientes.
- Tener en buenas condiciones su herramienta de trabajo.

Requisitos:

- Tener licencia de conducir.
- Conocimiento de las calles de la ciudad de Trujillo.
- Ser una persona organizada.
- Honrado.
- Organizado.
- Puntual.
- Ser proactivo.

l. Cargo

Vigilancia

Línea de autoridad y responsabilidad:

Ejerce autoridad sobre: No Aplica

Función general:

Ejercer la vigilancia y protección de los bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que se encuentran dentro.



Funciones Específicas:

- Evitar actos delictivos.
- Llevar un control de funcionamiento de la alarmas de la empresa.
- Abrir y cerrar las puertas del local.

Requisitos:

- Ser mayor de edad pero no sobrepasar los cincuenta y cinco años.
- Poseer la aptitud física y la capacidad psíquica necesarias para ejercer la función de vigilancia.
- Carecer de antecedentes penales.
- Responsable.
- Honrado.

6.3.3. Proceso de Reclutamiento y Selección

- Publicación en el diario principal los requerimientos del personal que se requiere llamar.
- Recepción de curriculums.
- Evaluación y selección de los curriculums.
- Contactar con las personas.
- Realización de test sobre la actividad que van a realizar.
- Entrevista persona con los seleccionados.

6.3.4. Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo

- Ya habiéndose realizado la selección del personal, este personal recibirá inducción sobre los conocimientos y funciones de la empresa, de acuerdo al cargo que desempeñara.
- Hacer de su conocimiento conceptos básicos de la empresa.
- Se realizará una capacitación al personal dos veces por año.
- Se evaluará de la misma manera mediante encuestas anónimas e intercambio de opiniones en reuniones.
- El administrador se encargará de observar tanto el comportamiento y trabajo de los empleados a su cargo.

6.3.5. Política Salarial y Fijación de Sueldos



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Se encontrará acorde con los sueldos del mercado actualmente, adicionalmente se hará un incremento del 5 % en el año 3 y 5. A continuación mostraremos un cuadro de los salarios que dará la empresa a sus empleados.

Cuadro de salarial

CUADRO N° 71

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS							
<small>(En nuevos soles)</small>							
Concepto	N° de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA							
JEFE DE COCINA	2	1,000.00	83.30	90.00	1,173.30	16,426.20	32,852.40
PANADERO	4	800.00	66.64	72.00	938.64	13,140.96	52,563.84
COCINEROS	6	800.00	66.64	72.00	938.64	13,140.96	78,845.76
AYUDANTES	4	750.00	62.48	67.50	879.98	12,319.65	49,278.60
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							213,540.60
MANO DE OBRA INDIRECTA							
JEFE DE MOZOS	2	800	66.64	72	938.64	13,140.96	26,281.92
MOZO	8	750	62.475	67.5	879.98	12,319.65	98,557.20
CAJERA	2	1200	99.96	108	1407.96	19,711.44	39,422.88
LOGISTICA	1	1,000	83.3	90	1173.30	16,426.20	16,426.20
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA							180,688.20
ADMINISTRACIÓN							
Administrador	1	2,500.00	208.25	225.00	2,933.25	41,065.50	41,065.50
SERVICIOS POR TERCEROS							
Asesoría Contable	1	350.00			350.00	4,200.00	4,200.00
Vigilancia	1	750.00			750.00	9,000.00	9,000.00
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS							54,265.50
VENTAS							
REPARTIDOR	1	850.00	70.81	76.50	997.31	13,962.27	13,962.27
TOTAL SUELDO VENTAS							13,962.27
<i>Referencia Organigrama - Estimaciones Propias</i>							

Elaboración Propia.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo VII

Estudio de Costos



7.1. Inversiones

7.1.1. Inversiones en Activo Fijo

En el siguiente cuadro de activo fijo se puede apreciar que en ítem de mobiliario, requiere la mayor inversión, siendo este monto total de cincuenta y nueve mil setecientos cincuenta y cinco nuevos soles, Haciendo que la mayor inversión recaiga en la construcción del terreno teniendo el monto de cuarenta y dos mil doscientos cincuenta nuevos soles.

7.1.2. Inversiones en Activo Intangible

Se puede apreciar que en la parte del activo intangible la mayor inversión se encuentra en derechos y otros, que dentro de este rubro encontramos que la mayor inversión está en la constitución de la empresa siendo el monto de mil seiscientos veintiocho 80/ 100 nuevos soles(S/1628.80), en estos incluye la constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, anuncios publicitarios, libros de contabilidad.

- En el cuadro que se muestra a continuación muestra las inversiones en activo fijo y la inversión en activos intangibles:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 72

INVERSIÓN, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS							Horizonte	5
(En nuevos soles - Sin IGV)								
	Inversión			Depreciación/Amortización				
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	Valor	
ACTIVO FIJO			109,483.00			15,632.10	31,322.50	
Maquinaria y Equipo			45,140.00			4,514.00	22,570.00	
Horno	2	4,275.00	8,550.00	10	10%	855.00	4,275.00	
Amazadora	1	4,500.00	4,500.00	10	10%	450.00	2,250.00	
Exhibidores	2	3,500.00	7,000.00	10	10%	700.00	3,500.00	
Cortadora	1	2,200.00	2,200.00	10	10%	220.00	1,100.00	
Maquina para pasar Café	1	2,500.00	2,500.00	10	10%	250.00	1,250.00	
Maquinas de expreso	1	1,200.00	1,200.00	10	10%	120.00	600.00	
Conservadora	1	2,500.00	2,500.00	10	10%	250.00	1,250.00	
Frigorífico	1	5,000.00	5,000.00	10	10%	500.00	2,500.00	
Mesa de trabajo	2	1,200.00	2,400.00	10	10%	240.00	1,200.00	
Horno Microondas	1	350.00	350.00	10	10%	35.00	175.00	
Moladora de Café	1	350.00	350.00	10	10%	35.00	175.00	
Horno industrial	1	1,100.00	1,100.00	10	10%	110.00	550.00	
Batidora	1	550.00	550.00	10	10%	55.00	275.00	
Waflera	1	110.00	110.00	10	10%	11.00	55.00	
Cocina Semi industrial	1	4,500.00	4,500.00	10	10%	450.00	2,250.00	
Maquina freidora de papa	1	1,100.00	1,100.00	10	10%	110.00	550.00	
Licudadora	2	320.00	640.00	10	10%	64.00	320.00	
Tostadora	1	90.00	90.00	10	10%	9.00	45.00	
Moto	1	500.00	500.00	10	10%	50.00	250.00	
Equipos de Procesamiento de Datos			4,588.00			917.60	-	
Televisor + home theater	1	2,499.00	2,499.00	5	20%	499.80	-	
Computadora	1	1,599.00	1,599.00	5	20%	319.80	-	
Impresora	1	250.00	250.00	5	20%	50.00	-	
Equipos telefonicos	2	120.00	240.00	5	20%	48.00	-	
Mobiliario			59,755.00			10,200.50	8,752.50	
Mesas	30	350.00	10,500.00	10	10%	1,050.00	5,250.00	
Sillas	4	74.00	296.00	10	10%	29.60	148.00	
Sillas para bebes	3	100.00	300.00	10	10%	30.00	150.00	
Stante	2	350.00	700.00	10	10%	70.00	350.00	
Puff	15	50.00	750.00	10	10%	75.00	375.00	
Barra de atencion	1	2,500.00	2,500.00	10	10%	250.00	1,250.00	
Sillas altas	6	110.00	660.00	10	10%	66.00	330.00	
Juego de muebles de cuero	1	1,799.00	1,799.00	10	10%	179.90	899.50	
Construccion del local	1	42,250.00	42,250.00	5	20%	8,450.00	-	
INTANGIBLES			7,081.71			1,116.34	1,500.00	
Gastos Pre Operativos			3,000.00			300.00	1,500.00	
Decoracion	1	3,000.00	3,000.00	10	10%	300.00	1,500.00	
DERECHOS Y OTROS			4,081.71			816.34	(0.00)	
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,271.19	1,271.19	5	20%	254.24	-	
Constitución y Organización de Empresa	1	1,628.80	1,628.80	5	20%	325.76	-	
Constitución de Empresa	1	338.00	338.00				-	
Licencias Municipales	1	454.80	454.80				-	
Anuncios Publicitarios	1	296.00	296.00				-	
Libros de Contabilidad	1	240.00	240.00				-	
Comprobantes de Pago	1	300.00	300.00				-	
Software - Página Web	1	847.46	847.46	5	20%	169.49	-	
Reclutamiento de Personal	1	254.24	254.24	5	20%	50.85	-	
Imprevistos 2%	2%	80.03	80.03	5	20%	16.01	(0.00)	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	<i>Inversión</i>	109,483.00	<i>Depreciación</i>		15,632.10	<i>Valor Residual</i>	31,322.50	
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	<i>Inversión</i>	7,081.71	<i>Amortización</i>		1,116.34	<i>Valor Residual</i>	1,500.00	

Elaboración propia - Fuente: SUNAT

7.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

En el cuadro que se expone a continuación podemos apreciar la inversión y la reinversión de capital del trabajo, que es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto.

El factor de desfase considerado es de 4 meses, considero esto ya que necesito cubrir el alquiler del local y el pago a al personal, pasado los 4 meses el mismo negocio va a poder cubrir estos montos con las ventas realizadas.

CUADRO N° 73

INVERSIÓN Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles)

Concepto	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos de Producción		1,738,351.07	1,860,295.99	2,005,879.75	2,135,829.89	2,290,641.61
Gastos Administrativos		61,861.39	64,497.83	67,265.37	67,265.37	70,171.29
Gastos de Ventas		21,309.73	21,309.73	22,007.84	22,007.84	22,740.86
Total de Costos y Gastos		1,821,522.19	1,946,103.55	2,095,152.97	2,225,103.11	2,383,553.76
Variaciones del Capital de Trabajo	1,821,522	124,581.36	149,049.41	129,950.14	158,450.65	
Factor de Desfase	4/12					
TOTAL SIN IGV	607,174.06	41,527.12	49,683.14	43,316.71	52,816.88	0.00
Costos de Producción		1,980,293.08	2,124,188.09	2,292,428.86	2,445,770.03	2,624,722.39
Gastos Administrativos		63,010.32	66,112.01	68,879.55	68,879.55	71,785.47
Gastos de Ventas		25,145.48	25,145.48	25,969.25	25,969.25	26,834.22
Total de Costos y Gastos		2,068,448.88	2,215,445.58	2,387,277.67	2,540,618.84	2,723,342.08
Variaciones del Capital de Trabajo	2,068,448.88	146,996.70	171,832.09	153,341.17	182,723.24	
Factor de Desfase	4/12					
TOTAL CON IGV	689,482.96	48,998.90	57,277.36	51,113.72	60,907.75	0.00

Elaboración propia - Referencia Cuadros: N°

7.2. Costos y Gastos Proyectados

7.2.1. Materia Prima Directa

En el siguiente cuadro se puede observar el costo de las líneas de producción, que para poder sacar el costo promedio de cada una se hace referencia al costo del producto más caro, más usado, y al más barato, con estos datos sale el costo promedio de cada línea.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 74

MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO (UNIDADES)

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo Promedio por producto
TORTAS	TORTA TRES LECHES	1	25.00	14.21
	TORTA DE CHOCOLATE	1	14.95	
	TORTA DE ZANAHORIA	1	10.35	
TOTAL			16.77	
POSTRES	PIE DE PECANAS	1	22.40	13.77
	TARTA LETAS DE FRUTA	1	11.25	
	PIE DE LIMON	1	15.10	
TOTAL			16.25	
SANDWICHES	LOMO CON CHAMPIÑONES	1	7.10	4.29
	CLUB SANDWICHES	1	4.90	
	SANDWICHES DE POLLO	1	3.20	
TOTAL			5.07	
BEBIDAS CALIENTES	CAFÉ DUSHE	1	1.60	0.90
	CAPUCCINO	1	1.00	
	CAFÉ AMERICANO	1	0.60	
TOTAL			1.07	
BEBIDAS FRIAS	MLKSHAKE	1	3.20	2.03
	JUGO DE PIÑA	1	3.20	
	LIMONADA	1	0.80	
TOTAL			2.40	
ENSALADAS	ENSALADA HAWAIANA	1	3.88	2.75
	ENSALADA CESAR	1	2.93	
	ENSALADA CRIOLLA	1	2.93	
TOTAL			3.25	
PANES	PANDE NUECES	1	0.15	0.11
	PAN DE YEVA	1	0.12	
	PAN FRANCES	1	0.12	
TOTAL			0.13	

7.2.2. Mano de Obra Directa

A continuación de mostrar el presupuesto de pago al personal, y los beneficios que reciben de acuerdo a ley.

CUADRO N° 75

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS							
<i>(En nuevos soles)</i>							
Concepto	Nº de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA							
JEFE DE COCINA	2	1,000.00	83.30	90.00	1,173.30	16,426.20	32,852.40
PANADERO	4	800.00	66.64	72.00	938.64	13,140.96	52,563.84
COCINEROS	6	800.00	66.64	72.00	938.64	13,140.96	78,845.76
AYUDANTES	4	750.00	62.48	67.50	879.98	12,319.65	49,278.60

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

En el siguiente cuadro se muestra el consolidado de pago anual de personal, con un horizonte de cinco años, también hacemos referencia que en el año tres y cinco se hace un aumento de sueldo del 5%, para así mantener a nuestro personal motivado e identificado con la empresa.

CUADRO N° 76

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Mano de Obra Directa	213,540.60	213,540.60	224,217.63	224,217.63	235,428.51

7.2.3. Costos y Gastos Indirectos de Fabricación

En el siguiente cuadro muestra los costos indirectos para cada año durante el horizonte temporal que presenta el proyecto, el costeo se realizó de acuerdo a una investigación de costos en diferentes medios y tomamos en promedio el más adecuado de acuerdo a la calidad del producto y a sus beneficios.

CUADRO N° 77

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
(En nuevos soles)						
ITEM	%	2012	2013	2014	2015	2016
Electricidad	19.80%	4,200.00	4,581.02	4,974.34	5,380.41	5,799.47
Agua	14.14%	3,000.00	3,272.16	3,553.10	3,843.15	4,142.48
Internet	5.60%	1,188.00	1,295.78	1,407.03	1,521.89	1,640.42
Gas	2.36%	500.00	545.36	592.18	640.53	690.41
Gastos indirectos de fabricacion	27.17%	5,764.80	6,287.78	6,827.63	7,385.00	7,960.19
Menaje	30.93%	6,561.00	7,156.21	7,770.62	8,404.97	9,059.60
TOTAL MATERIALES	100%	21,213.80	23,138.32	25,124.89	27,175.94	29,292.58

7.2.4. Gastos de Administración

En el siguiente cuadro se muestra el presupuesto de gastos administrativos, entre ellos encontramos los sueldos administrativos y el alquiler de terreno siendo estos los más relevantes.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 78

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
(En nuevos soles)					
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Útiles de Escritorio	1,072.71	1,072.71	1,072.71	1,072.71	1,072.71
Útiles de Limpieza	1,737.29	1,737.29	1,737.29	1,737.29	1,737.29
Sueldos	54,265.50	54,265.50	56,978.78	56,978.78	59,827.71
Plan de Capacitación		1,525.42	1,525.42	1,525.42	1,525.42
Alquileres de terreno	2,047.50	2,047.50	2,047.50	2,047.50	2,047.50
Mantenimiento y Reparación del Local		1,059.32	1,059.32	1,059.32	1,059.32
Seguro contra todo riesgo	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95
Teléfono	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Imprevistos 2%	1,212.97	1,264.66	1,318.93	1,318.93	1,375.91
TOTAL SIN IGV	61,861.39	64,497.83	67,265.37	67,265.37	70,171.29
TOTAL CON IGV	63,010.32	66,112.01	68,879.55	68,879.55	71,785.47
IGV	1,148.93	1,614.18	1,614.18	1,614.18	1,614.18

*Elaboración propia - * Incluye pago de tributos*

7.2.5. Gastos de Ventas

En el siguiente cuadro se presentan el sueldo del personal de ventas, así también los gastos incurridos por concepto de publicidad y marketing, dentro de las cuales tenemos volantes, publicidad en revista, merchandising.

CUADRO N° 79

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS					
(En nuevos soles)					
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Publicidad y Marketing					
Publicidad	6,254.24	6,254.24	6,254.24	6,254.24	6,254.24
Actividades y Eventos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Merchandising	1,093.22	1,093.22	1,093.22	1,093.22	1,093.22
Sueldos	13,962.27	13,962.27	14,660.38	14,660.38	15,393.40
TOTAL SIN IGV	21,309.73	21,309.73	22,007.84	22,007.84	22,740.86
TOTAL CON IGV	25,145.48	25,145.48	25,969.25	25,969.25	26,834.22
IGV	3,835.75	3,835.75	3,961.41	3,961.41	4,093.35

Elaboración propia

7.2.6. Otros Gastos: Pre Operativos

Se entiendo como gastos pre operativo, a la decoración del local.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 80

Gastos Pre Operativos			3,000.00			300.00	1,500.00
Decoración	1	3,000.00	3,000.00	10	10%	300.00	1,500.00

7.2.7. Depreciación del Activo Fijo

El presente cuadro muestra la depreciación del activo fijo de (maquinaria y equipos, equipos de procesamiento de datos y mobiliario), donde el monto mayor corresponde al mobiliario que es S/10 200.50 nuevos soles en el periodo de inversión, considerando el método de depreciación lineal y se tomó como referencia a las tasas dispuestas por SUNAT.

7.2.8. Amortización de Intangibles

La amortización de los activos intangibles es de S/ 7081.71 nuevos soles.

A continuación se muestra el siguiente cuadro:

CUADRO N° 81

INTANGIBLES			7,081.71			1,116.34	1,500.00
Gastos Pre Operativos			3,000.00			300.00	1,500.00
Decoración	1	3,000.00	3,000.00	10	10%	300.00	1,500.00
	1						
DERECHOS Y OTROS			4,081.71			816.34	(0.00)
Estudio de Pre-Factibilidad	1	1,271.19	1,271.19	5	20%	254.24	-
Constitución y Organización de Empresa	1	1,628.80	1,628.80	5	20%	325.76	-
<i>Constitución de Empresa</i>	1	338.00					-
<i>Licencias Municipales</i>	1	454.80					-
<i>Anuncios Publicitarios</i>	1	296.00					-
<i>Libros de Contabilidad</i>	1	240.00					-
Comprobantes de Pago	1	300.00					-
Software - Página Web	1	847.46	847.46	5	20%	169.49	-
Reclutamiento de Personal	1	254.24	254.24	5	20%	50.85	-
Imprevistos 2%	2%	80.03	80.03	5	20%	16.01	(0.00)

7.3. Financiamiento

7.3.1. Estructura de Capital

La estructura de capital es del 70 % de aportaciones propias, ascendiente a quinientos setenta y ocho mil novecientos veinte con 53/100 nuevos soles y 30 % de financiamiento a través de préstamo bancario ascendiente a doscientos cuarenta y ocho mil ciento ocho con 80/ 100 nuevos soles. Con un total de inversión de ochocientos veinte siete mil veintinueve con 32/100 nuevos soles.

CUADRO N° 82

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
(En nuevos soles)		
Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	578,920.53	70.00%
Préstamo	248,108.80	30.00%
Inversión Total	827,029.32	100.00%
<i>Elaboración propia - Referencia Cuadro N°</i>		



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

7.3.2. Alternativas de Financiamiento Externo

En el siguiente cuadro se muestra las alternativas de financiamiento externo de las institucionales financieras, donde elegimos la más conveniente para proyecto.

CUADRO N° 83

BANCO	Para Capital de Trabajo		Para Activo Fijo	
	CEA	¿Garantía?	CEA	¿Garantía?
BBVA	28.95%		30.64%	
Scotiabank	25.25%		23.64%	
BCP	33.12%		30.12%	
CMACT	25.88%		33.59%	

7.3.3. Elección de Fuente(s) de Financiamiento

La fuente de financiamiento elegida es el banco SCOTIABANK ya que ofrece una tasa de interés menor frente a las otras dos entidades bancarias evaluadas.

CUADRO N° 84

Para Capital de Trabajo	Reales	Nominales
689,482.96		
Para Capital de Trabajo	173,676.16	173,676.16
Periodos (años):	3	3
Tasa Mensual:	1.88%	2.10%
Costo Efectivo Anual:	25.00%	28.38%

Elaboración propia

CUADRO N° 85

Para Activo Fijo	Reales	Nominales
129,189.94		
Para Activo Fijo	74,432.64	74,432.64
Periodos (años):	5	5
Tasa Mensual:	1.78%	2.01%
Costo Efectivo Anual:	23.64%	26.98%

Elaboración propia

7.3.4. Amortización de Deuda

En el siguiente cuadro se mostrara el plan de financiamiento en términos reales nominales, el monto de financiamiento es a doscientos cuarenta y ocho mil ciento ocho con 80/ 100 nuevos soles, con una tasa efectiva anual de (TEA) de 28.38% para capital de trabajo y 26.98% para activo fijo, y para el plan de financiamiento en términos reales se tomó en cuenta una tasa efectiva anual (TEA) de 25% para capital de trabajo y 23.64 % para activo Fijo.

Capital de trabajo:



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 86

PLAN FINANCIERO

(En nuevos soles - En términos nominales)

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Intereses	49,280.61	36,746.64	20,656.16	0.00	0.00
Amortización	44,172.58	56,706.55	72,797.03	0.00	0.00
Saldo	129,503.58	72,797.03	0.00	0.00	0.00
Cuota	-173,676.16	93,453.19	93,453.19	0.00	0.00

Elaboración propia

Activo fijo:

CUADRO N° 87

(En nuevos soles - En términos reales)

Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Intereses	20,080.65	17,726.29	14,736.76	10,940.71	6,120.55
Amortización	8,726.87	11,081.23	14,070.76	17,866.81	22,686.97
Saldo	65,705.77	54,624.53	40,553.77	22,686.97	0.00
Cuota	-74,432.64	28,807.52	28,807.52	28,807.52	28,807.52

7.4. Ingresos Proyectados

7.4.1. Ingresos por Ventas

En el siguiente cuadro se muestra la estructura de precios de los productos que se ofrece dentro de la empresa Dushè.

CUADRO N° 88

ESTRUCTURA DE PRECIOS

(En nuevos soles)

Producto	Valor de Venta	IGV	Precio Medio	Costo Total Medio	Margen Contribución
TORTAS	38.14	6.86	45.00	16.32	21.81
POSTRES	42.37	7.63	50.00	15.89	26.49
SANDWICHES	8.47	1.53	10.00	6.41	2.07
BEBIDAS CALIENTES	4.24	0.76	5.00	3.02	1.22
BEBIDAS FRIAS	4.66	0.84	5.50	4.15	0.51
ENSALADAS	10.17	1.83	12.00	4.87	5.30
PANES	0.34	0.06	0.40	2.23	(1.89)
0	0.00	0.00	-	0.00	-

Elaboración propia



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 89

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
(En nuevos soles)					
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
TORTAS	1,202,644.07	1,311,750.00	1,424,364.41	1,540,639.83	1,660,652.54
POSTRES	1,781,694.92	1,943,347.46	2,110,211.86	2,282,457.63	2,460,211.86
SANDWICHES	267,254.24	291,500.00	316,525.42	342,364.41	369,033.90
BEBIDAS CALIENTES	133,627.12	145,750.00	158,262.71	171,182.20	184,516.95
BEBIDAS FRIAS	97,993.22	106,881.78	116,059.32	125,535.17	135,309.32
ENSALADAS	320,705.08	349,800.00	379,830.51	410,837.29	442,840.68
PANES	7,126.78	7,773.22	8,440.68	9,129.83	9,840.68
0	-	-	-	-	-
TOTAL SIN IGV	3,811,045.42	4,156,802.46	4,513,694.92	4,882,146.36	5,262,405.93
TOTAL CON IGV	4,497,033.60	4,905,026.90	5,326,160.00	5,760,932.70	6,209,639.00
IGV	685,988.18	748,224.44	812,465.08	878,786.34	947,233.07

Elaboración propia - Referencia: Cuadro N°

7.4.2. Recuperación del Capital de Trabajo

En el siguiente cuadro se apreciara que en el año 0 se necesita un capital de trabajo inicial de seiscientos ochenta y nueve mil cuatrocientos ochenta y dos con 96/ 100 nuevos soles. A partir del año 1 hasta el año 4 se necesitara como capital de trabajo correspondiente a 3 meses de operaciones, siendo este un monto menor al obtenido en año 0 debido a que se genera ingresos por la venta de productos.

CUADRO N° 90

RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						
(En nuevos soles - Incluye IGV)						
Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Capital de Trabajo Inicial	-689,482.96					
Capital de Trabajo Incremental		-48,998.90	-57,277.36	-51,113.72	-60,907.75	
Recuperación del Capital de Trabajo						907,780.69

Se considera una recuperación del capital de trabajo, por política de ventas, de: 0 meses

7.4.3. Valor de Desecho Neto

El siguiente cuadro muestra el valor de desecho que se tendrá al final del horizonte de evaluación del proyecto. Este monto se obtiene de las ventas de activos que se puedan realizar al momento de liquidación del producto.

CUADRO N° 91

VALOR DE DESECHO						
(En nuevos soles - Incluye IGV)						
Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valor Residual						38,730.55



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo VIII

Evaluación Económica



8.1. Supuestos Generales

Se utilizó la tasa de inflación del reporte del BCRP, periodo junio 2011, que es de 2.7%. La tasa de crecimiento económico del Perú es del 6 % según el banco central de reserva del Perú.

Con respecto a la remuneración, se considera 14 sueldos al año incluyendo gratificaciones, y un incremento del sueldo de 5% en el año 3 y 5.

CUADRO N° 92

SUPUESTOS	
ITEM	VALOR
Inflación Anual*	2.70%
Crecimiento Económico	6.00%
Crecimiento Poblacional	1.80%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales(essalud)	9.00%
CTS	8.33%
Tipo de Cambio	2.73
Incremento de Sueldos ***	5.00%
Número de Sueldos al Año	14
Plan de Participación	70.00%
Crecimiento del Proyecto	5.00%
Reducción del Precio	0%
Elevación de Costo Total	0%
Imprevistos	2%
Factor de Capital de Trabajo	4/12
Ventas a Contado	80%
Compras a Contado	90%

8.2. Flujo de Caja Proyectado

8.2.1. Flujo de Caja Operativo

En el siguiente cuadro de flujo de caja operativo refleja las salidas de efectivo operacionales que se producirán a lo largo de los 5 años. El flujo operativo muestra saldos porque los ingresos por concepto de ventas superan los egresos.



CUADRO N° 93

FLUJO DE CAJA OPERATIVO

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL DE INGRESOS		3,597,626.88	4,823,428.24	5,241,933.38	5,673,978.16	7,361,825.54
Costos de Producción		-1,782,263.78	-2,109,798.59	-2,275,604.79	-2,430,435.91	-2,869,299.40
Gastos Administrativos		-63,010.32	-66,112.01	-68,879.55	-68,879.55	-71,785.47
Gastos de Ventas		-25,145.48	-25,145.48	-25,969.25	-25,969.25	-26,834.22
Impuesto General a las Ventas		-418,079.84	-478,882.42	-520,340.38	-563,270.61	-614,852.80
Impuesto a la Renta		-591,832.44	-658,185.14	-720,538.05	-792,088.44	-858,631.12
TOTAL DE EGRESOS		-2,880,331.85	-3,338,123.63	-3,611,332.03	-3,880,643.78	-4,441,403.00
FLUJO OPERATIVO	0.00	717,295.03	1,485,304.61	1,630,601.35	1,793,334.38	2,920,422.54

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

8.2.2. Flujo de Capital

El cuadro de flujo de capital, considera las salidas en efecto producidas por las inversiones del proyecto. Desde el año 0 al año 4 los flujos son negativos y en año 5 el flujo es positivo debido a la recuperación del capital de trabajo y el valor residual de los activos.

CUADRO N° 94

FLUJO DE CAPITAL

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Inversión en Activo Fijo	-88,605.04					
Inversión en Intangibles	-8,669.63					
Capital de Trabajo Inicial	-689,482.96					
Capital de Trabajo Incremental		-48,998.90	-57,277.36	-51,113.72	-60,907.75	0.00
Recuperación del Capital de Trabajo						907,780.69
Valor Residual						39,862.01
FLUJO DE CAPITAL	-786,757.63	-48,998.90	-57,277.36	-51,113.72	-60,907.75	947,642.71

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

8.2.3. Flujo de Caja Económico

En el presente cuadro del flujo de caja económico, que es la sumatoria del flujo de capital y el flujo operativo, muestra la ventaja del proyecto en función de la inversión total requerida, independientemente de cómo esta sea financiada.

CUADRO N° 95

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Capital	-786,757.63	-48,998.90	-57,277.36	-51,113.72	-60,907.75	947,642.71
Flujo Operativo	0.00	717,295.03	1,485,304.61	1,630,601.35	1,793,334.38	2,920,422.54
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-786,757.63	668,296.13	1,428,027.24	1,579,487.63	1,732,426.64	3,868,065.25

Elaboración propia.

8.2.4. Flujo de Deuda

En el siguiente cuadro muestra la cantidad total del efectivo que se pagara por el financiamiento que se realizó. Teniendo un escudo fiscal de veinte mil ochocientos ocho con 38/100 nuevos soles para el primer año.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 96

EVALUACIÓN FINANCIERA

(En nuevos soles)

Amortización de deuda	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo Inicial	248,108.80	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97
Amortización		-52,899.45	-67,787.78	-86,867.79	-17,866.81	-22,686.97
Interés		-69,361.26	-54,472.93	-35,392.92	-10,940.71	-6,120.55
Escudo Fiscal		20,808.38	16,341.88	10,617.88	3,282.21	1,836.17
Saldo Final	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97	0.00
(a) PRINCIPAL + INTERESES*	248,108.80	-101,452.33	-105,918.83	-111,642.83	-25,525.31	-26,971.35

* Los intereses contemplan la deducción del escudo fiscal

8.2.5. Flujo de Caja Financiero

En el siguiente cuadro muestra el flujo de caja financiero, donde se mide el efecto del financiamiento sobre los resultados económicos del proyecto.

CUADRO N° 97

Flujo Financiero	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-786,757.63	668,296.13	1,428,027.24	1,579,487.63	1,732,426.64	3,868,065.25
Desembolso de (a)	248,108.80	-101,452.33	-105,918.83	-111,642.83	-25,525.31	-26,971.35
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-538,648.83	566,843.80	1,322,108.41	1,467,844.80	1,706,901.33	3,841,093.89

Elaboración propia - Referencia Cuadros N°

8.3. Determinación de la Tasa de Descuento

8.3.1. Costo de Oportunidad de Capital

Para hallar el costo de oportunidad de capital se utilizó el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model)

Cuya fórmula es:

$$Cok = Rf_{US} + \beta_{apalancado} * (Rm_{US} - Rf_{US}) + \lambda * (\sigma_{Pais})$$

Dónde:

- **Rfus:** Tasa libre de riesgo en EEUU.
- **$\beta_{apalancado}$:** (Beta apalancado) Riesgo sistemático de acciones del sector respectivo en EEUU. (Fuente: Damodaran).
- **Rm us:** Retorno del mercado accionario de EEUU (s&p500)
- **σ_{Pais} :** Riesgo país.

$$\beta_{apalancada} = \beta_{desapalancada} \times (1 + (1 - pp) \times (1 - t) \times (\text{pasivo} / \text{patrimonio}))$$

$$\lambda = \frac{\sigma_{CountryEquity}}{\sigma_{CountryBond}}$$

Datos:

CUADRO N° 98

Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	3.65%
Rendimiento de Mercado	7.98%
Riesgo País	3.00%
Riesgo Implícito	2.50
Participación Laboral	0.00%

CUADRO N° 99

Beta apalancado:

Item	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97	0.00
Capital	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53
Beta Apalancado	1.57	1.50	1.40	1.27	1.24	1.21
Cok para el Proyecto	17.96%	17.63%	17.20%	16.65%	16.53%	16.39%
	17.06%					

Habiendo realizado el cálculo se tiene un COK de 17.06 %, el cual es la rentabilidad esperada de la inversión financiera a la que se renuncia por invertir en el presente proyecto.

8.3.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (CCPP)

El valor promedio único es de 17.40 %, que viene a ser la tasa de rentabilidad del promedio del costo de endeudamiento y del costo de capital propio.

CUADRO N° 100

Cálculo del CPPC	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Deuda	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97	0.00
Capital	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53
Costo Promedio Ponderado de Capital	17.79%	17.67%	17.50%	17.22%	17.15%	17.06%
CPPC Promedio	17.40%					

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

8.4. Estados Proyectados

8.4.1. Balance general

A continuación se presenta, está conformado por el activo, pasivo y patrimonio. Donde , analizando la partida de caja y bancos perteneciente al activo de la empresa se observa que tiene un crecimiento año a año, llegando al año 05 a S/. 8, 864,930.22 nuevos soles, esto es gracias a los ingresos que cada año se generan.

Siendo la partida de proveedores, perteneciente al pasivo, se nota una deuda a partir del año 01 al año 04 que es el 20 % del total de adquisiciones al año que se realizaran al crédito.

Los tributos se iniciaran desde el primer año, hasta el final del horizonte del proyecto.

Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

El capital social se mantiene constante durante los 05 años de duración del proyecto ya que no se consideró un aumento en este, mientras las utilidades acumuladas se incrementan año a año.

CUADRO N° 101

BALANCE PROYECTADO

(En nuevos soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo	827,029.32	2,325,530.30	3,769,766.29	5,356,202.99	7,194,218.17	8,918,734.37
Caja y Bancos	689,482.96	1,305,325.66	2,684,711.44	4,203,669.96	5,971,479.04	8,864,930.22
Clientes		899,406.72	981,005.38	1,065,232.00	1,152,186.54	
Total Activo Corriente	689,482.96	2,204,732.38	3,665,716.82	5,268,901.96	7,123,665.58	8,864,930.22
Activo Fijo	129,189.94	113,557.84	97,925.74	82,293.64	66,661.54	51,029.44
Intangibles	8,356.42	7,240.08	6,123.74	5,007.39	3,891.05	2,774.71
Total Activo No Corriente	137,546.36	120,797.92	104,049.48	87,301.03	70,552.59	53,804.15
Pasivo y Patrimonio	827,029.32	2,325,530.30	3,769,766.29	5,356,202.99	7,194,218.17	8,918,734.37
Pasivo	248,108.80	414,220.30	360,822.02	290,778.31	288,245.62	13,573.60
Proveedores		198,029.31	212,418.81	229,242.89	244,577.00	
Tributos		20,981.65	20,981.65	20,981.65	20,981.65	13,573.60
Total Pasivo Corriente	0.00	219,010.96	233,400.46	250,224.54	265,558.65	13,573.60
Deuda a Largo Plazo	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97	0.00
Total Pasivo No Corriente	248,108.80	195,209.35	127,421.56	40,553.77	22,686.97	0.00
Patrimonio	578,920.53	1,911,310.00	3,408,944.27	5,065,424.68	6,905,972.55	8,905,160.77
Capital social	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53	578,920.53
Reserva Legal	0.00	190,341.35	404,289.11	640,929.17	903,864.57	1,189,462.89
Utilidades acumuladas	0.00	1,142,048.12	2,425,734.64	3,845,574.99	5,423,187.45	7,136,777.35

Auditoría 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00

Elaboración propia - Referencia: Cuadro N°

8.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas

En el cuadro siguiente se muestra el estado de ganancias y pérdidas anuales proyectadas, donde se observa los ingresos y egresos, generados en su fase de funcionamiento, también se observa el comportamiento de utilidad neta que de año a año se va incrementando.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez
CUADRO N° 102

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO

(En nuevos soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas Netas		3,811,045.42	4,156,802.46	4,513,694.92	4,882,146.36	5,262,405.93
Costo de Ventas		-1,738,351.07	-1,860,295.99	-2,005,879.75	-2,135,829.89	-2,290,641.61
Utilidad Bruta		2,072,694.35	2,296,506.46	2,507,815.16	2,746,316.46	2,971,764.32
Gastos Administrativos		-61,861.39	-64,497.83	-67,265.37	-67,265.37	-70,171.29
Gastos de Ventas		-21,309.73	-21,309.73	-22,007.84	-22,007.84	-22,740.86
Utilidad Operativa		1,989,523.23	2,210,698.90	2,418,541.95	2,657,043.25	2,878,852.17
Depreciación Activo Fijo		-15,632.10	-15,632.10	-15,632.10	-15,632.10	-15,632.10
Amortización Intangibles		-1,116.34	-1,116.34	-1,116.34	-1,116.34	-1,116.34
UAI		1,972,774.79	2,193,950.46	2,401,793.51	2,640,294.81	2,862,103.73
Gastos Financieros		-69,361.26	-54,472.93	-35,392.92	-10,940.71	-6,120.55
Utilidad Antes de Impuestos		1,903,413.53	2,139,477.53	2,366,400.59	2,629,354.10	2,855,983.18
Impuesto a la Renta		-571,024.06	-641,843.26	-709,920.18	-788,806.23	-856,794.95
Reserva Legal	10%	-190,341.35	-213,947.75	-236,640.06	-262,935.41	-285,598.32
Entrega de Dividendos	25%	-285,512.03	-320,921.63	-354,960.09	-394,403.11	-428,397.48
Utilidad Neta		856,536.09	962,764.89	1,064,880.27	1,183,209.34	1,285,192.43

Elaboración propia - Referencia: Cuadro N°

22%

23%

24%

24%

24%

8.5. Rentabilidad

8.5.1. Indicadores de Rentabilidad

En el siguiente cuadro se muestra el VAN y el TIR, tanto económico como financiero y en términos nominales y reales, El VAN se calculó con la tasa de descuento del COK de 17.06 %.

El VANE es menor que el VANF calculado con la tasa del COK, lo que indica la conveniencia del endeudamiento.

La TIRF es mayor que el TIRE, por lo tanto es factible el financiamiento externo ya que ha contribuido que el proyecto sea rentable.

La TIRE y TIRF son mayores al COK, lo que prueba que es más rentable invertir el capital en el proyecto que en otro tipo de inversión en el mercado.

CUADRO N° 103

VAN Y TIR

Tasas	Indicador	Nominal	Real
Wacc	VANE	4,438,220.61	3,884,692.68
	VANF	4,428,651.03	3,876,316.61
14.31%	TIRE	133.15%	127.02%
13.98%	TIRF	166.17%	159.17%

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

8.5.2. Punto de Equilibrio para el Horizonte del Proyecto



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

En el cuadro muestra el punto de equilibrio de las unidades y de las ventas, momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales; significando el volumen mínimo que se debe vender para comenzar a obtener utilidades.

CUADRO N° 104

PUNTO DE EQUILIBRIO A LO LARGO DEL PERIODO DE EVALUACIÓN

(En nuevos soles)

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
	01	02	03	04	05	
Costos Fijos	169,280.82	157,028.93	141,414.57	116,962.37	115,781.15	140,093.57
Costos Variables	1,738,351.07	1,860,295.99	2,005,879.75	2,135,829.89	2,290,641.61	2,006,199.66
Producción	210,240	229,313	249,001	269,328	290,305	249,155.45
Costo Variable Medio	8.27	8.11	8.06	7.93	7.89	8.05
Costos Totales	1,907,631.89	2,017,324.92	2,147,294.33	2,252,792.26	2,406,422.76	2,146,293.23
Ingresos Totales	3,240,021.36	3,514,959.20	3,803,774.74	4,093,340.13	4,405,610.98	3,811,541.28
Precio Medio	15.41	15.33	15.28	15.20	15.18	15.28
PE Unidades	23,708.80	21,749.16	19,586.51	16,088.36	15,882.19	19,382.07
PE Ventas	365,352.58	333,414.61	299,281.81	244,543.05	241,091.61	296,157.96

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

8.5.3. Periodo de Recuperación de Capital

En el siguiente cuadro se observa el periodo de recuperación de capital que es de año y tres meses.

CUADRO N° 104

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

(En nuevos soles)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Económico	-786,757.63	668,296.13	1,428,027.24	1,579,487.63	1,732,426.64	3,868,065.25
Flujo de Caja Económico Actualiz.		569,002.21	1,035,660.41	975,737.47	911,606.63	1,732,971.52
Saldo	-786,757.63	-217,755.42	817,904.99	1,793,642.46	2,705,249.09	4,438,220.61

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N°

1 año, 3 meses

8.6. Análisis Sensibilidad

8.6.1. Variables de Entrada

Las variables de entrada que se han tomado en cuenta son las siguientes:

- Participación del proyecto
- Crecimiento del proyecto
- Inflación anual
- Impuesto a la renta
- Crecimiento económico.

8.6.2. Análisis Unidimensional

Las variables entradas que se toma para realizar un análisis, son:

- Plan de participación de mercado.

El análisis que se muestra a continuación, que efecto tiene en Vane Real se ve afectado, si la participación del mercado baja.

CUADRO N° 105

	70.00%	65.00%	60.00%	55.00%	7.80%	8.00%
3,884,693	3,884,693	3,566,304	3,247,838	2,929,270	-193,486	-176,460

8.6.3. Análisis Multidimensional

CUADRO N° 110

Escenarios para el VanfReal, por Diferentes Valores de Inflación y Reducción de Precios de los Productos

3,884,693	0.50%	1.00%	1.50%	2.00%	2.70%	3.00%	3.70%	4.00%	4.50%
3.00%	4,133,433	4,023,470	3,916,887	3,813,567	3,674,183	3,616,262	3,485,184	3,430,700	3,342,073
2.00%	4,212,195	4,100,176	3,991,600	3,886,346	3,744,353	3,685,348	3,551,814	3,496,309	3,406,020
1.00%	4,290,958	4,176,883	4,066,312	3,959,125	3,814,523	3,754,433	3,618,443	3,561,917	3,469,967
0.00%	4,369,721	4,253,589	4,141,025	4,031,904	3,884,693	3,823,518	3,685,073	3,627,526	3,533,914
-1.00%	4,448,483	4,330,295	4,215,738	4,104,684	3,954,863	3,892,603	3,751,703	3,693,134	3,597,861
-1.65%	4,499,532	4,380,011	4,264,161	4,151,854	4,000,342	3,937,379	3,794,887	3,735,657	3,639,307

Elaboración propia

8.7. Factores Críticos de Riesgo y Éxito

8.7.1. Descripción

Factores de Riesgo:

- Falta de experiencia en este rubro.
- Ingreso de nuevos competidores.
- Inestabilidad política.
- Incremento de precios de los insumos utilizados para el servicio ofrecido.
- La no aceptación del servicio por parte del cliente.

Factores de Éxito:

- No existe competencia directa en el mercado trujillano.
- Incremento del poder adquisitivo de la población.
- Posicionamiento de la marca en el mercado.
- Aceptación del servicio a ofrecer por parte de los clientes.
- Buenas relaciones con los proveedores.
- Crecimiento económico del país.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

8.7.2. Plan de Contingencias y Aseguramiento

- Respecto a los riesgos correspondientes a : disminución de la demanda del servicio a ofrecer, ingresos de nuevos competidores, incremento de los precios de los insumos utilizados para el servicio ofrecido y a la no aceptación del servicio a ofrecer por parte de los clientes; se tendrá como medida de contingencia el emplear la técnica del marketing BTL, que consiste en el empleo de comunicaciones no masivas dirigidas a segmentos específicos con el fin de impulsar y promocionar nuestros servicios, tales como : Degustaciones, merchandising, entre otros.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo IX

Conclusiones



9. Conclusiones

- Se puede concluir que Dushè mediante el servicio de pastelería fina con una amplia gama de panadería, pastelería de alta calidad, donde se pueda tomar desayunos, disfrutar de jugos, te, cafés, sándwiches fríos y calientes, además de la opción de elegir el pan e ingredientes que desee para la elaboración de su sándwich, busca la satisfacción de nuestros posibles consumidores.
- También podemos concluir que el uso de herramientas de publicidad será un gran apoyo para poder posicionar la marca en la mente de los trujillanos.
- Asimismo, concluimos que con una buena asignación de materia prima y una optimización de los recursos humanos se pudo obtener una rentabilidad superior a la 20 %.
- Además, habiendo realizado en estudio de mercado se ha podido identificar el amplio mercado de las personas del nivel socioeconómico AB, de los distritos de Trujillo y Víctor Larco, ascendiendo este mercado a 19, 640 personas, que tienen una frecuencia de concurrencia a las cafeterías de 76 veces al año, de las cuales indican que el 66 % de las personas si usarían mi servicio, lo que hace referencia un grado significativo de aceptación.
- Mediante una identificación y evaluación de los activos fijos, intangibles, capital de trabajo, entre otros; se ha podido determinar los costos en que se incurrirían y la inversión que sería necesaria para la puesta en marcha del negocio.



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Capítulo X

Recomendaciones



10. Recomendaciones

Habiendo considerado los resultados obtenidos del presente estudio de Pre – Factibilidad, que nos evidencia un alto grado de aceptación de la idea de negocio y un buen nivel de rentabilidad del proyecto; esto; sin dejar de lado la poca satisfacción con las cafeterías y panaderías ya establecidas en la ciudad de Trujillo, se recomienda lo siguiente:

- Poner en marcha el proyecto, ya que por lo expuesto podemos darnos cuenta que es un proyecto viable.
- La inversión es este proyecto (que participe un inversionista).
- Se sugiere mantener la investigación al mercado porque es importante saber lo que otros están planeando hacer para captar la atención del cliente.

11. Bibliografía:

1. BACA URBINA, Gabriel (2011) Evaluación de Proyectos, 4ta ed. México, Mc. Graw-Hill.
2. CORDOVA PADILLA, Marcial (2008) Formulación y Evaluación de Proyectos. 1 era Ed. México, Prentice Hall.
3. KOTLER, Philip; Keller, Lean Kevin (2006) Dirección de Marketing. 12va ed. México, Prentice Hall.
4. STONER, James; FREEMAN, Edward; GILBERT, Daniel (1996) Administration 6ta Ed. Mexico, Prentice Hall.
5. FRED, David (2003) Conceptos de Administración Estratégica, 9na Ed. México, Prentice Hall.
6. CHASE, Richard; AQUILANO, Nicholas; JACOBS, Robert (2000) Administración de Producción y Operaciones. Manufactura y Servicios. Edit. McGraw-Hill 8° Edición. 2000. Bogotá. Colombia.
7. PORTER, Michael. (1996) Ventaja competitiva. Ed. CECSA. México D.F. México.

PAGINAS WEB:

- www.inei.gob.pe
- www.sunat.gob.pe
- www.bcrp.gob.pe
- www.sunarp.gob.pe
- www.mintra.gob.pe
- www.munitrujillo.gob.pe
- www.indecopi.gob.pe
- <http://www.perudeganadores.com/>
- <http://elcomercio.pe/>
- http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html



Bachiller: María Alexandra Rodríguez Chávez

Anexos

P: Población de 15 años a más en grupos quinquenales

P: Según Sexo

DISTRITO DE TRUJILLO	20-24 años	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años	50-54 años	Total
HOMBRES:	14431	12622	10813	9020	8454	7415	6579	69334
MUJERES:	15793	14108	12263	10607	10110	9152	8273	80306
							TOTAL	149640

DISTRITO DE VICTOR LARCO	20-24 años	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años	50-54 años	Total
HOMBRES:	2591	2137	2078	1839	1620	1407	1254	12926
MUJERES:	2810	2591	2338	2082	1902	1706	1554	14983
							TOTAL	27909



panes . postres . café

Resultado totales	2007	2008	2009	2010	2011
Distrito de trujillo	149640	152334	155076	157867	160708
Distrito de victor larco	27909	28411	28923	29443	29973
	177549	180745	183998	187310	190682

total de la poblacion

Crecimiento poblacional	1.8	1.018
-------------------------	-----	-------

MANERA DE APLICAR ENCUESTAS

	20-24 años	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años	50-54 años
HOMBRES	17022	14759	12891	10859	10074	8822	7833
MUJERES	18603	16699	14601	12689	12012	10858	9827
TOTALES	35625	31458	27492	23548	22086	19680	17660

DISTRITO DE TRUJILLO Y VICTOR LARCO

APLICACIÓN DE ENCUESTAS 20 A 55 AÑOS	%	20-24 años	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años	50-54 años
HOMBRES TOTALES	46%	21%	18%	16%	13%	12%	11%	10%
MUJERES TOTALES	54%	20%	18%	15%	13%	13%	11%	10%
		1						

URBANIZACION	TOTAL DE ENCUESTAS	HOMBRES	MUJERES	20-24 años	25-29 años	30-34 años	35-39 años	40-44 años	45-49 años	50-54 años
LA MERCED	64	30	34	6	5	5	4	4	3	3
CALIFORNIA	64	30	34	7	6	5	5	4	4	4
EL RECREO	64	30	34							
LA MERCED	64	30	34	11		9		7		3
	255	118	137	13		10		8		4
				24		18		15		6
				96.346164		73.304834		59.9852998		25.3637024

INDICE DE AJUSTE DE INTENCION DE COMPRA

a.	Definitivamente	25	75%	18.75
----	-----------------	----	-----	-------

30
34

255

b.	Los adquiriria	72	25%	18	falta corregir
c.	Talves si / tal ve	29	10%	2.9	
d.	No los adquiririn	0	3%	0	
e.	Definitivament	0	2%	0	
		126		39.65	

Totales de Trujillo	NSE A,B Trujillo	Total
190682	10.30%	19,640



DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS URBANAS POR NIVELES – DEPARTAMENTO

DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO					
	TOTAL	A	B	C	D	E
La Libertad	100%	2.2	8.1	26.9	39.2	23.6

Z 1.96
N 19640
P 50%
Q 50%
E 6%

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

$$n = \frac{18,862.48}{74.04}$$

$$n = 254.77$$

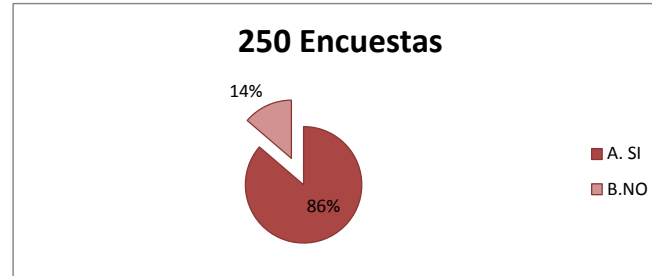
TOTAL DE ENCUESTAS

TABULACION

255

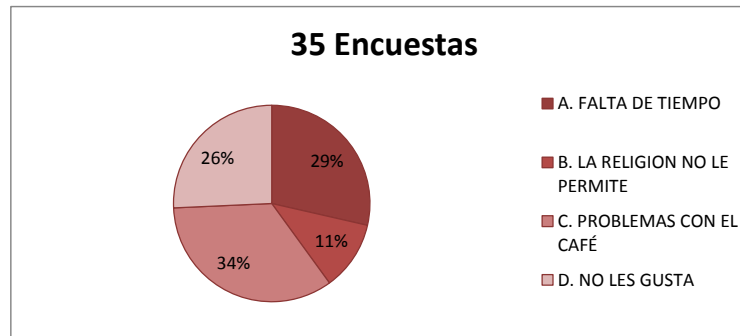
1. ¿Asistes usted a una cafetería?

A. SI	220
B.NO	35



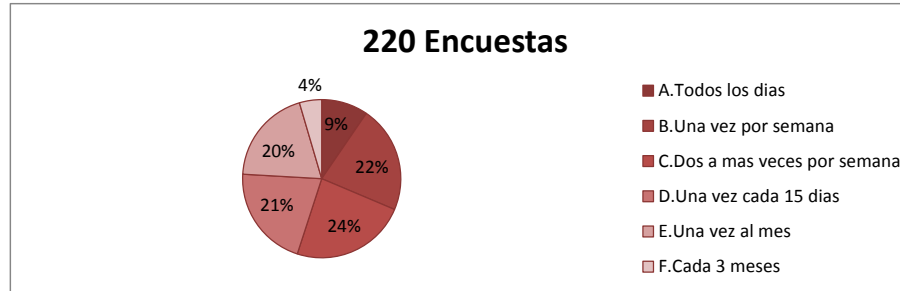
2. Si la respuesta fue negativa. ¿Por qué no asiste a una cafetería?

A. FALTA DE TIEMPO	10
B. LA RELIGION NO LE PERMITE	4
C. PROBLEMAS CON EL CAFÉ	12
D. NO LES GUSTA	9



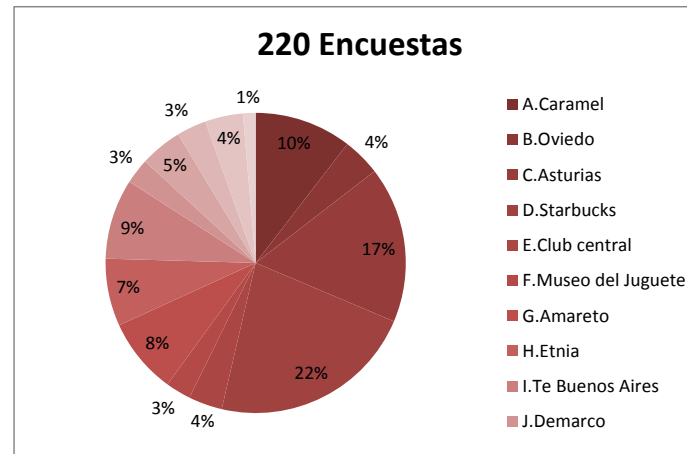
3. ¿Con que frecuencia Ud. suele ir a cafeterías?

A.Todos los dias	21
B.Una vez por semana	48
C.Dos a mas veces por semana	52
D.Una vez cada 15 dias	46
E.Una vez al mes	43
F.Cada 3 meses	10
220	



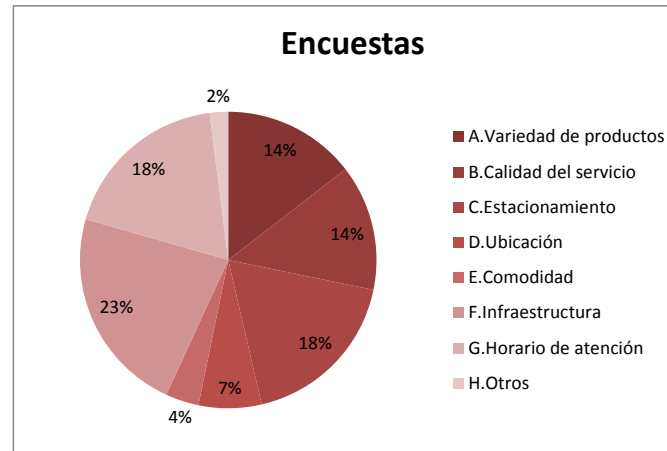
4. ¿A que cafeteria de nuestra ciudad suele usted acudir?

A.Caramel	23
B.Oviedo	9
C.Asturias	37
D.Starbucks	49
E.Club central	8
F.Museo del Juguete	6
G.Amareto	18
H.Etnia	16
I.Te Buenos Aires	19
J.Demarco	6
K.Brual	10
L.Maná	7
M. Casona Deza	9
M.Otros	3



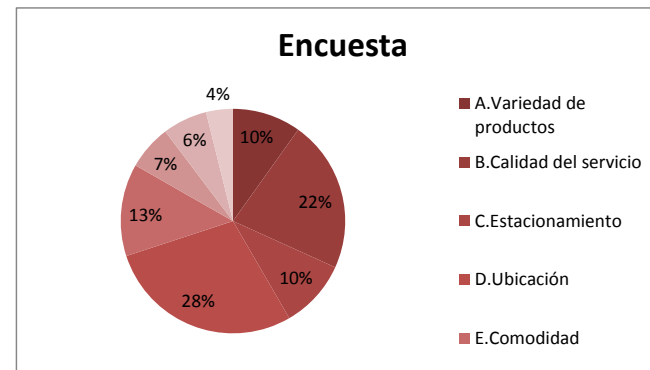
5. ¿Qué cree que le falta a las cafeterías de Trujillo?(Respuesta múltiple)

A.Variedad de productos	36
B.Calidad del servicio	34
C.Estacionamiento	45
D.Ubicación	17
E.Comodidad	9
F.Infraestructura	56
G.Horario de atención	46
H.Otros	5



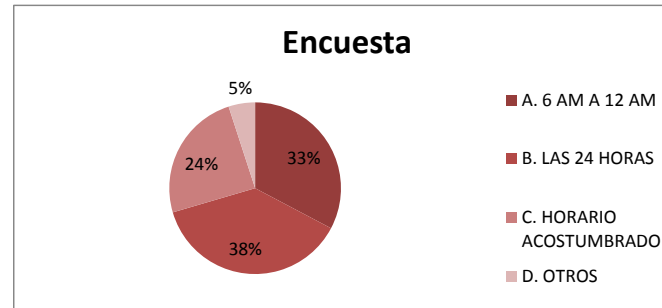
6. ¿Que es lo que le gusta de las caferia a las que acude? (respuesta múltiple)

A.Variedad de productos	23
B.Calidad del servicio	51
C.Estacionamiento	23
D.Ubicación	66
E.Comodidad	31
F.Infraestructura	15
G.Horario de atención	15
H.Otros	9



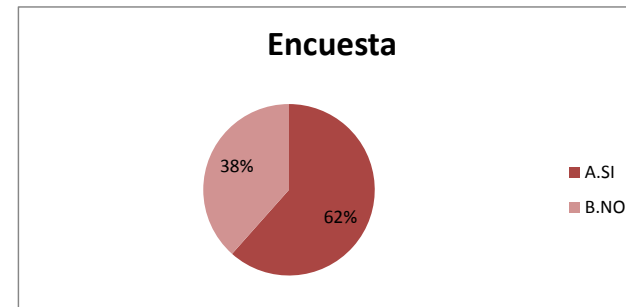
7. ¿Cuál cree que sería el horario de atención de una cafetería?

A. 6 AM A 12 AM	72
B. LAS 24 HORAS	83
C. HORARIO ACOSTUMBRADO	54
D. OTROS	11



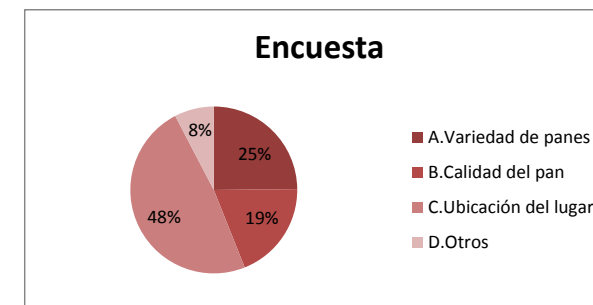
8. ¿Esta Ud. a gusto con las panaderías de Trujillo?

A.SI	157
B.NO	98



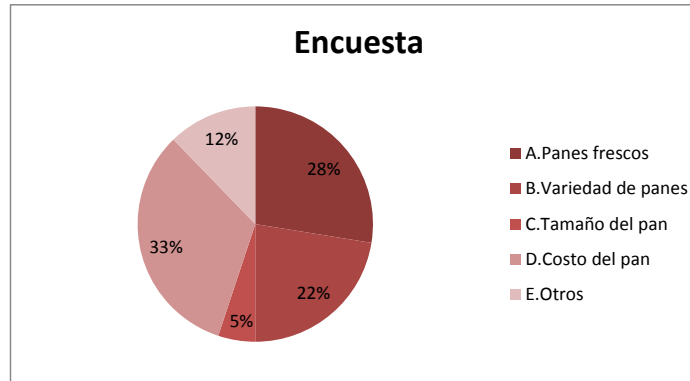
9. Si la respuesta es afirmativa ¿Por qué esta usted a gusto?

A.Variedad de panes	39
B.Calidad del pan	30
C.Ubicación del lugar	76
D.Otros	12



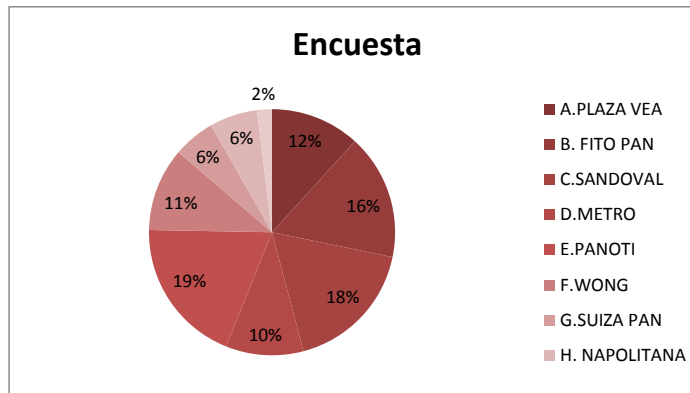
10. Si su respuesta fue negativa ¿Qué recomendaría?

A.Panes frescos	27
B.Variedad de panes	22
C.Tamaño del pan	5
D.Costo del pan	32
E.Otros	12



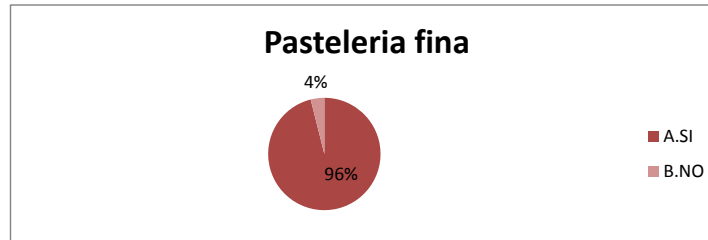
11. ¿Podría nombrar alguna panadería a la que acude?

A.PLAZA VEA	30
B. FITO PAN	42
C.SANDOVAL	45
D.METRO	26
E.PANOTI	49
F.WONG	28
G.SUIZA PAN	14
H. NAPOLITANA	16
I.OTROS	5



12. Sabía Ud. que pastelería fina es un lugar ofrece servicio de panadería pastelería, postres, cafés, jugos helados y desayunos de excelente calidad. ¿Ha ido a alguna?

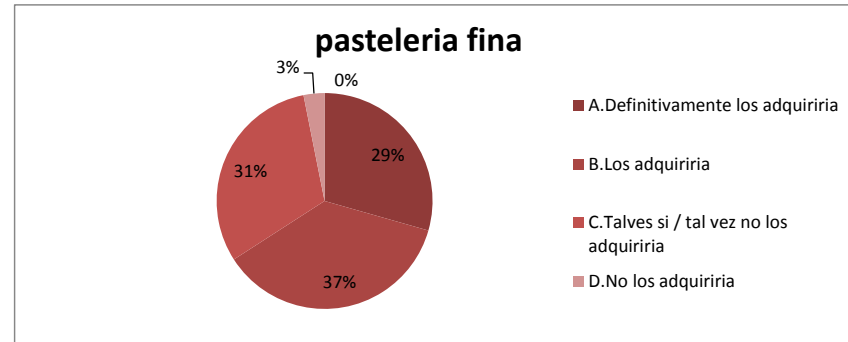
A.SI	245
B.NO	10



13. ¿Ud. acudiría a una pastelería fina en Trujillo?

A.Definitivamente los adquiriría	75
B.Los adquiriría	93
C.Talves si / tal vez no los adquiriría	79
D.No los adquiriría	8
E.Definitivamente no los adquiriría	0
255	

29%
36%
31%
3%
0%



SI ADQUIRIAN

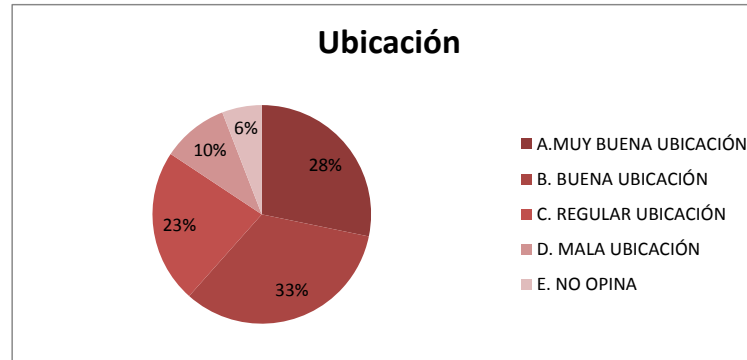
66%

a.	Definitivamente los adquiriría	75	75%	56.25
b.	Los adquiriría	94	25%	23.5
c.	Talves si / tal vez no los adquiriría	79	10%	7.9
d.	No los adquiriría	8	3%	0.24
e.	Definitivamente no los adquiriría	0	2%	0
		256		87.89

79.75

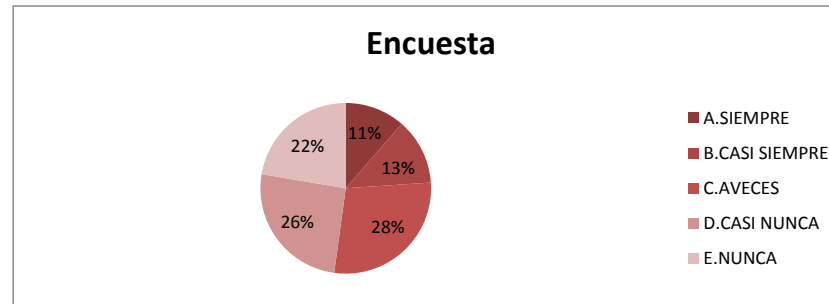
14. ¿Qué opina usted si la una pastelería fina estuviera ubicada en la Av. Husares de junin?

A.MUY BUENA UBICACIÓN	72
B. BUENA UBICACIÓN	85
C. REGULAR UBICACIÓN	58
D. MALA UBICACIÓN	25
E. NO OPINA	15



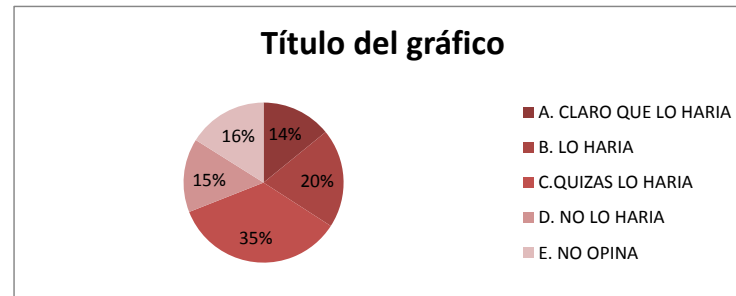
15. ¿Utiliza el internet como medio de compra?

A.SIEMPRE	29
B.CASI SIEMPRE	32
C.AVECES	72
D.CASI NUNCA	65
E.NUNCA	57



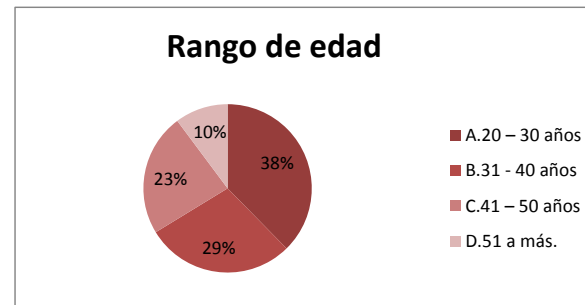
16. ¿Qué te parecería si los servicios que ofresco,Usted pueda adquirirlos atravez de delivery por internet?

A. CLARO QUE LO HARIA	36
B. LO HARIA	51
C. QUIZAS LO HARIA	89
D. NO LO HARIA	38
E. NO OPINA	41



17. ¿Entre qué rango de edad se encuentra usted?

A.20 – 30 años	96
B.31 - 40 años	73
C.41 – 50 años	60
D.51 a más.	26



18. Sexo

A.Femenino	137
B.Masculino	118

