



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
IPAE
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EMPANADAS RELLENAS
“LA TRADICIÓN”**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de
Administración de Empresas**

**ISAMAR DÍAZ VÁSQUEZ DE MENDOZA
(0000-0002-1942-5880)**

**NATALIA ANALÍ VÁSQUEZ DÍAZ
(0000-0003-3024-2986)**

**Chiclayo – Perú
2022**

Dedicatoria

*A Dios por guiar e iluminar nuestro camino
y a nuestros padres por su amor, sus consejos y sus
enseñanzas.*

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	8
Introducción	10
Capítulo I Definición del Negocio	12
Idea de Negocio.....	12
Diagnóstico de la Idea de Negocio.....	12
Justificación del plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad).....	13
Capítulo II Diagnóstico del Plan de Negocio	15
Análisis del Microentorno (Clientes, Competidores, Proveedores, Intermediarios, Productos Sustitutos).....	15
Análisis del Macroentorno (Factores: Político, Económico, Socio – Cultural, Tecnológico, Legal, Geográfico y Demográfico)	17
Capítulo III Planeamiento Estratégico	27
Misión.....	27
Visión	27
Valores	28
Objetivos estratégicos Generales	28
Matriz FODA	29
Estrategia Genérica de Porter	33
Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt).....	34
Capítulo IV Estudio de Mercado	35
Oferta (Competidores Directos y Potenciales).....	35
Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Resultados, Interpretación y Proyección de la Demanda)	37
Capítulo V Plan de Comercialización	47
Mercado (Características y Segmentación).....	47

Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción)	49
Formulación Estratégica ANSOFF	54
Proyección de Ventas	56
Capítulo VI Plan de Técnico	58
Localización de la Empresa (Matriz de Localización).....	58
Tamaño del negocio (Capacidad Instalada) (Layout)	60
Necesidades (Maquinarias y Equipos, Mano de Obra y Materia Prima)	63
Costos (Directos e Indirectos)	66
Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo)	68
Certificaciones Necesarias	72
Impacto en el Medio Ambiente.....	76
Capítulo VII Plan Organizacional de Personal y Legal	79
Constitución de la Empresa (Proceso, Tramites, Permisos y Costos).....	79
Obligaciones (Tributarias y Laborales).....	91
Estructura Organizacional.....	95
Descripción de Funciones	95
Capítulo VIII Plan Económico Financiero.....	108
Inversiones (Estructura)	108
Ingresos y Egresos.....	109
Deuda (Cuadro de Amortización)	112
Flujo de Caja (Económico y Financiero)	112
Evaluación Económica y Financiera (VAN Y TIR)	114
Conclusiones	117
Recomendaciones	120
Referencias Bibliográficas.....	122
Anexos	128

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Análisis Canvas</i>	14
Tabla 2. <i>Preguntas para Formular la Misión</i>	27
Tabla 3. <i>Preguntas para formular la Visión</i>	27
Tabla 4. <i>Análisis AMFHIT</i>	29
Tabla 5. <i>Análisis FODA</i>	30
Tabla 6. <i>Matriz FODA de la Empresa</i>	31
Tabla 7. <i>Diagrama de Gantt</i>	34
Tabla 8. <i>Competidores Directos y Potenciales</i>	36
Tabla 9. <i>Muestra Finita</i>	38
Tabla 10. <i>Establecimiento de la Demanda</i>	46
Tabla 11. <i>Segmento de mercado y demanda de empanadas al mes</i>	46
Tabla 12. <i>Matriz ANSOFF</i>	55
Tabla 13. <i>Proyección de Ventas</i>	56
Tabla 14. <i>Tipos de escenarios</i>	56
Tabla 15. <i>Totales de ventas proyectadas al mes por cada escenario</i>	57
Tabla 16. <i>Matriz de Localización</i>	58
Tabla 17. <i>Capacidad Instalada</i>	60
Tabla 18. <i>Características del Local</i>	61
Tabla 19. <i>Máquinas y Equipos</i>	63
Tabla 20. <i>Mano de Obra</i>	64
Tabla 21. <i>Masa para la empanada</i>	65
Tabla 22. <i>Materia Prima</i>	65
Tabla 23. <i>Costos Directos al Mes</i>	67
Tabla 24. <i>Empaques</i>	67
Tabla 25. <i>Costos Indirectos al Mes</i>	68
Tabla 26. <i>Resumen de costos de Autorizaciones y Permisos</i>	90
Tabla 27. <i>Costo de planilla Régimen Micro Empresa</i>	94
Tabla 28. <i>Inversiones</i>	108
Tabla 29. <i>Estructura de Ingresos y Egresos</i>	110

Tabla 30. <i>Depreciación de Muebles, Equipos y Maquinarias</i>	111
Tabla 31. <i>Préstamo bancario</i>	112
Tabla 32. <i>Flujo de Caja Económico y Financiero</i>	113
Tabla 33. <i>ROE y ROA</i>	114
Tabla 34. <i>Evaluación Económica y Financiera</i>	115
Tabla 35. <i>Punto de equilibrio – Escenario Pesimista</i>	115

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Tipo de negocio donde compró los productos por delivery</i>	21
Figura 2. <i>Compras por Internet 2021</i>	23
Figura 3. <i>Perfiles socioeconómicos</i>	33
Figura 4. <i>Mercado Objetivo</i>	38
Figura 5. <i>Población que Consume Empanadas Rellenas</i>	39
Figura 6. <i>Frecuencia de Consumo</i>	40
Figura 7. <i>Precio por Empanada</i>	40
Figura 8. <i>Preferencia de Consumo</i>	41
Figura 9. <i>Tamaño de Empanadas en el Mercado</i>	42
Figura 10. <i>Preferencias de Relleno en la Empanada</i>	42
Figura 11. <i>Medios para hacer sus pedidos</i>	43
Figura 12. <i>Puntos para adquirir el producto</i>	44
Figura 13. <i>Ubicación del Distrito de Chiclayo</i>	48
Figura 14. <i>Imagen Referencial del Local</i>	59
Figura 15. <i>Ubicación del Local</i>	59
Figura 16. <i>Croquis</i>	61
Figura 17. <i>Diagrama de Flujo Compra Online</i>	69
Figura 18. <i>Tipo de Relleno y Masa de la Empanada</i>	71
Figura 19. <i>Modelo de Registro Sanitario</i>	75
Figura 20. <i>Tachos de Basura Ecológicos</i>	77
Figura 21. <i>Bolsas o Cajas Biodegradables</i>	78
Figura 22. <i>Proceso para la constitución y formalización del negocio</i>	80
Figura 23. <i>Organigrama de la Empresa</i>	95

Resumen Ejecutivo

En la actualidad como visión de emprendimiento en el mercado gastronómico que se encarga de brindar productos y servicios a las personas que lo solicitan, este juega un papel muy importante en la prestación de sus servicios hacia el público que adquiera este producto, de manera que va con la inversión privada de las personas que serán inversionistas para poder desarrollarnos en este sector, lo que buscamos es implementar el mercado con nuestras innovadoras empanadas rellenas, de modo que estas implementaran las visitas de usuarios a nuestras redes sociales y mantener nuestro local con el equipamiento que se necesita gracias a la alianza privada de los inversionistas, se estima que se hará un gasto promedio de inversión inicial de S/65 906.51, donde el 60% (S/39 543.91) de esta abarca nuestro patrimonio que será recaudada por parte de los dos socios y el 40% (S/26 362.61) será financiado mediante un préstamo bancario a un plazo de 5 años por el Banco de Crédito del Perú (BCP), en este escenario se ha desarrollado un plan estratégico para la empresa Empanadas Rellenas “LA TRADICIÓN”, con la finalidad de satisfacer las expectativas y requerimientos de sus inversionistas, trabajadores y clientes.

Este presente plan ha sido elaborado de manera secuencial, donde se han planteado como principales estrategias para que la empresa Empanadas Rellenas “LA TRADICIÓN” sea reconocida como la mejor en su rubro, las siguientes son: (a) Estrategias de enfoque o segmentación con el público, (b) Capacitaciones y mejoras en el servicio continuo, (c) Integración entre los grupos de trabajo. Con ello se espera que la empresa se posicione en el mercado peruano como la mejor debido a su competitividad, sus productos y servicios al cliente.

Con los resultados de la investigación y desarrollo de este plan de negocio han demostrados que es viable y rentable con respecto al entorno en el que se desenvuelve, se obtuvo un VANE de S/ 14,972.69 con un WACC de 14.66% y un VANF S/ 16,497.85, una TIRE del 23.56% y una TIRF de 30,34%.

Introducción

El presente trabajo de tesis ha sido realizado para recibir el título de Técnico en Administración de Empresas en el Instituto IPAE. Este es un estudio con respecto a nuestro plan de negocio de empanadas rellenas La Tradición del cual consiste en su producción y comercialización de empanadas rellenas conteniendo diferentes sabores, que además de brindar calidad e inocuidad del producto, cubrirán el deleite y expectativas en la vida diaria de cada consumidor. Este producto será comercializado en el mercado chiclayano a través de los canales digitales propios donde proponemos compartir la carta ofreciendo las variedades, precios, descuentos, incluso, se cuenta con servicio delivery facilitando a cada cliente al momento de realizar su pedido.

Las empresas que actualmente producen y comercializan el mismo producto en el distrito de Chiclayo se encuentra fragmentada, en su mayoría estos ofrecen lo similar y podemos ver que hay diferencias por el modelo de negocio ya que estas se basan a ofrecer claramente a la venta de diferentes comidas y bebidas, por ende, no contamos con competidores directos específicos ya que en este negocio tenemos como idea principal satisfacer las necesidades sobre un producto personalizado o quizá muy pocas veces elaborado por la déficit de variedades de sus presentaciones creando nuevas experiencias buscando causar un impacto a nuestra población chiclayana.

La Tradición SAC es una empresa nueva en el mercado y ofrecerá la línea de empanadas con 4 variedades de rellenos de sabores exquisitos como el de carne, mariscos, cabrito y ají de gallina, con un empaque personalizado para cada uno de los productos ofrecidos a través de vía online, lo cual tiene como finalidad ofrecer la entrega a domicilio. Sobre todo, que sea útil para las personas como las de tercera edad, ya que estas quieren evitar la molestia de salir a comprar

sus alimentos, aquellas personas con tiempo reducido para movilizarse, o las familias que cuentan con menores en casa, así mismo, para aquellos que el tiempo y la comodidad son indispensables.

Actualmente el negocio de empanadas tradicionales dejó de lado los estantes de los locales de panadería para formarse en uno de los principales productos para las empresas a nivel nacional. Por ello, La Tradición quiere estar a un paso más de lo común, este tipo de negocio se debe realizar con mucha pasión, así mismo se producirá un producto único con diversos rellenos de gran calidad, enfocándonos en insumos de calidad y en cada proceso de elaboración, empaquetado y además un buen servicio al cliente. De esa forma se satisface ciertas necesidades logrando consolidarnos como empresa y volvernos reconocida por nuestros servicios y productos que brindamos.

En el contexto de las mejoras que hemos realizado en nuestro trabajo donde las demás empresas o tiendas carecen de una variedad de menú con respecto a empanadas donde queremos lograr los objetivos que como empresa nos hemos planteado que son: (a) Atraer y mantener la atención de la clientela, (b) Desarrollar cada vez más el producto, (c) Analizar el posible segmento de mercado y la frecuencia de consumo de las empanadas rellenas.

A continuación, se detalla más a fondo en los capítulos que la conforman lo que es nuestra presente tesis que habla de manera puntual y considerativa para que nos permita conocer más a fondo este mismo.

Capítulo I

Definición del Negocio

Idea de Negocio

Nuestra idea de negocio consiste en la venta de empanadas rellenas a pedido utilizando principalmente el canal online, teniendo en cuenta las necesidades del público chiclayano cada vez más exigente en sabor, variedad y presentación, por eso nos enfocamos en ofrecer productos ricos y variados, para lo cual utilizaremos insumos y materia prima de calidad como harina de trigo, carne seleccionada, mariscos frescos, etc.

Diagnóstico de la Idea de Negocio

Según lo analizado en diversas fuentes, como en la investigación realizada por Arellano Marketing en la que indica que la gastronomía peruana es una de las más diversas del mundo, con 491 platos típicos, a la par de la comida francesa, china e india. El Perú siendo un país de largas tradiciones y un brillante futuro que no olvida sus raíces, el arte del buen comer se destaca entre sus habitantes como uno de los símbolos más distintivos de su identidad. Lima fue declarada capital gastronómica de América Latina, gracias a la amplitud y sofisticación de platos reconocidos contundentemente por los más prestigiosos chefs y expertos en el tema.

Siendo también Chiclayo la tierra del buen comer y del buen beber, gastronomía rica pasados de generación en generación y de secretos ancestrales.

“En todos los países del mundo se han cocinado, por lo menos una vez, empanadas. Quizás no tienen el mismo nombre, pero consisten en un producto de masa doblada que en su interior tiene un relleno de diversos ingredientes, el cual dependerá de la cultura que la prepare”, según explica en la revista Alto Nivel (2012).

Considerando que el público chiclayano está en la búsqueda de nuevos sabores y presentaciones, además de evaluar la calidad e higiene en lo que consume, nuestro plan considera satisfacer dichas exigencias ofreciendo una carta original y atractiva basada en insumos de nuestra gastronomía con ingredientes de calidad, a través de un servicio de entregas puntual y eficiente.






Justificación del plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad)

Este punto tiene como objetivo demostrar que lo que proponemos como negocio diferenciado en variedad, calidad y presentación logrará satisfacer la demanda del mercado chiclayano, que tiene la tendencia en buscar nuevas propuestas gastronómicas y cada vez más las compras a través de internet y requiriendo el servicio de entrega por delivery, en base a dicha demanda generaremos ingresos constantes que significarán un grado de sostenibilidad y éxito en el tiempo.

Este tipo de negocio tiene ciertos procesos que no tienen mayor complejidad, ya que nuestro estilo de trabajo desarrollará un sistema de producción artesanal donde garantiza una óptima calidad en el producto final.

Tabla 1.

Análisis Canvas

LIENZO CANVAS				
<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> . Proveedores de carnes. . Distribuidora Gas. . Proveedores para los equipos. . Supermercados (Makro). . Comerciales mayoristas. . Importaciones Alalau-Envases. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> . Producir empanadas rellenas con variedad de sabores. . Empaquetado personalizado.  . Selección y negociación con proveedores confiables. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> . Empanadas rellenas con variedad de sabores. . Empanadas rellenas con una experiencia diferente en calidad y servicio. . Pedidos a través de las redes sociales (la carta estará en nuestra página web para que nuestros clientes tengan facilidad de escoger). 	<p>Relaciones con los Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> . Hacer seguimientos (llamadas y encuestar a nuestros clientes). . Promocionar nuestro producto. . Descuentos. 	<p>Segmentos de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> . Público objetivo  (jóvenes, adultos) limitados en la ciudad de Chiclayo de nivel socioeconómico B, C, y D, que se encuentren dispuestos a degustar de productos con una experiencia diferente en calidad y servicio.
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Costos fijos: equipos de conservación, implementos de cocina, salario. . Costos variables: Insumos, envases. 		<p>Flujo de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Precio de empanadas rellenas: siendo el mínimo 8 soles. . Cantidad de producción semanal: 60 empanadas*6= 360 unidades. . Cantidad de producción mensual: 1,440 unidades. . Ingreso mensual: unidades mes*precio. 		

Capítulo II

Diagnóstico del Plan de Negocio

Análisis del Microentorno (Clientes, Competidores, Proveedores, Intermediarios, Productos Sustitutos)

Las Cinco Fuerzas de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter implica analizar la situación competitiva de una empresa y las fuerzas que la afectan para determinar qué factores son favorables y cuáles no.

El poder de negociación de los clientes es medio, siendo la diferenciación y el precio de nuestras empanadas en base a sus diferentes tipos de relleno que llevara la empanada (carne, ají de gallina, lomo saltado, mariscos, etc.), por lo consiguiente tendremos en cuenta su presentación que será en bolsas y cajas recicladas, y personalizadas que estarán listas para la venta al cliente a la hora que ingresen sus pedidos mediante online o llamadas telefónicas.

Finalmente tendremos en cuenta la rapidez, el trato con el cliente mediante las redes sociales, la limpieza, entre otros. Sin embargo, somos conscientes que la cantidad y el producto que ofrecemos puede variar, esto nos conlleva a que posiblemente tenemos que variar más adelante nuestros precios, llegando a acuerdos que beneficien ambas partes y así generar posibilidades de negociar con los clientes.

Rivalidad entre competidores es baja, ya que, si bien es cierto que la concentración de competidores es alta, el mercado es muy amplio, diverso y tiene potencial de diferenciación porque la gente está dispuesta a probar nuevos productos. Además, cada vez son más las personas que frecuentemente realizan sus pedidos en línea.

Si bien es cierto existe ya competidores en el rubro de venta de empanadas online. Nosotros como empresa nos diferenciamos por la variación de relleno en las empanadas y que hoy en día muchos optan por probar diferentes sabores. Por eso apostaremos a que nuestra idea de negocio sea diferente al resto.

Poder de negociación de los proveedores es medio, siendo las empanadas con variedad de sabores dependerá de la disponibilidad de los ingredientes para la producción, es por ello que su precio dependerá de la temporada, el clima, y los diferentes factores que lo afectan (como las condiciones económicas, la política nacional, la pandemia, etc). Sin embargo, esto puede disminuir, ya que puede existir una alta competencia en el sector de alimentos y existe la opción de cambiar de proveedor. Por el lado de los alimentos, se comenzará a trabajar con mercados, supermercados como Makro, mientras se prueba la industria y se construyen alianzas con proveedores confiables y permanentes.

Amenaza de entrada de nuevos competidores es alta, a medida que se acerca un nuevo mercado, posiblemente haya competidores siguiendo la iniciativa. Además, no hay barreras de entrada claramente definidas, dado que los costos de inversión no son muy altos, no hay conocimientos específicos o una tecnología detallada, y no hay reglas y

aspectos legales inmanejables, además el manejo de costos no requiere economía de escala.

En cuanto a la experiencia esto se debe a que una empresa de la industria tiene conocimientos que las empresas nuevas en mercado no tienen, como las preferencias y gustos de los clientes, y pueden adaptar su negocio a ellos, también saben cómo fidelizar a dichos clientes o como minimizar los costos para que la nueva empresa en el mercado comienza con desventajas considerables asociadas con estos aspectos señalados.

Amenaza de productos sustitutos es alta, debido a las diferentes formas de suplir las necesidades alimenticias, las ventas online han aumentado a causa de la pandemia por lo que existen diversas plataformas que ofrecen productos diferenciados con buena calidad y una grata experiencia para compartir con los seres queridos.

En cuanto a los productos, existen alternativas como empanadas tradicionales, además de gran variedad de productos recubiertos con masa o fritos que están teniendo un gran desempeño en el mercado debido a la facilidad de consumo y accesibilidad en cuanto a precio y oferta.

Análisis del Macroentorno (Factores: Político, Económico, Socio – Cultural, Tecnológico, Legal, Geográfico y Demográfico)

Análisis PESTEL

Este análisis se utiliza para detectar variables que tienen alguna influencia en la creación de nuestra empresa en un entorno determinado (en nuestro caso, Perú). El trabajo que estamos realizando nos permite presentar adecuadamente el presente y

construir un futuro próspero para la empresa, permitiéndonos planificar cómo proceder desde el principio de lo que hemos identificado.

Político.

Toda empresa debe conocer la estabilidad política de nuestro país, ya que esto nos ayudará a analizar, y dedicar seguridad y confianza para cada actividad que desarrollaremos.

Nuestro país ha venido presentando una crisis política ocasionando conflictos sociales en estos últimos tiempos debido ante un gobierno percibido como débil. Siendo esta la situación, se vio reflejada en protestas por una gran cantidad de manifestantes ocasionando daños humanos y daños materiales.

Podemos analizar lo que está pasando en muchos países donde se registraron datos de inflación no previstos como el alza de precios en el combustible causando el encarecimiento de los alimentos y transporte donde afectan a la ciudadanía, pero una de las principales críticas hacia el presidente Pedro Castillo es visto por su incapacidad para elegir un equipo idóneo para el gobierno y poder asumir a los retos que el Estado demande en la solución de los problemas más importantes.

A todo este problema, hay peruanos que se están aquejando por falta de empleos o el alza de costo de vida siendo también pocas favorables para muchas empresas aún más lamentables para las personas con trabajos informales que no cuentan con un sistema de protección social adecuado.

Económico.

En el lado económico, el dólar anotó un alza del 1.01% en nuestro país generada por la nueva crisis que azota el actual gobierno. Según los datos del Banco de Reserva del Perú (BCRP), la moneda estadounidense arrancó con una vereda alcista en la cual se registró un aumento del 1.01%. El ascenso del 2021 fue impulsado tanto por los factores internos como externos que metieron la incertidumbre a inversionistas ante la coyuntura política de nuestro país y la prevención de los mercados internacionales en presencia de las nuevas variantes de COVID 19 a nivel general. (Portada SWI Swissinfo.ch, 2022)

En este aspecto, está reflejándose en el precio de insumos que se usan para la elaboración de algunos alimentos básicos, estos están elaborados con insumos importados y adquiridos con el dólar.

Elizabeth Salazar Vega (2021) escribió sobre esta poca estabilidad económica: “Este escenario, con los precios de los alimentos, ya lo habíamos visto, luego de los resultados de la primera vuelta electoral. La subida del tipo de cambio genera inflaciones coyunturales, pero no estamos hablando de procesos inflacionarios que son sostenidos en el tiempo. Para que eso ocurra tiene que haber un exceso de demanda de la moneda extranjera y por varios meses consecutivos, o que el gobierno incurra en un déficit fiscal prolongado”. (Ojo Público).

Es por ello por lo que no se puede afirmar de manera segura las acciones que puedan perturbar el desarrollo de cada acción de este proyecto.

Así también cabe resaltar que, en el 2022, nuestra economía se expandió 2.86% a comparación del 2021. La producción nacional en el mes de enero del 2022 se

registró un 30.37% de aumento en la producción de Alojamiento y Restaurantes respecto al 2021 donde los negocios del subsector restaurantes tuvieron un buen desempeño en el servicio de comidas rápidas, comida japonesa, chifas pollerías, sandwicherías, y cafeterías con una flexibilidad de horarios de atención, de aforos, programas de vacunación y delivery. En el subsector restaurantes supo desenvolverse en la atención con aforos restringidos y en el servicio delivery entre 40% y 70% según el Instituto Nacional de Estadística Informática (INEI). Así mismo, el consumidor peruano cada vez ha venido adaptándose a las preferencias que impone la nueva realidad como el llamado delivery, un servicio de reparto a domicilio, entre otros aspectos. (Informe Técnico de Producción Nacional, 2022).

Socio – Cultural.

El incremento de inmigrantes de la nacionalidad venezolana se ha venido dando en los últimos años, siendo el Perú uno de los países con una mayor cantidad de acogida a venezolanos, se puede considerar una amenaza para nuestro negocio, ya que estos buscan sobrevivir laborando de forma temporal en la comercialización como productos sustitutos que satisfacen al público, ofreciendo de estas día a día por las calles.

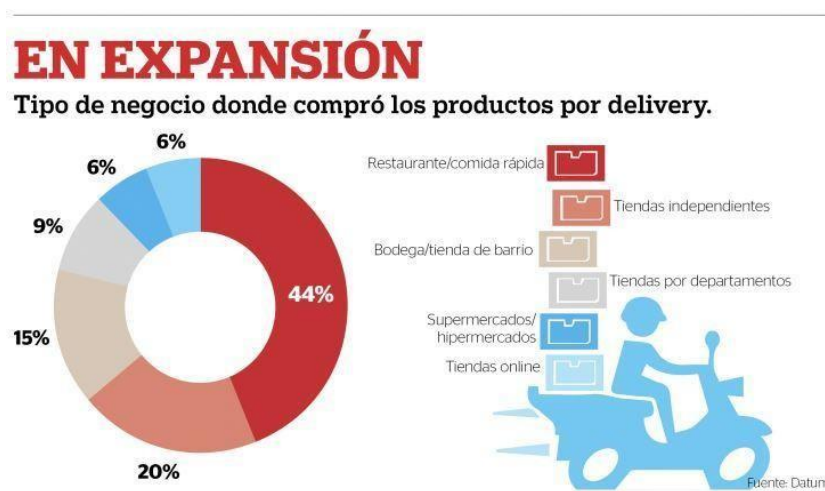
Nuestro Perú, es un país rico en cultura, tradiciones culturales y costumbres, donde a cada paso de los años se pueden ver cambios relevantes. La propia diversidad de la gastronomía peruana es otra razón que explica su éxito mundial. El boom gastronómico y el crecimiento del turismo en Perú han hecho posible un crecimiento considerable de los restaurantes a nivel nacional con las nuevas

tendencias, la combinación de sabores y texturas, todo esto ha hecho que nuestro país sea reconocido a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, el gerente de proyectos Touch Task Adrián Cueva (2022), sostuvo: El servicio delivery es elemental para todo tipo de sectores comerciales, en el sector restaurantes concentran la mayor parte de este servicio e inclusive seguirá creciendo, en la actualidad ya operan las 24 horas al día donde cabe resaltar que mientras más pedidos programados tienen más porcentaje de participación en el mercado. “Y seguirá creciendo. Por ejemplo, luego de que el presidente de la República anunciara la nueva cuarentena, en tan solo tres horas los pedidos efectuados a los supermercados y negocios afines mediante los canales digitales crecieron en aproximadamente 130%. Esto nos demuestra la importancia que tiene el delivery en estos momentos” precisó el ejecutivo. (El Peruano)

Figura 1.

Tipo de negocio donde compró los productos por delivery



Nota. Datum-el Peruano

Eduardo Pérez, Marketing & Product Manager de Tetra Pak (2018), suscribió:

Que muchos consumidores de la actualidad, aparte de buscar opciones de alimentos saludables en el mercado, estos también toman en cuenta el interés por las marcas que son responsables con el planeta como los ingredientes orgánicos, al ahorro del tiempo, en el modo de que estas no tengan que movilizarse para salir a conseguir el producto que desean desentendiéndose de sus actividades como el trabajo; o también la consideración a las marcas locales, ya que estas cada día van en aumento por la explicación de su empaque en cómo garantizan a sus creadores en la cual es un detalle muy valorado por los consumidores. (PQS).

Tecnológico.

Gracias al desarrollo tecnológico, la industria de alimentos ha ido evolucionando a lo largo del tiempo lo que nos ha permitido realizar mejoras en cuanto a mejorar los tiempos, la producción y conservación del producto. Esto nos permite ofrecer productos de mejor calidad.

Rescatando también, que existen 7.1 millones de habitantes en el Perú urbano que compran por internet y el 38% de ellos compra a través de las redes sociales. Hoy en día cada consumidor peruano sigue confiando más en las compras online, siendo así que las empresas en nuestro país han ido encaminando sus negocios al mundo digital, esto facilitaría la venta de nuestros productos aplicando innovación, optimizando nuestro servicio y esforzándonos más para generar una saludable competencia. Existen 7.1 millones de habitantes que compran por internet, el 75% en páginas webs, 46% en aplicaciones y 38% en redes sociales.

Esto es una oportunidad siendo el sector la alimenticio una de las categorías más comprados. (IPSOS Perú, 2021).

Figura 2.

Compras por Internet 2021



Nota. Estadístico de compras por Internet-Ipsos

Legal.

La formalización es un proceso donde lleva a cabo a nosotros como empresa a incorporarnos a la economía explícita, en donde se empieza desde el registro de licencias por parte de las autoridades para seguir con nuestras actividades de manera formal y el acceso a la seguridad social, donde esto es un beneficio derivado de lo ya mencionado.

“En parte lo que ha buscado hacer el gobierno es un mejor régimen tributario para las mypes y mejorar la productividad de las empresas, costear la formalidad y mejorar la vida de las personas, a causa de esto tendremos un mejor acceso a bienes y servicios”. (Cámara de Comercio de Lima, 2017)

Según en la entrevista a Diego Macera, gerente general del IPE (2021), considera que pagar impuestos o multas hacen que estas generen sobrecostos laborales, por ello es de gran importancia entender que la informalidad nos trae consecuencias como la baja productividad, más si es en nuestro caso siendo principiantes de una pequeña empresa”.

Por ello con nuestro negocio llevaremos una serie de requisitos que toda municipalidad pide: será constituido ante SUNARP y SUNAT acogiéndose a un régimen tributario correspondiente, registrar la marca de nuestro negocio a INDECOPI y obtener nuestra licencia de funcionamiento ante la municipalidad de Chiclayo.

Por otro lado, seremos muy cuidadosos sobre las regulaciones de normas sanitarias que existen para abrir restaurantes, como la manipulación de estas o estableciendo condiciones para contribuir con la salud de la población cumpliendo con todo lo establecido de acuerdo a Ley de Inocuidad de los Alimentos según el Decreto Legislativo-MINSA-DIJESA, cumpliremos con todo los principios de higiene en cada proceso de nuestras actividades para brindar calidad de nuestro producto a nuestros clientes y ser certificados en donde nos da acceso a seguir brindando un óptimo servicio.

Geográfico.

Chiclayo siendo una ciudad del norte costero y capital del departamento de Lambayeque, es una de las ciudades más importantes y grandes del Perú contando esta con más de 270,496 habitantes hasta el 2017 según las últimas muestras de censos de población (INEI 2017), ciudad comercial y también conocida como la Capital de la Amistad dado el carácter servicial, amable y amistoso de su gente.

La ciudad de Chiclayo posee un clima semicálido y árido, con una temperatura media anual máxima de 26,2°C y mínima de 17,3°C, y solo a 10Km de las playas.

Demográfico.

Este factor es muy importante ya que nos va a facilitar la ejecución de diversas actividades. Como podemos analizar, en la ciudad de Chiclayo cuenta con más de 270,496 habitantes a parte de sus distritos según el censo de población (INEI 2017) donde cada año va creciendo demográficamente.

Por otro lado, Chiclayo encanta por su gastronomía, su gente, sus tradiciones, sus bellos paisajes, y todo lo que tiene para descubrir en lugares para visitar, por ello, registra una actividad turística creciente reflejado en las estadísticas de visitantes a los centros arqueológico de esta ciudad y el calendario de diferentes fiestas de nuestro departamento lambayecano, además, cuenta con un aeropuerto “José Quiñonez Gonzales” donde se puede contar con la atención de sus servicios.

El público objetivo de nuestro mercado consumidor será hombres y mujeres (jóvenes y adultos) con diferentes estados civiles limitados en la ciudad de Chiclayo de nivel socioeconómico B, C y D que se encuentran dispuestos a degustar de productos con una experiencia diferente en calidad y servicio.

Capítulo III

Planeamiento Estratégico

Misión

Tabla 2.

Preguntas para Formular la Misión

Preguntas	Respuestas
¿Cuál es mi producto?	Las mejores empanadas rellenas
¿Quién es mi cliente?	Público chiclayano
¿Qué necesidad satisfacemos?	Cubrir el deleite y expectativas en la vida diaria de los chiclayanos
¿Qué beneficios brindamos?	Calidad e inocuidad de nuestras empanadas
¿Cómo satisfacemos la necesidad o brindamos los beneficios?	Optando por un personal capacitado y comprometido, adquirir maquinarias eficientes y seleccionando proveedores de confianza que ofrezcan insumos de calidad
¿Qué tecnología es importante?	Hornos, máquinas conservadoras
¿Cuál es el insumo principal?	Harina de trigo, carnes frescas, mariscos
¿Qué valores son importantes?	Compromiso, calidad, responsabilidad social
¿Por qué lo hacemos?	Porque queremos brindar una experiencia satisfactoria e inolvidable al producir y vender las mejores empanadas rellenas
Declaración de Misión	
Brindamos a nuestros clientes una experiencia satisfactoria e inolvidable al producir y vender las mejores empanadas rellenas en nuestro mercado chiclayano, innovando constantemente nuestra oferta para cubrir el deleite y expectativas en la vida diaria de estos mismos. Por ello debemos potenciarlo en la calidad e inocuidad de nuestras empanadas, optando por un personal de cocina altamente capacitado y comprometido con nuestros objetivos, así mismo adquirir maquinarias eficientes y seleccionando a nuestros proveedores de confianza quienes nos brindaran insumos de excelente calidad.	

Visión

Tabla 3.

Preguntas para formular la Visión

Preguntas	Respuestas
------------------	-------------------

¿Qué queremos llegar a ser en el futuro?	En 4 años ser una empresa líder en el mercado chiclayano.
¿Qué resultados queremos alcanzar en el futuro?	Ser una empresa que marca tendencia y que innova constantemente nuestras ventas de empanadas rellenas.
¿Cómo queremos vernos o que nos vean en el futuro?	Que nos vean como una empresa que satisface a las necesidades de los chiclayanos y que cumple con el bienestar social.
Declaración de Visión	
Para el 2026 seremos reconocidos como una empresa líder en el mercado chiclayano, marcando tendencia e innovando constantemente en nuestras ventas de empanadas rellenas, dejando un sentimiento de satisfacción y bienestar a la sociedad.	

Valores

- **Compromiso:** el compromiso que tenemos con nuestros clientes abarca todos los aspectos desde la experiencia que se ofrece, hasta superar las expectativas de sus necesidades, a través de la constante innovación.
- **Calidad:** ofrecer un producto de excelente calidad.
- **Trabajo en equipo:** sabemos que el trabajo en equipo nos impulsara a alcanzar los objetivos propuestos.
- **Puntualidad:** Valor mediante el cual se exige a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, así como también respetar horarios de las entregas de nuestros productos.
- **Responsabilidad social:** nos comprometemos a contribuir con la sociedad, mejorando las condiciones de vida de las zonas donde trabajaremos, impulsando iniciativas que promuevan el desarrollo de las comunidades.

Objetivos estratégicos Generales

Nuestros objetivos estratégicos para nuestra idea de negocio son los siguientes:

- Atraer y mantener la atención de los clientes ofreciendo la mejor variedad de empanadas rellenas a un precio accesible, así mismo ser reconocidos por la calidad de nuestro producto y por el buen servicio brindado a nuestros clientes.
- Desarrollar cada vez más el producto, optimizando todos los procesos.
- Analizar el posible segmento de mercado y la frecuencia de consumo de empanadas rellenas.

Matriz FODA

Tabla 4.

Análisis AMFHIT

Análisis AMFHIT	
Áreas	Características
Administración	<ul style="list-style-type: none"> • El Administrador del negocio “La Tradición” es el encargado de la dirección y toma de decisiones clave respecto a la gestión administrativa. Además, verificará todas las áreas del negocio encargándose de que se cumplan las labores correspondientes, observando cómo es el desempeño de los colaboradores, con el fin de cerciorarse si están cumpliendo con sus labores. • Conocimiento en el área administrativa. • Capacidad personal e innovación en este tipo de servicio.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Esta área estará a cargo de un profesional externo quién será nuestro Community Manager pues se encargará de analizar y gestionar las redes sociales y los canales digitales, y desarrollar campañas que tengamos en línea, así mismo gestionara la imagen y la identidad de la marca, manteniendo y creando relaciones estables y duraderas con nuestros clientes en internet.
Operaciones productivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contaremos con la tecnología necesaria para brindar un buen servicio y optimizar los procesos al realizar las empanadas rellenas. 2. Trabajaremos con insumos frescos y de calidad. 3. No contamos con un local propio para que nuestros consumidores puedan degustar de nuestro producto en el mismo local.

Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Para iniciar nuestro negocio contaremos con 2 socios, cada uno dará un capital para así abrir nuestro primer local para la elaboración de empanadas rellenas. • Tenemos pocas oportunidades de financiamiento por lo tanto buscaríamos financiamiento bancario. • Esta área se encargará un contador externo, será el encargado de llevar toda la contabilidad de la empresa, brindando la información financiera y de gestión, de una manera oportuna y confiable.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • El administrador se encargará de esta área, la cual será la imagen de nuestro negocio, tanto interna como externa, además velará por un adecuado trato con los trabajadores y seleccionará al nuevo personal. • El personal con el que contará “La Tradición” es altamente calificado, los colaboradores reciben capacitaciones y asistencia por parte del administrador porque este buscará la excelencia y un buen clima laboral.
Investigación y Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa contará con la maquinaria adecuada para la preparación de nuestras empanadas rellenas, pues nos permitirá desarrollar nuevos productos y procesos antes que la competencia, esto mejorará la calidad y el proceso para la elaboración del producto.

Análisis FODA

Tabla 5.

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Trabajo en equipo y una buena convivencia juntos.	D1. Falta de un local propio.
F2. Personal motorizado para el servicio delivery.	D2. Posicionamiento inicialmente débil, ya que es una empresa y marca nueva dentro del mercado chiclayano.
F3. Tecnología eficiente para brindar un óptimo servicio e insumos de alta calidad.	D3. Al ser un producto de calidad a un costo accesible se debe tener un alto volumen de ventas.
F4. Insumos de excelente calidad.	D4. Poco conocimiento y experiencia en el sector.
F5. Se encuentra en un distrito con alto movimiento económico y comercial, además de exigencia en productos de calidad por parte del público chiclayano.	D5. Poco dominio y habilidades en marketing digital y redes sociales.
F6. Personal capacitado constantemente.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Apoyo a las mypes por parte del gobierno en el financiamiento de emprendedores.	A1. Se apertura más establecimientos de comida rápida en el segmento de alimentos.

O2. Orgullo por la comida tradicional peruana.
 O3. Satisfacer la demanda de productos diferenciados en variedad de sabor y presentación.
 O4. Alta tendencia en el servicio delivery.
 O5. Mayor crecimiento en la comida rápida.
 O6. Son pocas las marcas conocidas que ofrecen calidad.

A2. Escasez de insumos ante la situación económica nacional y mundial.
 A3. Existen clientes que prefieren consumir en el establecimiento, pero no contamos con local para atención al público.
 A4. Mayor índice de delincuencias en la zona.

FODA Cruzado

Tabla 6.

Matriz FODA de la Empresa

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	F1. Trabajo en equipo y una buena convivencia juntos. F2. Personal motorizado para el servicio delivery. F3. Tecnología eficiente para brindar un óptimo servicio. F4. Insumos de excelente calidad. F5. Se encuentra en un distrito con alto movimiento económico y comercial, además de exigencia en productos de calidad por parte del público chiclayano. F6. Personal capacitado constantemente.	D1. Falta de un local propio. D2. Posicionamiento inicialmente débil, ya que es una empresa y marca nueva dentro del mercado chiclayano. D3. Al ser un producto de calidad a un costo accesible se debe tener un alto volumen de ventas. D4. Poco conocimiento y experiencia en el sector. D5. Poco dominio y habilidades en marketing digital y redes sociales.
ANÁLISIS EXTERNO		
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
O1. Apoyo a las mypes por parte del gobierno en el financiamiento de emprendedores. O2. Orgullo por la comida tradicional peruana. O3. Satisfacer la demanda de productos diferenciados en	F2, O4 Se contratará personal motorizado externo para que de esta forma sea más eficiente la distribución de nuestro producto a domicilio optimizando nuestras ventas a diario. F5, O5 Al encontrarnos en un distrito con alto movimiento económico y comercial, además de exigencia en productos de calidad por parte del público chiclayano, implementamos la estrategia de diferenciación de nuestro producto ofreciendo	D1, D3, O3, O5 Al ver un mayor crecimiento en la comida rápida, satisfacemos la demanda con nuestros productos diferenciados en variedad de sabor, implementando así también los descuentos por fechas especiales, celebraciones o conmemoraciones tradicionales logrando así un buen volumen de ventas y un mejor posicionamiento.

variedad de sabor y presentación.
O4. Alta tendencia en el servicio delivery.
O5. Mayor crecimiento en la comida rápida.
O6. Son pocas las marcas conocidas que ofrecen calidad.

calidad y variedad de sabores, empaquetado personalizado y buen servicio de atención al cliente con el apoyo de nuestro personal experto en ventas, así impulsamos las ventas ya que en estos últimos años se notó el incremento de comida rápida.

D5, O3

Contratar a un profesional externo quién será nuestro Community Manager nos permite mejorar el dominio y habilidades en marketing digital y redes sociales, este será quien realice publicaciones promocionando los productos de nuestro negocio. Además, administra la comunidad online y gestiona la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes en internet.

AMENAZAS

Estrategias FA

Estrategias DA

A1. Se apertura más establecimientos de comida rápida en el segmento de alimentos.
A2. Escasez de insumos ante la situación económica nacional y mundial.
A3. Existen clientes que prefieren consumir en el establecimiento, pero no contamos con local para atención al público.
A4. Mayor índice de delincuencias en la zona.

F1, F6, A3

Trabajando en equipo y recibiendo capacitaciones generará un aumento de productividad y la calidad de nuestro trabajo, cada vez seremos capaces de desenvolvemos así será más fácil ponernos en contacto directo con nuestros clientes, amablemente brindar información detallada y específica de nuestro negocio y respondiendo sus inquietudes, de esta forma captarán la atención y será más fácil convencerlos a comprar nuestro producto, ganando nuevos clientes y un mayor número de ventas.

F4, A1

Nuestro negocio consiste en la venta de empanadas rellenas haciendo pedidos principalmente por el canal online, donde compartiremos información de quienes somos, y daremos a conocer que nuestros producto serán de calidad, además estará colgado en el portal online información sobre nuestras licencias o certificaciones, generando así confianza a nuestros clientes, y se sientan cómodos realizando su pedido a través de nuestras redes sociales o llamadas telefónicas.

D1, D3, A1, A4

Desarrollaremos una buena publicidad con ayuda de nuestro Community Manager, diseñando campañas con influencers para ganar reputación y prestigio de tal forma generar más visitas en nuestra página, un mayor volumen de ventas, y poco a poco ir teniendo un mejor posicionamiento y hasta poder llegar a tener nuestro propio local.

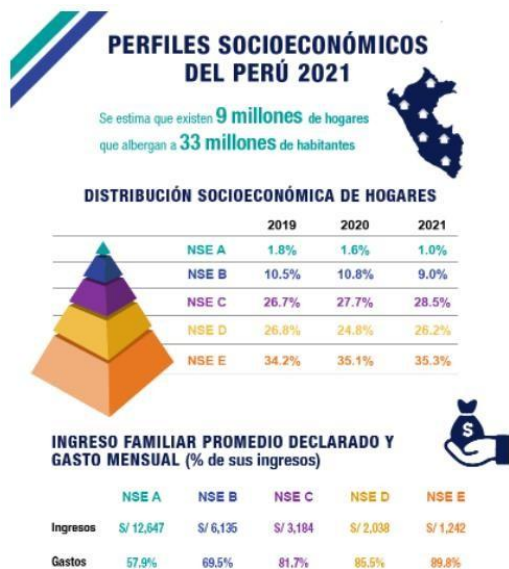
Estrategia Genérica de Porter

Michael Porter, diseñó tres estrategias que son: liderazgo en costes, diferenciación y enfoque o segmentación. De estas tres nos hemos enfocado en la estrategia de enfoque o segmentación, pues nos va a permitir a competir en el mercado chiclayano apuntando a un público específico y tratando de satisfacer sus expectativas con nuestro producto que son las empanadas rellenas.

Nuestro negocio esta segmentado a un público específico que serán jóvenes y adultos de clasificación B, C, y D, principalmente del distrito de Chiclayo. Así mismo “La Tradición” entrará al mercado para así comercializar su línea de productos, que son empanadas rellenas con variedad de sabores tradicionales.

Figura 3.

Perfiles socioeconómicos



Nota. INEI (ENHO 2020)

(<https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>)

Capítulo IV

Estudio de Mercado

Importancia de la investigación de mercado

La investigación de mercado es una herramienta muy importante donde desarrollamos un profundo análisis del producto y nuestro mercado objetivo para tomar decisiones acertadas, ayudando así a disminuir riesgos que se pueden presentar y fomentando el crecimiento de la organización.

Éste presente estudio consiste en una investigación de mercado y factibilidad financiera para la producción de un producto tradicional, pero con un valor agregado para satisfacer a nuestro público.

Oferta (Competidores Directos y Potenciales)

Competidores Directos y Potenciales

La estructura competitiva en el rubro de venta de empanadas online en el distrito de Chiclayo se encuentra fragmentada donde podemos localizar a: Rosento Tradicional, Sorrento Tradicional, Empanadas Leo, Empanadas Toretto's Grill y en su mayoría estos ofrecen lo similar, nuestro negocio será diferenciado por la calidad, sabores diferenciados y presentación creando nuevas experiencias mediante nuestro producto y servicio para nuestro público chiclayano.

Si analizamos los factores a los competidores mencionados, podemos ver que hay diferencias por el modelo de negocio ya que estas se basan a ofrecer claramente a la venta

de diferentes comidas y bebidas, entonces constatando que en el distrito de Chiclayo no contamos con competidores directos específicos.

Tabla 8.

Competidores Directos y Potenciales

	Rosento Tradicional	Sorrento Tradicional	Empanadas Leo	Empanadas Toretto's Grill
Producto	Empanadas	Empanadas de carne	Empanadas de lomo	Empanadas de carne
Tiempo en el mercado	Con más de 5 años en el mercado	Con más de 6 años en el mercado	Con más de 6 años en el mercado	Con más de 6 años en el mercado
Oferta	Especialidad de la casa: empanadas También ofrece carnes como las parrillas y ensaladas.	Caracterizado por las mejores empanadas y parrillas. Ofrece también lomo fino, bife, parrillas y todo tipo de carnes. Envíos delivey	Empanadas de distinto sabor y bebidas. También ofrecen una carta variada. Envíos delivery	Se representan como las mejores empanadas del Perú acompañado con ensaladas, chorizo, anticuchos. Ofrecen también, las parrillas Envíos delivery
Modelo de negocio	Cuenta con un establecimiento en Jacarandas La victoria	Cuenta con un local formal en Cristóbal Colón	Cuenta con un local Formal en María Izaga	Cuenta con un local para pasar en familia en Santa Victoria
Precio/unidad	S/11.00	S/12.00	S/9.00	S/25.00
Desempeño	Calificación de Google: 4.2/5 estrellas	Calificación de Google: 4.2/5 estrellas	Calificación de Google: 4.4/5 estrellas	Calificación de Google: 4.4/5 estrellas
Fortalezas	Ya es considerado como un ícono del distrito	Ambiente agradable Presenta algunas variedades en empanadas	Ambiente agradable y conocido por la variedad de sus productos	Ambiente agradable
Oportunidades	Insuficiente calidad de producto Falta de presentación	Falta de presentación Más consideración a sus otros productos	Falta de atención más eficiente	Falta de atención más eficiente



Necesidad Identificada.

Las empanadas son un plato típico tradicional muy popular y de aceptación en muchos lugares nacionales e internacionales. Pese a que, con los nuevos hábitos de consumo saludable, a medida que más y más personas se familiarizan a consumir productos de calidad con ingredientes naturales buscando diferentes tipos de preparación, sabor y presentación, esta brinda ofrecer empanadas con variedad de rellenos distinguiéndose de la competencia.

Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Resultados, Interpretación y Proyección de la Demanda)

Objetivo

Población: según INEI (2017), hoy en día las cifras son de 270,496 habitantes en el distrito de Chiclayo.

Público Objetivo: Según INEI (2018), la población Total de Jóvenes (14 a 29 años) y adultos (30 a 44 años) las cifras son 127,972 habitantes en el distrito de Chiclayo.

Muestra: Para la investigación se tomó una muestra, según INEI 2018 arrojó la cifra de 127,972, utilizando un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 5% dándonos como resultado 383.

Tabla 9.*Muestra Finita*

	Parámetro	Insertar Valor	
N	Población	127,972	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center; color: orange;">Población Finita</p> $n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$ </div>
p	Probabilidad de que ocurra	0.50	
q	Probabilidad de que no ocurra	0.50	
e	error de muestra	0.05	
Z	confianza 95%	1.96	n = 383

Mercado Objetivo: La cantidad de veces que consumirían las empanadas rellenas al mes.

Figura 4.*Mercado Objetivo*

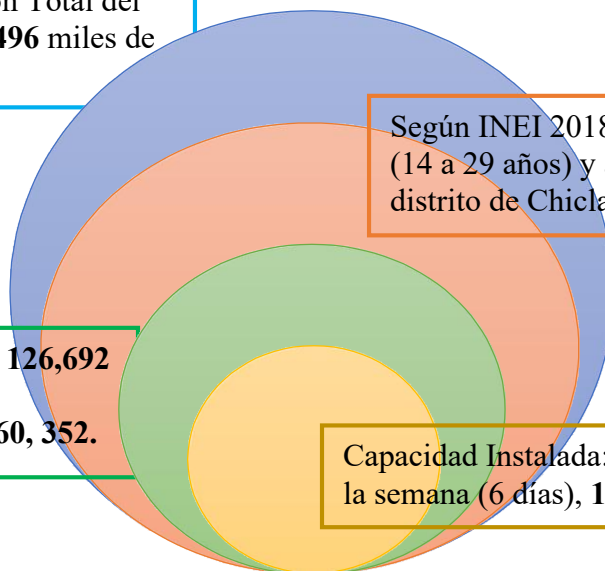
Empanadas Rellenas “La Tradición” Ubicada en el distrito de Chiclayo

Según INEI 2017: Población Total del distrito de Chiclayo = **270,496** miles de habitantes.

Según INEI 2018: Población Total de Jóvenes (14 a 29 años) y adultos (30 a 44 años) en el distrito de Chiclayo = **127,972** habitantes.

Mercado Objetivo: $127,972 * 98\% =$ **126,692** personas.
 Demanda de empanadas al mes: **1.260, 352.**

Capacidad Instalada: 60 empanas por día, 360 a la semana (6 días), **1,440** al mes (4 semanas).



Metodología y Resultados

Por ser nuestro proyecto de investigación cuantitativa utilizaremos como herramienta las encuestas que nos facilitará obtener datos deseados.

Encuesta Aplicada

Objetivo: La presente encuesta tiene por objetivo conocer los gustos y preferencias en consumo de empanadas rellenas por los ciudadanos de Chiclayo.

Agradecemos su colaboración.

1. ¿Te gustan las empanadas rellenas?

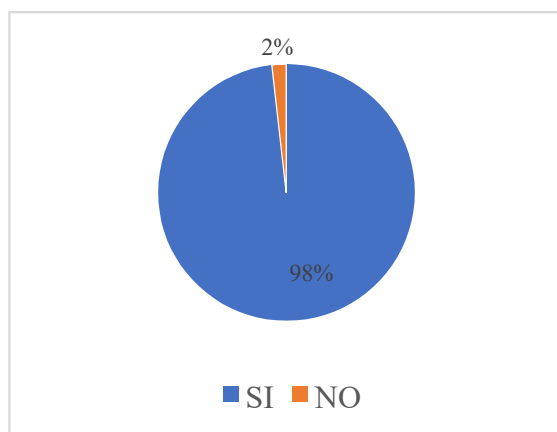
Respuestas:

SI, 376 (98%)

NO, 7 (2%)

Figura 5.

Población que Consume Empanadas Rellenas



2. ¿Con que frecuencia podrías llegar a consumirlo?

Respuestas:

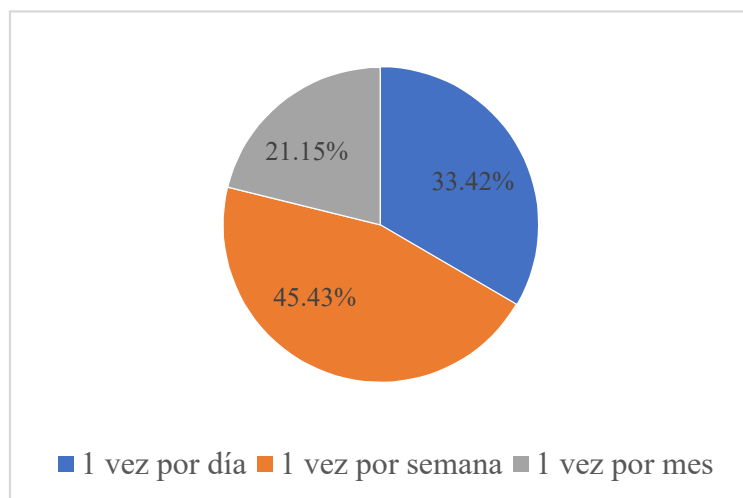
A) Al menos 1 vez por día, 128 (33.42%)

B) Al menos 1 vez por semana, 174 (45,43%)

C) Al menos 1 vez por mes, 81 (21,15%)

Figura 6.

Frecuencia de Consumo



3. Dentro de los siguientes rangos ¿cuánto es lo máximo que pagarías por una empanada rellena?

Respuestas:

A) S/ 8.00, 238 (62%)

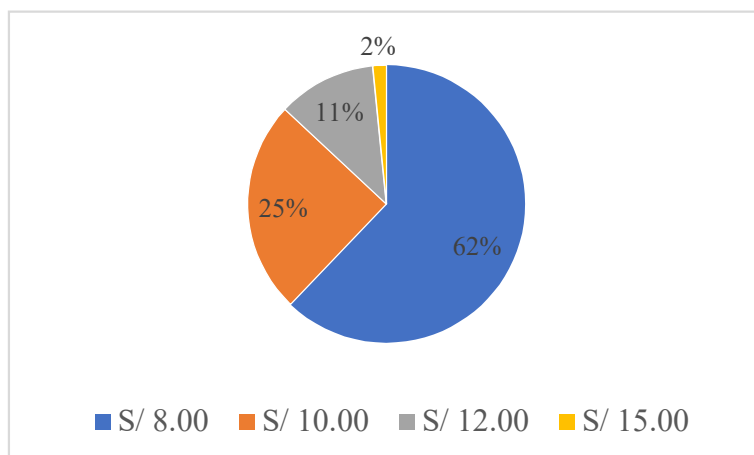
B) S/ 10.00, 95 (25%)

C) S/.12.00, 44 (11%)

D) S/ 15.00, 6 (2%)

Figura 7.

Precio por Empanada



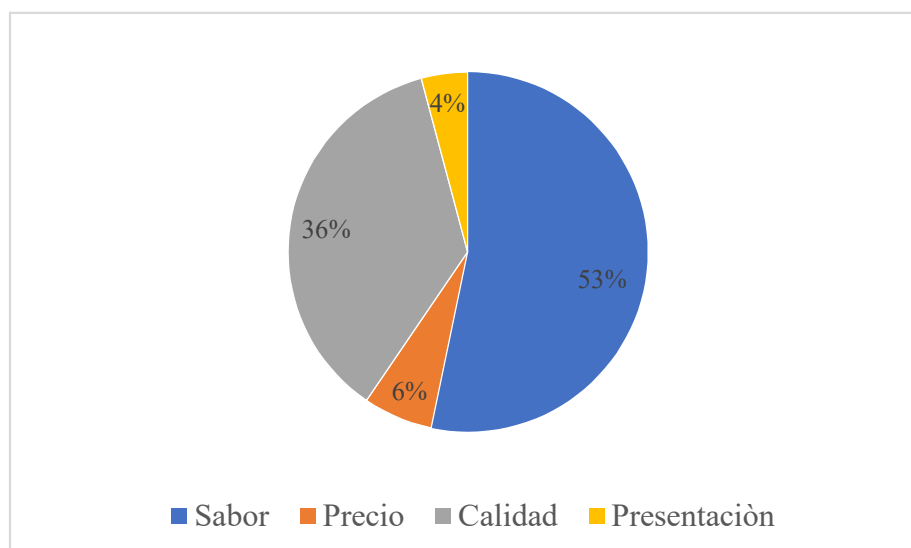
4. ¿Qué eliges a la hora de comprar una empanada rellena?

Respuestas:

- A) Sabor, 204 (53%)
- B) Precio, 24 (6%)
- C) Calidad, 139 (36%)
- D) Presentación, 16 (4%)

Figura 8.

Preferencia de Consumo



5. El tamaño actual de empanadas rellenas en el mercado te parece:

Respuestas:

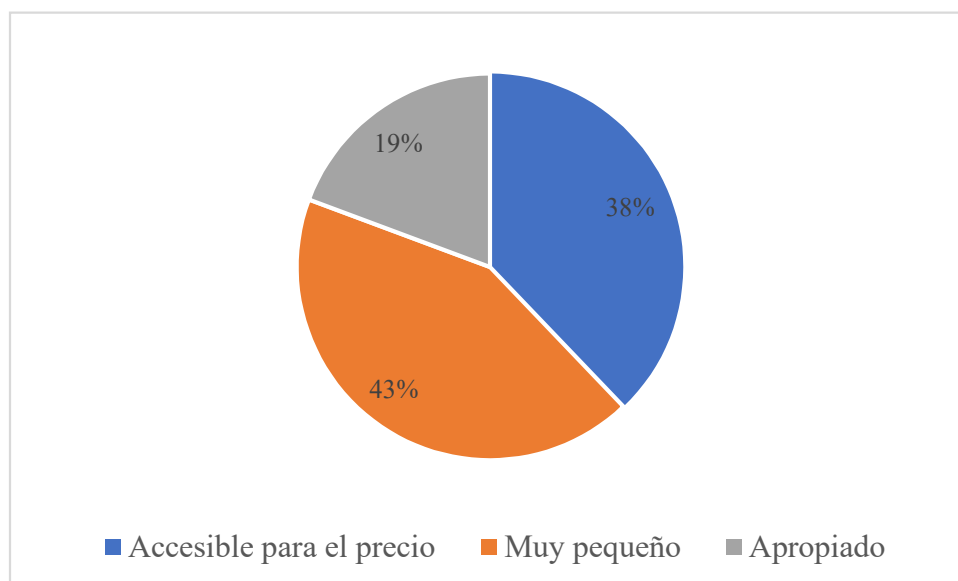
A) Accesible para el precio (tamaño adecuado), 145 (38%)

B) Muy pequeña (te quedas con ganas de comer más), 164 (43%)

C) Apropiado (uno queda satisfecho), 74 (19%)

Figura 9.

Tamaño de Empanadas en el Mercado



6. ¿Si tuvieras que elegir una empanada, con que relleno te gustaría probar?

Respuestas:

A) Carne, 220 (57%)

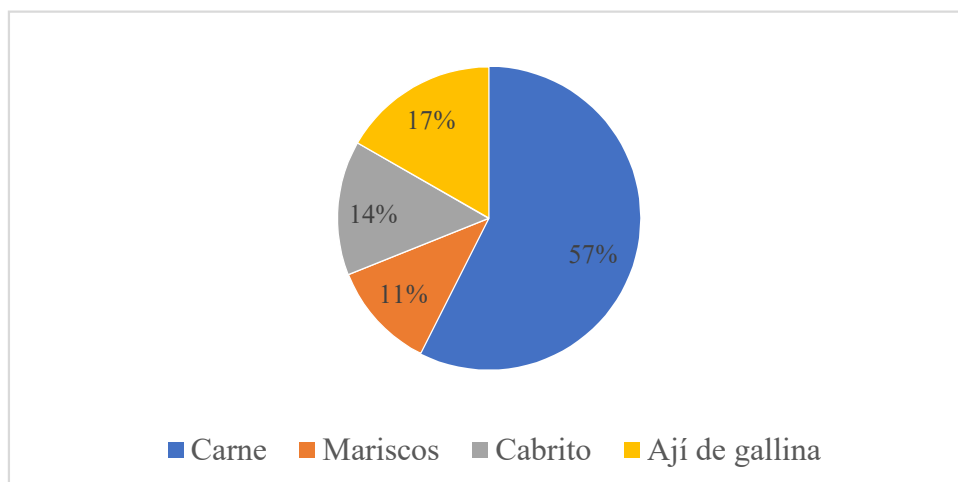
B) Mariscos, 44 (11%)

C) Cabrito, 55 (14%)

D) Ají de gallina, 64 (17%)

Figura 10.

Preferencias de Relleno en la Empanada



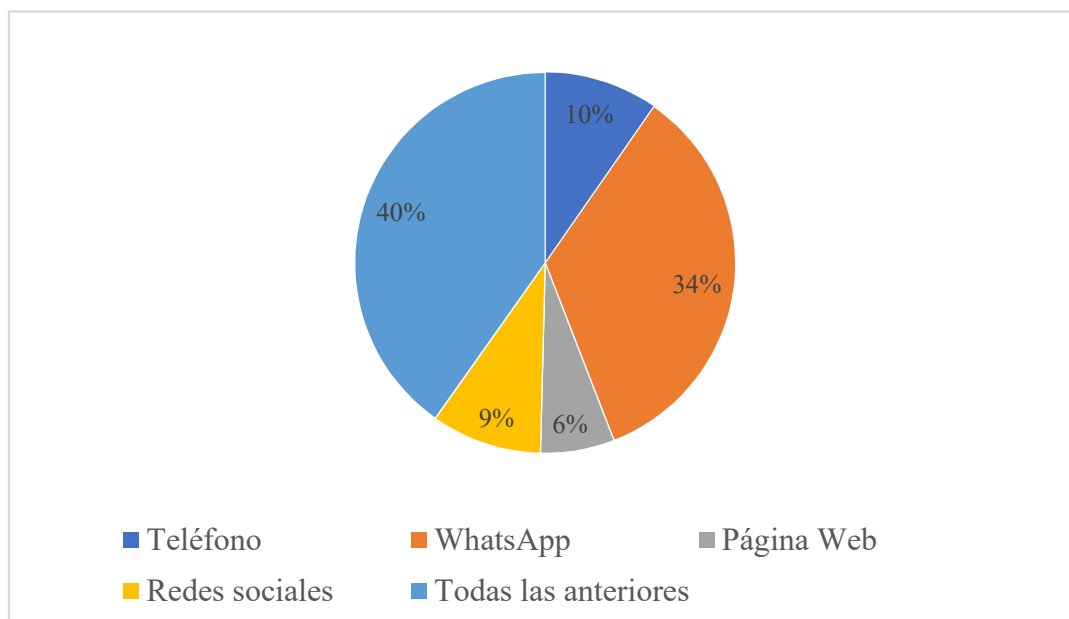
7. ¿A través de que medio o medios le gustaría pedir el producto?

Respuestas:

- A. Teléfono, 37 (10%)
- B. WhatsApp, 132 (34%)
- C. Página web, 24 (6%)
- D. Redes sociales, 36 (9%)
- E. Todas las anteriores, 154 (40%)**

Figura 11.

Medios para hacer sus pedidos



8. ¿Cómo o donde le gustaría a Ud. Adquirir el producto?

Respuestas:

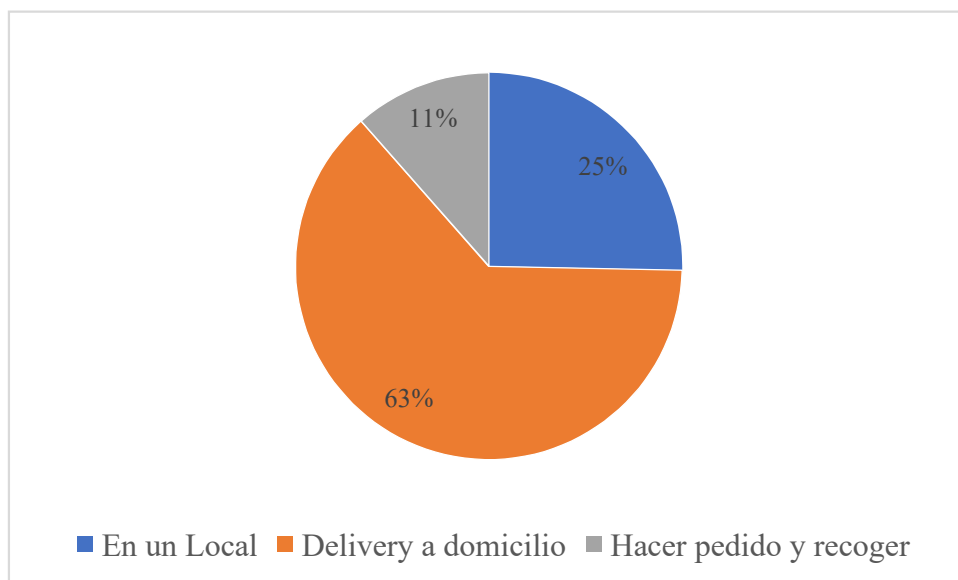
A) En un local, 97 (25%)

B) Delivery a domicilio, 242 (63%)

C) Hacer el pedido y recoger, 44 (11%)

Figura 12.

Puntos para adquirir el producto



Interpretación y Proyección de la Demanda

Esta encuesta tiene como fin medir la demanda del consumo de empanadas rellenas dentro del distrito de Chiclayo. Teniendo como público objetivo 127,972 jóvenes y adultos de la población chiclayana.

Las preguntas iban encaminadas a cuantificar el consumo de empanadas rellenas en nuestro dicho público objetivo. En la pregunta 1 se tiene que el 98% (125,413 segmento de mercado) les gusta consumir empanadas rellenas siendo así, que solo el 2% no les gusta.

Con respecto a la demanda de nuestro negocio, se obtuvo con los resultados de la pregunta 2, la cual nos indica el número de veces que las personas podrían llegar a consumirlo: 41.913 (33,42%) personas del total del segmento de mercado consumiría 24 veces al mes, , 56,976 (45,43%) personas del total del segmento de mercado consumiría 4 veces al mes y 26,523 (21,15%) personas del total del segmento de mercado consumiría 1

vez al mes , por consiguiente se obtuvo que la demanda total al mes para nuestro negocio de ventas de empanadas rellenas sería de 1.260,347.

Tabla 10.

Establecimiento de la Demanda

Item	Descripción	
1	Población Total (Distrito de Chiclayo)	270,496
2	Mercado Objetivo (Jóvenes y Adultos)	127,972
3	% Segmento de Mercado	98%
4	Segmento de Mercado	125,413
5	Demanda de empanadas al mes	1,260,347
6	Capacidad Instalada (mensual)	1,440
7	% de mercado que se puede atender	1.15%
8	% de ventas mensuales esperadas	70%
9	Ventas Mensuales esperadas	1,008

Tabla 11.

Segmento de mercado y demanda de empanadas al mes

Item	Veces/Mes	%	Cantidad de Personas	Total
1	24	33.42%	41,913	1,005,920
2	4	45.43%	56,976	227,904
3	1	21.15%	26,523	26,523
	TOTAL	100%	125,413	1,260,347

Capítulo V

Plan de Comercialización

Mercado (Características y Segmentación)

Para desarrollar nuestro proyecto utilizaremos un estudio de investigación, iniciando desde una investigación de mercado con el propósito de conocer las diferentes necesidades del consumidor, así mismo lograr su completa satisfacción.

Además, emplearemos los siguientes criterios de segmentación:

Comportamiento

Personas que suelen comprar en tiendas virtuales. Consumidores habituales que se dan sus gustitos y que lo consumen al menos 1 veces a la semana.

Comportamiento	
Beneficios Deseados	Buen sabor, Calidad de productos, Seguridad en el momento de envío, Buena atención al cliente.
Frecuencia de uso	Consumidor regular o continuo a las compras virtuales de comida rápida,

Ubicación

Según INEI (2017), hoy en día las cifras son de 270.496 habitantes en el distrito de Chiclayo. Nuestro producto está enfocado a personas que residen en el distrito de Chiclayo, que comprende al departamento de Lambayeque, Perú.

Ubicación	
País	Perú
Región	Lambayeque, región Chala o Costa
Provincia	Chiclayo
Ciudad	Chiclayo
Distrito	Chiclayo
Área	Abarca una superficie de 50,35 km ²
Clima	Cálido, desértico y oceánico.

Figura 13.

Ubicación del Distrito de Chiclayo



Demografía

Nos enfocaremos en la generación Y y Z. pues ambas generaciones cuentan con habilidades tecnológicas. Jóvenes (14 a 29 años) y adultos (30 a 44 años). Sin importar su estado civil y religión, que tengan ingresos personales un mínimo del sueldo básico.

Demografía	
Edad	Jóvenes (14 a 29 años) y adultos (30 a 44 años)
Etnicidad	Sin importar su cultura y raza
Género	Hombres y mujeres
Ingresos	Sueldo mínimo (S/ 1.025) a más.
Estado Civil	Casados, solteros, convivientes, etc.

Psicográfica

Nuestro negocio va orientado a las modernas y progresistas.

Psicográfica	
Gustos	Personas modernas y tecnológicas.
Personalidad	Extrovertido e introvertido
Actitudes	Positivas hacia productos que le generen cercanía confianza,
Estilos de Vida	Los estilos de vida básicamente son modernas y progresistas.

Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción)

El marketing mix o mezcla de marketing tiene como objetivo analizar el comportamiento de los consumidores para generar acciones que satisfagan sus necesidades basándose en cuatro componentes principales, también conocidos como las 4 P's: Product, Place, Price, y Promotion o en español producto, precio, distribución y promoción. (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020).

Producto

“El producto es uno de los ítems que más peso tiene dentro del mix marketing pues es el bien, tangible o no tangible, que se construirá para satisfacer los deseos de los consumidores. Para lanzar tu producto al mercado debes asegurarte de que cumplirá la demanda del público objetivo y que satisfará a los consumidores” (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020).

Enfocándonos en lo anterior, estratégicamente nuestro negocio nace con un motivo diferente donde satisfacemos las necesidades de nuestros consumidores que tiene como tendencia la busca de nuevas propuestas gastronómicas, “La Tradición” contará con empanadas rellenas de calidad y con variedad de exquisitos sabores donde los consumidores podrán captar el buen gusto de nuestro producto.

Calidad.

“Pensando en que el cliente es lo más importante para la organización, y que éste sólo estará dispuesto a pagar por aquellos productos o servicios que sean buenos para él, es decir, que tengan calidad. La implementación de este sistema es muy beneficiosa para las empresas” (Universidad UNADE, 2019).

La calidad es un determinante importante para la competitividad, pues a través de él definiremos nuestra propuesta de valor basándonos en satisfacer a nuestra demanda y expectativas de nuestros nuevos clientes para que este quede siempre satisfecho, fidelizándolos y logrando mayor rentabilidad para nuestro negocio.

Presentación.

Muchos afirman que la primera impresión es lo que cuenta y por eso la presentación de un producto es indispensable para generar una buena atención del potencial consumidor. (3PLS, 2021).

“La Tradición contará con su propia presentación para retener la atención del público y que estos deseen degustar de nuestro producto.

Imagen de Referencia



Precio

“El precio es el valor que le cobrarás a tus consumidores por adquirir tu producto y determinará quién será tu público objetivo. La estrategia de ventas recaerá sobre esta “P” ya que afectará directamente la economía de la empresa y los beneficios que se puedan obtener” (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020).

Por ello es importante establecer nuestra estrategia de precio que llevará al inicio de la apertura, al analizar a nuestros competidores directos podemos distinguir que nuestro negocio ingresa a un mercado donde la aceptación de empanadas es amplia, siendo así, se puede inventariar a nuestras empanadas como “producto de calidad y variedad” en una categoría ya presente, donde nuestra decisión se fundamenta en la disposición de nuestros clientes y consumidores de pagar un valor razonable por este producto.

Siendo así, el precio promedio de las empanadas rellenas de carne de la competencia es de S/11.00 a S/25.00 acompañados con otros productos y el precio de nuestras empanadas “La Tradición” según nuestra carta mostrando la variedad de sabores la cual le da a nuestro cliente la oportunidad de elegir el sabor que le gusta, será de aproximadamente S/8.00 a S/15.00, valor que se encuentra dentro del valor máximo a pagar por los encuestados.

Imagen de referencia de nuestra página web

	NOMBRE	TIPO	SKU	PRECIO	INVENTARIO	
<input type="checkbox"/>	 Empanada de Aji de gall...	Físico		S/.8.00	Disponible	...
<input type="checkbox"/>	 Empanada de Cabrito	Físico		S/.15.00	Disponible	...
<input type="checkbox"/>	 Empanada de Mariscos	Físico		S/.15.00	Disponible	...
<input type="checkbox"/>	 Empanada de Carne	Físico		S/.12.00	Disponible	  ...

Plaza

“Esta “P” se refiere a los canales que utilizarán los consumidores para llegar hasta tu producto. Este punto es importante porque deberás distribuir tu producto en un lugar que sea indicado para tu público objetivo. De hecho, la distribución puede ser un factor decisivo para que un cliente realice o no la compra ya que, tanto en las tiendas físicas como en las virtuales, la logística y el transporte de los productos tiene bastante peso” (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020).

Inicialmente contaremos con un local como planta de producción en el mismo distrito de Chiclayo y el punto de venta para nuestro negocio será a través de tienda online, donde proponemos compartir la carta ofreciendo variedad de empanadas rellenas,

precios, descuentos y que a través de la publicidad se logrará llegar a más usuarios principalmente del distrito de Chiclayo, dado que esto requiere un mayor volumen de ventas para obtener rentabilidad.

Además, se distribuirá nuestros productos a domicilio de manera eficiente, en el momento y lugar indicado para que llegue de manera exitosa a las manos del cliente.

Imagen de Referencia



Promoción

“La promoción, dentro de la estrategia de mix marketing, se refiere a impulsar y promover tu marca para que llegue a la audiencia indicada. Su objetivo principal es atraer a los potenciales clientes, brindar toda la información sobre tu producto y aumentar el reconocimiento de tu marca” (Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM, 2020).

La publicidad será el punto clave y las redes sociales como principal medio para llegar a más personas, pues, es prioridad para nuestro negocio que el público objetivo conozca nuestra marca y producto que ofrecemos para satisfacer sus necesidades. Además, estaremos lanzando temporalmente u ofreciendo descuentos por su primera

compra (descuentos, sorteos en días especiales: día de la madre, padres, navidad, año nuevo, etc.) en las redes sociales con el fin de atraer más clientes y de esta manera aumentaremos el consumo de nuestro producto en los clientes actuales.

Imagen de Referencia



Formulación Estratégica ANSOFF

Roldán, Paula Nicole (2017) nos dice que “la matriz de Ansoff es una herramienta de análisis estratégico y de marketing que se enfoca en identificar las oportunidades de crecimiento de una empresa.” (Economipedia.com)

Tabla 12.

Matriz ANSOFF

		Productos	
		Actuales	Nuevos
Mercados	Actuales	<p>Penetración del mercado Incrementar la participación entre los clientes. Empanadas rellenas “La tradición” realizará ventas del producto ofreciendo descuentos por su primera compra, además haremos publicidades y promociones (descuentos, sorteos en días especiales: día de la madre, padres, navidad, año nuevo, etc.) en las redes sociales con el fin de atraer más clientes y de esta manera aumentar el consumo de nuestro producto.</p>	<p>Desarrollo de Producto Involucra la creación de nuevas experiencias con nuestros productos donde satisfacemos las necesidades de los clientes actuales. Empanadas rellenas “La tradición” brindaremos información dándoles a conocer quiénes somos y qué ofrecemos mediante la página web y las redes sociales, siempre pensando en nuestros usuarios dándoles la oportunidad de que sean libres de comentar, por ello, implementar un canal de sugerencias para que los clientes hagan sus pedidos de que nuevos sabores de relleno desean para las empanadas de esta manera sabremos cómo ir mejorando o implementando para satisfacerlos.</p>
	Nuevos	<p>Desarrollo de Mercado Atracción de nuevos clientes y expansión de los mercados en una categoría ya existente. La demanda de compras por internet y de la gastronomía han tenido un total crecimiento, principalmente en comida rápida con servicio delivery. Hoy en la actualidad se está optando por consumir productos de calidad y variedad. Empanadas rellenas “La Tradición” cumplirá con dichas expectativas dando a conocer las diferentes sabores de rellenas (para satisfacer las necesidades de los consumidores) a través de las redes sociales, lo cual nos ayudará a expandirnos de este modo repartiendo a delivery a más distritos aledaños de Chiclayo, generando confianza y atracción de nuevos clientes hacia nuestro producto.</p>	<p>Diversificación Incrementar las ventas mediante la introducción de nuevos productos en nuevos mercados. Empanadas rellenas “La tradición” siendo nuevos en el mercado con una categoría ya existente, proponemos dos tipos de cocido (empanadas al horno y empanadas fritas) con diferentes rellenos a escoger. Una vez que estemos consolidados con nuestro rubro de empanadas. Ampliaremos nuestro catálogo de productos agregando crepes, triples entre otros, para que de esta forma, nuestros clientes tengan más opción de escoger y degustar de diferentes productos sin perder nuestra esencia.</p>

Proyección de Ventas

Estamos presentando los precios por cada tipo de relleno de la empanada, que están separados por cada tipo de relleno (carne, mariscos, cabrito y ají de gallina), de esta manera sacamos precio promedio según el mercado actual.

Tabla 13.

Proyección de Ventas

Proyección de Ventas				
Item	Tipo de Relleno	%	Cantidad	Precio
1	Carne	57%	579	S/ 12
2	Mariscos	11%	116	S/ 15
3	Cabrito	14%	145	S/ 15
4	Ají de gallina	17%	168	S/ 8
	TOTAL	100%	1,008	

Nota. Ventas mensuales esperadas

Para determinar la proyección de ventas, tomamos en cuenta tres escenarios posibles: el optimista, conservador y pesimista. En el escenario optimista, estas muestran las ventas que serán la totalidad de nuestra capacidad instalada, un punto medio que sería un punto entre la capacidad instalada, y el punto de equilibrio que es el punto mínimo que deberíamos vender para no caer en pérdidas.

Tabla 14.

Tipos de escenarios

CARNE				
Escenario	Criterios	Ventas esperadas	Precio	Venta Proyectada
Optimista	Capacidad instalada	827	S/ 12	S/ 9,925.85
Conservador	Punto medio	579	S/ 12	S/ 6,948.09
Pesimista	Punto de equilibrio	383	S/ 12	S/ 4,594.37
MARISCOS				
Escenario	Criterios	Ventas esperadas	Precio	Venta Proyectada
Optimista	Capacidad instalada	165	S/ 15	S/ 2,481.46

Conservador	Punto medio	116	S/ 15	S/ 1,737.02
Pesimista	Punto de equilibrio	61	S/ 15	S/ 918.87
CABRITO				
Escenario	Criterios	Ventas esperadas	Precio	Venta Proyectada
Optimista	Capacidad instalada	207	S/ 15	S/ 3,101.83
Conservador	Punto medio	145	S/ 15	S/ 2,171.28
Pesimista	Punto de equilibrio	77	S/ 15	S/ 1,148.59
AJI DE GALLINA				
Escenario	Criterios	Ventas esperadas	Precio	Venta Proyectada
Optimista	Capacidad instalada	241	S/ 8	S/ 1,925.01
Conservador	Punto medio	168	S/ 8	S/ 1,347.51
Pesimista	Punto de equilibrio	167	S/ 8	S/ 1,336.54

A continuación, mostramos un cuadro general de los tipos de escenario multiplicados por los 4 diferentes rellenos, de los cuales nos da un total mensual. En el escenario optimista nos da un total de S/ 17,434.15, en el escenario conservador nos da un total de S/ 12,203.91, y por último el escenario pesimista que nos da S/ 7,998.38.

(Tabla 15)

Tabla 15.

Totales de ventas proyectadas al mes por cada escenario

Ventas Mensuales					
Escenario	Tipos de Rellenos				Total
	Carne	Mariscos	Cabrito	Ají de Gallina	
Optimista	S/ 9,925.85	S/ 2,481.46	S/ 3,101.83	S/ 1,925.01	S/ 17,434.15
Conservador	S/ 6,948.09	S/ 1,737.02	S/ 2,171.28	S/ 1,347.51	S/ 12,203.91
Pesimista	S/ 4,594.37	S/ 918.87	S/ 1,148.59	S/ 1,336.54	S/ 7,998.38

Capítulo VI

Plan de Técnico

Localización de la Empresa (Matriz de Localización)

Al momento de iniciar nuestra idea de negocio debemos considerar varios factores para conocer la localización del local físico los cuales nos permitirán tener un mejor desenvolvimiento de mercado, estos factores son: Infraestructura, Cercanía mano de obra, Costo de Alquiler, Acceso a materia prima, Ventilación.

Además, conocer la localización de la empresa hace referencia a un sitio en donde estará situado nuestro local para la elaboración de nuestras empanadas rellenas, de la cual este local solo se centrará en la producción del producto para luego hacer el despacho mediante el servicio de delivery.

Tabla 16.

Matriz de Localización

Matriz de Localización Empanadas Rellenas "La Tradición"							
		Calle Torres Paz 390 (Juan Cuglievan) - Chiclayo		Av. Saenz Peña 464 - Chiclayo		Calle Manuel M. Izaga cuadra 4 - Chiclayo	
Factores	Peso	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Infraestructura	0.15	7	1.05	5	0.75	6	0.90
Cercanía mano de obra	0.20	8	1.60	8	1.60	7	1.40
Costo de Alquiler	0.20	5	1.00	4	0.80	2	0.40
Acceso a materia prima	0.30	10	3.00	9	2.70	6	1.80
Ventilación	0.15	7	1.05	6	0.90	5	0.75
TOTAL	1.00		7.7		6.75		5.25

Considerando los resultados de la matriz de localización, Empanadas rellenas “La Tradición” se va a ubicar en la Calle Torres Paz 390 (cerca a Juan Cuglievan) en el distrito de Chiclayo, se optó por este local por tener mayor accesibilidad a todos los factores antes mencionados.

Descripción del local. El local es de un solo piso con puerta a la calle. Está ubicado en una zona céntrica en Chiclayo, a 5 metros de la calle balta, zona de bancos, cajas, farmacias, alto tránsito. Área de 72 m² frente - 8 mts. Fondo - 9 mts. El local cuenta con puerta a calle, mayólicas, excelente iluminación, 1 baño. A continuación, se presentará un mapa de la ubicación exacta del local, así como una imagen de la fachada.

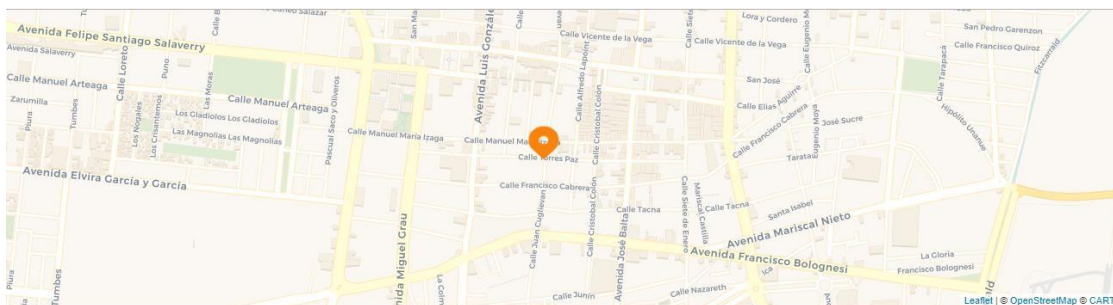
Figura 14.

Imagen Referencial del Local



Figura 15.

Ubicación del Local



Tamaño del negocio (Capacidad Instalada) (Layout)

Para iniciar, el tamaño de nuestro negocio empanadas rellenas “La Tradición”, primordialmente se le va a considerar la capacidad instalada, la infraestructura y cantidad de personal con sus respectivas áreas.

Capacidad instalada

Jara, Luciano (2015) menciona que la capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos.

Tabla 17.

Capacidad Instalada

Capacidad instalada	Cantidad de empanadas producidas
Producción por día	60 empanadas rellenas
Producción por semana (Lunes - Sábado)	360 empanadas rellenas
Producción por mes	1440 empanadas rellenas

Layout

La distribución de cada área y elementos dentro del diseño es una representación específicamente y necesaria para la producción de nuestras empanadas rellenas, cada

espacio está diseñado con sus medidas correspondientes y con un máximo de aforo permitido para que todo esté ordenado y poder sentirnos cómodos al desplazarnos.

Tabla 18.

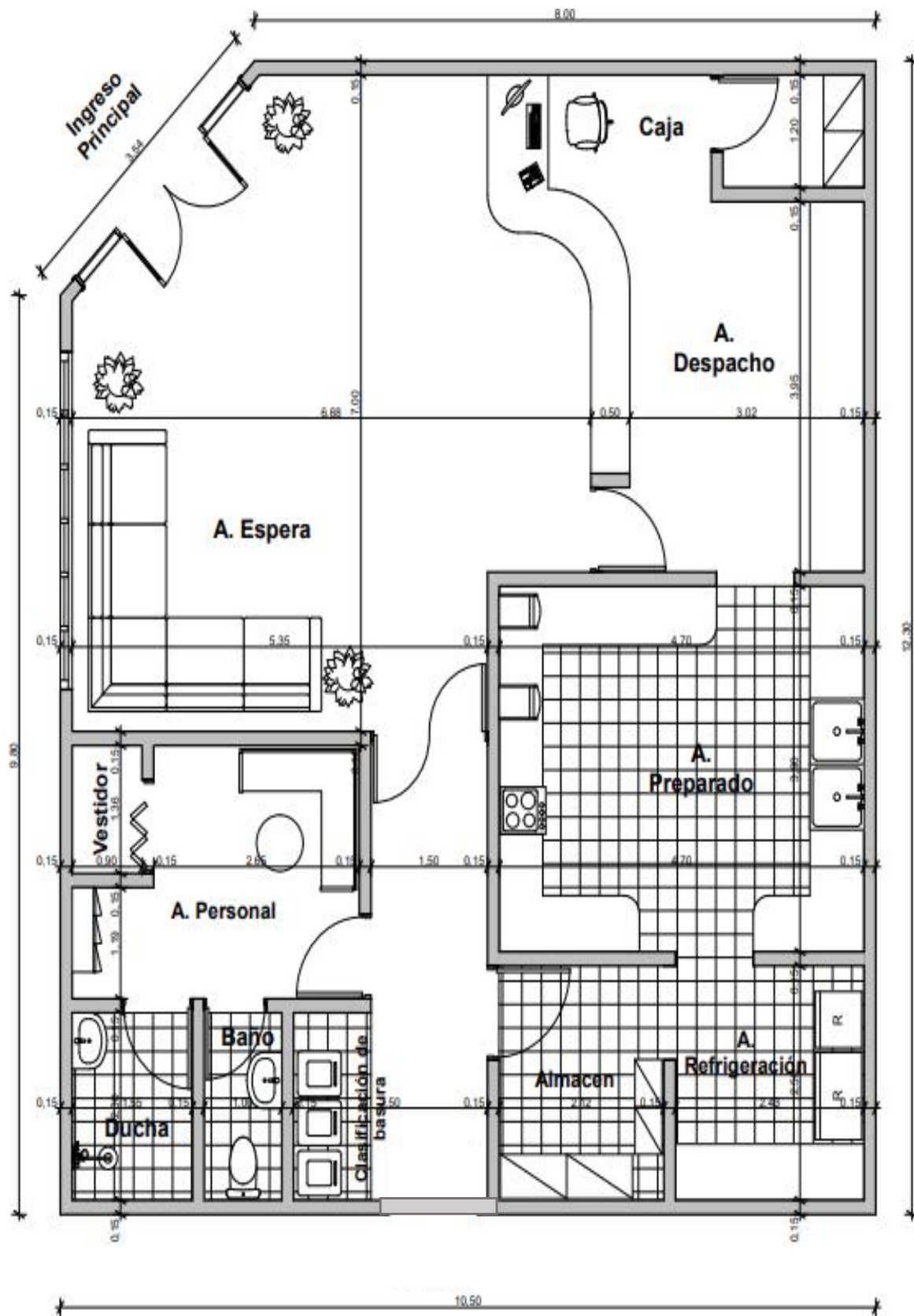
Características del Local

Características para el local de producción de empanadas rellenas	
Ubicación	Calle Torres Paz 390 - Chiclayo
Medidas	(9x8mt) 72m ²
Aforo	18 personas
Áreas	11 divisiones

Áreas. Se contará con un ingreso principal y 11 divisiones: Área de espera, área de despacho, área de preparado, área de refrigeración, almacén, área de caja, área personal, vestidor, baño, ducha y clasificación de basura.

Figura 16.

Croquis



Necesidades (Maquinarias y Equipos, Mano de Obra y Materia Prima)

Máquinas y Equipos

En relación a este punto, se tomará en cuenta los bienes necesarios para implementar nuestro local de producción lo cual serán utilizados para la elaboración de las empanadas rellenas, y además brindar un servicio de excelente calidad a nuestros clientes.

Tabla 19.

Máquinas y Equipos

Item	Equipos / Herramientas	Unidad	Cantidad	P.U S/	Total
1	Campana para cocina	Und	1	1200	1200
2	Cocina industriales	Und	2	1400	2800
3	Horno de 2 bandejas	Und	1	1840	1840
4	Extintores 6kg	Und	2	119	238
5	Freidoras de 2 compartimientos	Und	2	490	980
6	Mesones grande	Und	1	550	550
7	Batidora amasadora 20 lts	Und	1	2500	2500
8	Set de cucharones	Set	2	197	394
9	Juego de tijeras de cocina (4 piezas)	Jgo	2	46.2	92.4
10	Fuentes	und	4	65	260
11	Balanza	Und	2	182	364
12	Balanza gramera	Und	2	19.9	39.8
13	Molde para armar las empanadas	Und	6	31.5	189
14	Set de cuchillos	Set	2	79	158
15	Juego de tablas para picar	Und	2	69	138
16	Juego de tazas y cucharas medidoras	Jgo	2	22	44
17	Juego de ollas	Jgo	2	299	598
18	Set de sartenes	Set	2	149	298
19	Set Jarras medidoras	Set	2	75	150
20	Conservador/ Congelador	Und	1	2869	2869
21	Estantes	Und	2	893	1786
22	Guantes de cocina	Jgo	4	14	56
23	Gorro de cocina	Und	4	7	28
24	Mandiles para cocineros	Und	4	17	68

25	Focos Led	Und	10	13	130
26	Ventiladores	Und	2	120	240
27	Impresora	Und	1	600	600
28	Escritorio	Und	1	450	450
29	Sillas de escritorio	Und	2	85	170
30	Laptops	Und	2	2900	5800
31	Computadora	Und	1	1500	1500
32	TV LG 42"	Und	1	1300	1300
33	Sillón Sofá 3 cuerpos	Und	1	1250	1250
34	Contenedores de Basura	Und	4	49	196
TOTAL					S/29,276.20

Mano de Obra

Para llevar a cabo las actividades productivas de nuestro negocio se requerirá el apoyo de la mano de obra, por ello contaremos con cinco colaboradores que se encontrarán dentro de planilla: 1 Administradora / jefe de logística, 1 recepcionista vendedor, 1 cocinero, 1 ayudante de cocina y 1 personal motorizado, también se contratarán a dos profesionales externos: 1 contador y 1 community manager.

Tabla 20.

Mano de Obra

Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P.U S/	Total
1	Personal en planilla	Global	1	5,175.52	5,175.52
2	Contador	Mes	1	300.00	300.00
3	Community Manager	Mes	1	400.00	400.00
TOTAL					S/5,875.52

Materia Prima

En cuanto a este punto, se usará una serie de productos de calidad para cada proceso de elaboración de empanadas y distintos rellenos, permitiendo calcular y

determinar un valor adecuado por cada producto final, de esta forma fijar los precios que utilizaremos para el negocio.

A continuación, mostramos la tabla de cómo se calculó el precio unitario de la masa para cada empanada, la cual este precio fue incluido en cada tipo de relleno. (Tabla 21).

Tabla 21.

Masa para la empanada

Item	Servicio	Unidad	Cantidad	P.U S/	Total
5	Masa para la empanada				0.15
	Harina de trigo	kg	0.030	S/ 4.00	0.12
	Aceite	litro	0.003	S/ 0.01	0.000036
	Agua hirviendo	ml	0.015	S/ 0.20	0.003
	Sal	gr	0.001	S/ 0.005	0.000005
	Azúcar	gr	0.006	S/ 5.00	0.03

Tabla 22.

Materia Prima

Item	Servicio	Unidad	Cantidad	P.U S/	Total	Servicios	Mensual
1	Relleno de Carne				1.79	579	1034.31
	Carne	kg	0.03	30	0.9		
	Cebollas	kg	0.1	3	0.3		
	Ají amarillo	und	0.03	0.5	0.015		
	Ají rojo	und	0.03	0.5	0.015		
	Condimentos	und (pizca)	1.00	0.1	0.1		
	Arvejas	kg	0.01	0.01	0.0001		
	Azúcar	gr	0.33	0.005	0.00165		
	Sal	gr	1.00	0.0015	0.0015		
	Huevos	und	0.30	1	0.3		
	Perejil	gr	0.01	0.002	0.00002		
	Aceite	litro	0.003	0.01	0.000036		
	Masa	und	1	0.15	0.153041		

2	Relleno de Mariscos				2.06	116	237.98
	Mariscos	kg	0.03	40	1.20		
	Aceite	litro	0.003	0.01	0.00		
	Cebollas	kg	0.1	3	0.30		
	Ají paprika	und	0.3	0.5	0.15		
	Ají amarillo	und	0.3	0.5	0.15		
	Orégano	und (pizca)	1	0.1	0.10		
	Sal	gr	1	0.002	0.00		
	Masa	und	1	0.15	0.15		
3	Relleno de Cabrito				1.56	145	225.11
	Carne de Cabrito	kg	0.03	30	0.9		
	Cebolla	kg	0.1	3	0.3		
	Culantro licuado	kg	0.01	0.004	0.00004		
	Ajo	und	1	0.1	0.1		
	Condimentos	und (pizca)	1	0.1	0.1		
	Sal	gr	1	0.002	0.002		
	Aceite	litro	0.003	0.01	0.000036		
	Masa	und	1	0.15	0.15		
4	Relleno de Ají de Gallina				0.97	168	162.91
	Pechuga de gallina	kg	0.03	10	0.3		
	Leche	ml	0.01	0.01	0.0001		
	Ajos	und	1	0.1	0.100000		
	Ajies amarillos	kg	4	0.003	0.0120000		
	Cebolla	kg	0.1	3	0.3000000		
	Aceite	litro	0.003	0.01	0.000036		
	Sal y Pimienta	gr	1	0.002	0.002		
	Pan	und	1	0.1	0.1000000		
	Masa	und	1	0.15	0.15		
					TOTAL		1660.31

Costos (Directos e Indirectos)

Costos Directos

Para hallar los costos directos tomamos en cuenta la materia prima que es multiplicado por el número de tipo de empanadas rellenas, de las cuales se obtiene

sumando con la mano de obra directa que fue hallada por la multiplicación del % de cada tipo de relleno de las empanadas por el total de empanadas y por el total del pago del personal en planilla de MOD. Así obtuvimos el total de los 4 tipos de empanadas rellenas por mes.

Tabla 23.

Costos Directos al Mes

Item	Descripción	Servicios	P.U. S/	Total S/.
1	Relleno de carne	579	5.71	S/3,307.58
	Materia Prima / Insumos		1034.31	
	Mano de Obra Directa		2,186.42	
	Otros Costos Indirectos (Empaques)		86.85	
2	Relleno de Mariscos	116	5.98	S/692.63
	Materia Prima / Insumos		237.98	
	Mano de Obra Directa		437.28	
	Otros Costos Indirectos (Empaques)		17.37	
3	Relleno de Cabrito	145	5.48	S/793.42
	Materia Prima / Insumos		225.11	
	Mano de Obra Directa		546.60	
	Otros Costos Indirectos (Empaques)		21.71	
4	Relleno de Aji de Gallina	168	4.89	S/824.22
	Materia Prima / Insumos		162.91	
	Mano de Obra Directa		636.05	
	Otros Costos Indirectos (Empaques)		25.27	
				S/5,617.86

Además, mostramos la tabla de cómo se calculó los otros costos indirectos que serían los empaques (*Tabla 24*).

Tabla 24.

Empaques

Item	Servicio	Unidad	Cantidad	P.U S/	Total
1	Empaques (precio por 1 empanada)	und	1	0.15	0.15

Costos Directos

Para calcular los costos indirectos tomamos en cuenta los montos por mes, se consideró la mano de obra indirectos, como el pago del personal en planilla, y el personal externo como es el contador y el community manager, para los servicios son los que se consumirá por mes por cada servicio, además de la limpieza, pago del local y mantenimiento. Y, por último, los insumos que se utilizaran para la limpieza del local.

Tabla 25.

Costos Indirectos al Mes

Item	Descripción	Cantidad	P.U. S/	Total S/.
1	Mano de Obra Indirecta			S/2,069.17
	Personal en planilla	1	1,369.17	
	Contador	1	300.00	
	Community Manager	1	400.00	
2	Servicios			S/549.00
	Agua (no utilizado en producto)	1	80	
	Electricidad	1	160	
	TRIO (Teléfono, Internet, cable)	1	140	
	Celulares	1	69	
	Gas	1	100	
3	Local			S/1,700.00
	Alquiler	1	1500	
	Servicio de Limpieza y Mantenimiento	1	200	
4	Insumos			S/150.00
	Economatos (Útiles de Escritorio)	1	50	
	Útiles de Limpieza	1	100	
				S/4,468.17

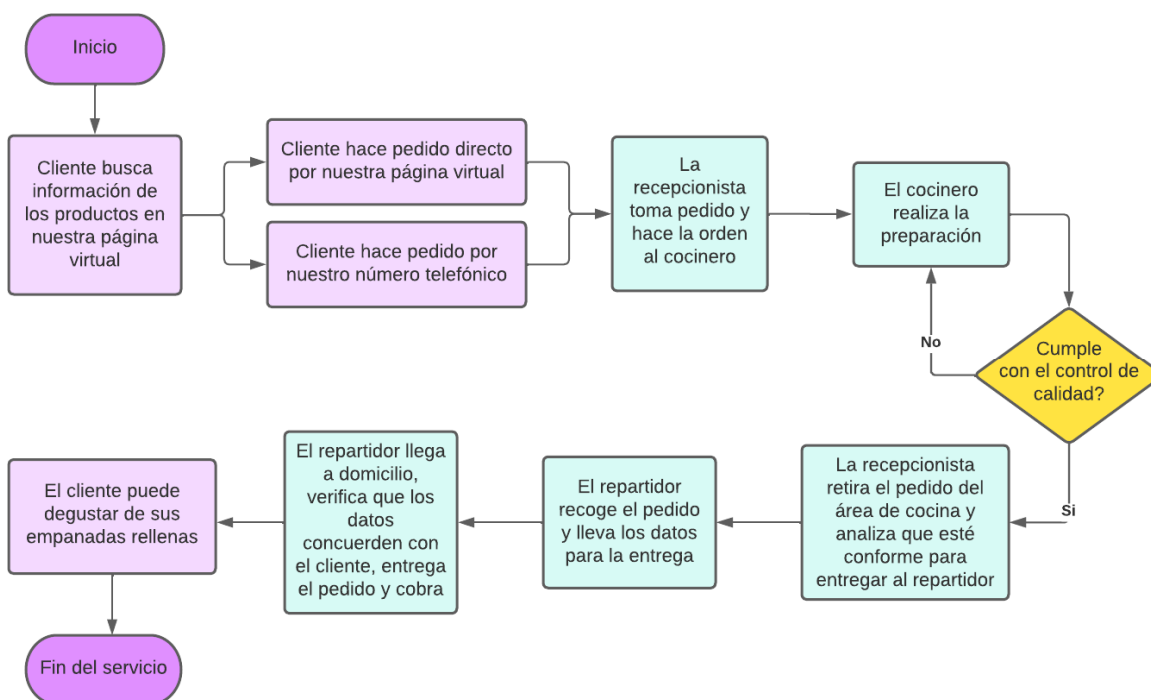
Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo)

El proceso para realizar la compra online, inicia cuando el cliente busca información de los productos en nuestra página, se contacta con nosotros a través de la misma página virtual o por llamada telefónica para realizar su pedido, la recepcionista se

encarga de tomar el pedido y hacer la ordena, el cocinero lo prepara, realiza el control de calidad (si no cumple regresa al proceso anterior para una correcta realización del producto),luego se procede a realizar el empackado, en seguida la recepcionista retira el pedido y analiza detalladamente que esté conforme para entregar al repartidor donde este recoge los datos del cliente para la entrega. Finalmente, el repartidor llega a su domicilio, verifica que los datos concuerden con el cliente, entrega el pedido e inmediatamente cobra, y el cliente puede degustar de su producto.

Figura 17.

Diagrama de Flujo Compra Online



Proceso de elaboración de empanadas rellenas “DOP”

1. Se recepciona los ingredientes para la masa: harina, agua, aceite, sal y azúcar.
2. Seleccionamos cada ingrediente que utilizaremos.
3. Pesamos las cantidades necesarias de cada ingrediente a utilizar.
4. Mezclamos la harina con grasas, en este caso con aceite, agua hirviendo, pizca de sal y de azúcar.
5. Batimos la mezcla.
6. Dejamos fermentar por un tiempo aproximado de 30 minutos.
7. Amasamos hasta formar una masa suave.
8. Ingresamos la carne procesada.
9. Continuamos a rellenar la masa con la carne.
10. Moldeamos la masa rellena.
11. Freímos la masa rellena ya moldeada.
12. Dejamos enfriar unos 2 minutos.
13. Pasa por control de calidad para analizar de que la empanada esté correctamente procesada.
14. Ingresamos la envoltura.
15. Y finalmente se realiza el empaque para que el producto esté completo.

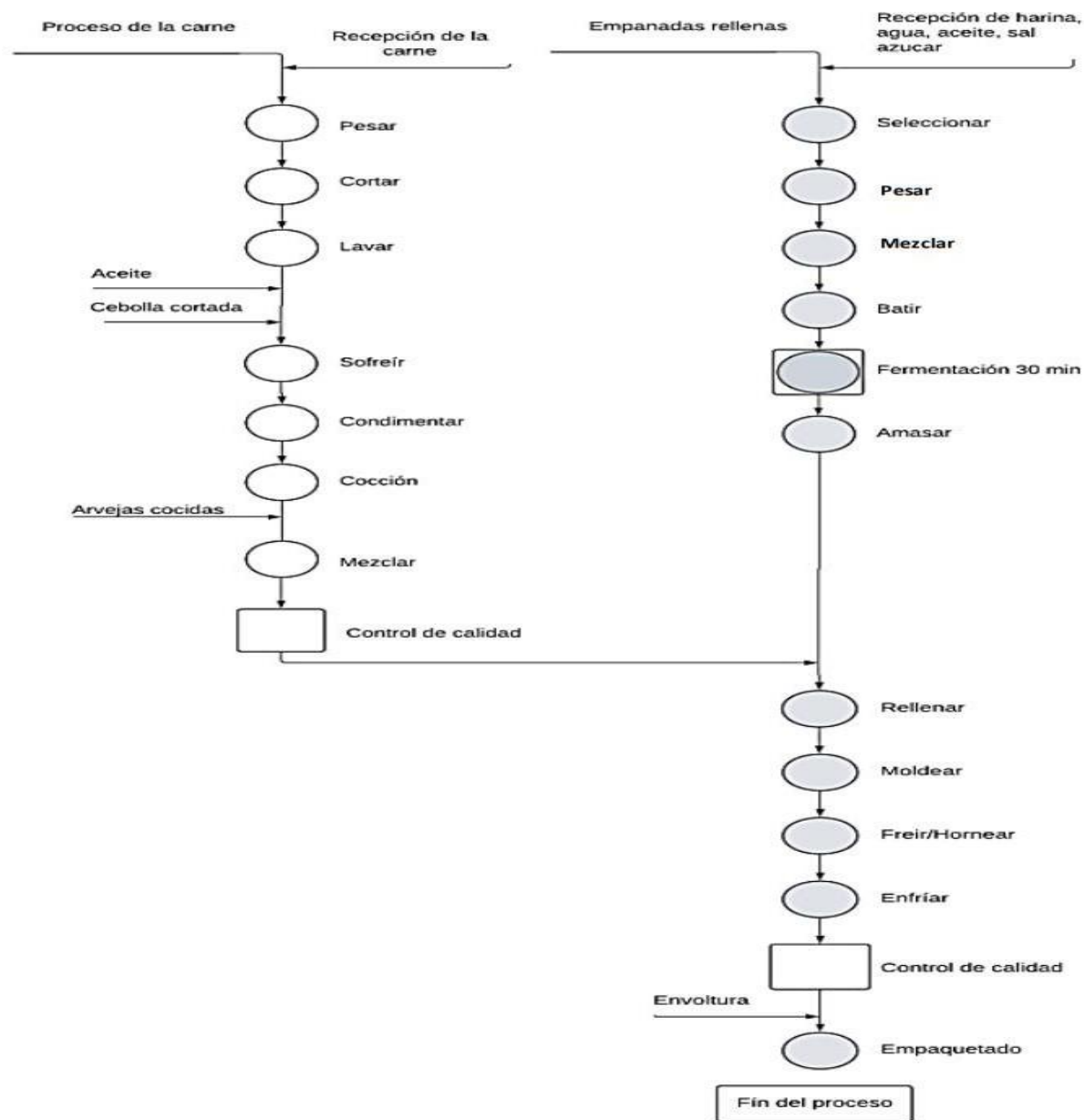
Proceso de la carne

1. Se recepciona la carne.
2. Se pesa la cantidad necesaria.
3. Se corta la carne en pequeños trozos cuadrados.
4. Lavamos correctamente la carne.

5. Ingresa el aceite y la cebolla picada o cortada en pequeños cuadritos.
6. Sofreímos con la mínima cantidad de aceite a la carne cortada junto a la cebolla picada.
7. Luego de sofreír y dejar que la carne bote su jugo, lo condimentamos.
8. Dejamos en cocción por un tiempo determinado.
9. Pasando el tiempo de cocción agregamos arvejas cocidas.
10. Mezclamos las arvejas cocidas a la carne procesada.
11. Pasa a control de calidad para que la carne procesada esté correcta y sea derivado al siguiente paso del relleno.

Figura 18.

Tipo de Relleno y Masa de la Empanada



Certificaciones Necesarias

En este punto vamos a dar a conocer lo que se requieren para poner en marcha el negocio, tramitaremos lo que es necesario para la apertura del negocio en lo que es licencias, certificados y autorizaciones, de esta manera estar en regla y cumplir un correcto funcionamiento con la producción de nuestras empanadas rellenas. Las

empanadas rellenas “La Tradición” contara con licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil, certificado de salubridad, certificado de registro sanitario de alimentos.

Licencia de Funcionamiento.

Este documento se realiza en la municipalidad provincial de Chiclayo, este nos va a permitir como empresa desarrollar las actividades en la zona donde estará ubicada el negocio, en este caso en el distrito de Chiclayo. Los pasos para solicitar esta licencia son:

- Pago por derecho de trámite correspondiente.
- Datos del solicitante, puede ser del titular o representante.
- Datos y ubicación del establecimiento (nombre comercial, dirección exacta).
- Especificar el tipo de actividad.
- Zonificación y compatibilidad de uso, aquí se da información de verificación según el plano de zonificación y sus usos.
- Documentos anexos (recibo de pago por tasa de licencia, declaración jurada, certificación de defensa civil (para locales mayores de 500 m²)).
- Croquis de ubicación.
- Declaración jurada.

Certificación de salubridad.

Este trámite se realiza en la municipalidad provincial de Chiclayo y los requisitos o pasos a seguir son:

- Copia de declaración jurada de la licencia de funcionamiento o del trámite en caso de ser nuevo.
- Declaración jurada del estado sanitario del establecimiento.
- Pago por derecho de tramitación.
- Copia de DNI.

Plazo de atención máximos 30 días hábiles.

Certificado de Inspección Técnica de Seguridad (Defensa Civil).

Los que deben solicitar este certificado son los titulares, este se solicita en la oficina de la Subgerencia de Defensa Civil de la municipalidad distrital de Chiclayo la cual es la encargada de otorgarla, los requisitos son:

- ✓ Pago por derecho de tramitación.
- ✓ Copia de DNI, titular o representante.
- ✓ Ficha RUC.
- ✓ Protocolo de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad, que son: extintores (recargados y en buen estado), señalizaciones (para las áreas correspondientes), botiquín (con los medicamentos necesarios), Luces de emergencia.
- ✓ Certificación de pozo a tierra y extintores.

Certificación y Registro Sanitario.

El documento de registro y certificado sanitario nos hará acreedores de ser una empresa con ventas de productos de calidad, pues tienen por objetivo evaluar el

cumplimiento de los lineamientos y requisitos técnicos normativos para la expedición de certificados de registro sanitario para alimentos y bebidas industrializados en general, vigilancia y control sanitario.

Requisitos:

- Generar la Clave de sol (Sunat).
- Información de los resultados de análisis físico-químico y microbiológico emitido por un Laboratorio de control de Calidad.
- Datos de la empresa solicitante
- Nombre del producto con respectiva marca.
- Aclaración de aditivos del producto e ingredientes.
- Número de lote con identificación del productor
- Material del envase y diseño.
- Situación de almacenamiento.
- Caducidad.
- Reporte de la etiqueta.
- Pago en el banco, con comprobante emitido a través del VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior).

Figura 19.

Modelo de Registro Sanitario

MINISTERIO DE SALUD PERU DIGESA
 DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL

REGISTRO SANITARIO
 Para la puesta en el mercado nacional de alimentos y bebidas de consumo humano

No. Expediente: _____
 Esp. N°: _____

A. EMPRESA
 Razón Social: _____
 DNI: _____
 RUC: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____

B. ESTABLECIMIENTO
 Dirección: _____
 DNI: _____
 RUC: _____

C. ALIMENTOS Y BEBIDAS
 Descripción: _____
 Código del Registro Sanitario: _____

D. REGISTRO
 La Dirección General de Salud Ambiental autoriza la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano de los productos descritos en el ítem C bajo las siguientes condiciones:

1. La empresa y su representante legal son solidariamente responsables de que los productos descritos en el ítem C sean puestos en el mercado nacional en condiciones inocuas y aptas para el consumo humano.
2. Cualquier cambio en el envase, presentación o etiquetado, requerirá una notificación a la DIGESA, la cual incorporará dicho cambio en el Registro, previa evaluación.
3. La vigencia de la presente autorización de inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas es de cinco años a partir de la fecha de su expedición.
4. La empresa está obligada a notificar a los productos, cuyo Registro Sanitario se otorga, con arreglo a lo establecido en el art. 117° del Decreto Supremo 007-96-SA, "Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas".
5. Esta inscripción está sujeta a vigilancia sanitaria por parte de DIGESA, la cual podrá revocarla.
6. La empresa está obligada a comunicar por escrito a la DIGESA cualquier cambio o modificación en los datos o condiciones bajo las cuales se otorgó el Registro Sanitario a un producto o grupo de productos, por lo menos siete (7) días hábiles antes de ser efectuado, acompañando los recaudos o información que sustente dicha modificación.

LIMA, _____ de _____ de 20____

MINISTERIO DE SALUD
 Dirección General de Salud Ambiental
 Dirección de Vigilancia Alimentaria e Inocua

Nota. Extraído de la siguiente página web

<https://www.google.com/search?q=certificacion+de+registro+sanitario&tbm=isch&ved=2a>

Impacto en el Medio Ambiente

Al analizar o hacer un conjunto de estudios del impacto ambiental de un proyecto al ser ejecutado, permitirá evaluar los efectos que este puede causar al medio ambiente en diferentes áreas de nuestro territorio.

Según en el artículo de Pol Bertrán Prieto, (Médico Plus, 2020), “Y es que de los miles de millones de toneladas de basura que generamos los humanos anualmente, solo se recicla entre el 15% y el 18%. Todo lo demás, o termina siendo arrojado a los ecosistemas terrestres o acuáticos o siendo incinerado, pero es que la incineración hace

que las micropartículas sólidas queden en suspensión en la atmósfera, contaminando también el aire”.

Para hacer frente a esta problemática, en el local de producción de La Tradición, haremos uso de contenedores reciclables con sus respectivos colores para separar correctamente los residuos.

Figura 20.

Tachos de Basura Ecológicos



Nota. Extraído de la siguiente página web

<https://www.google.com/search?q=TACHOS+DE+BASURA+4&tbm=isch&ved>

Además, en “La Tradición” se realizará el empaque a los productos con las bolsas o cajas biodegradables para evitar y minimizar el colapso de la contaminación a nuestro medio ambiente.

Figura 21.

Bolsas o Cajas Biodegradables



Nota. Extraído de la siguiente página web

<https://www.google.com/search?q=cajas+biodegradables&rlz=>

Capítulo VII

Plan Organizacional de Personal y Legal

En este capítulo se da a conocer todo el análisis en relación a la constitución del negocio “La Tradición” como empresa ya formalizada, los permisos, el proceso de los trámites y los costos para cada uno de estas, sus obligaciones tributarias, los regímenes laborales y la estructura organizacional con sus respectivas funciones.

Constitución de la Empresa (Proceso, Tramites, Permisos y Costos)

Según el (Gobierno del Perú, 2022), “la constitución de empresa es un procedimiento a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado para que este les ofrezca los beneficios de ser formales”.

“La Tradición” decide empezar como una empresa formal para poder seguir expandiéndose accediendo a nuevos mercados y obtener beneficios que brinda el estado a todas las organizaciones, siendo así que nos permitirá además acreditar con facilidad préstamos en diferentes bancos o instituciones financieras.

Con respecto a la importancia de registrar nuestra marca, según (Equipo Legal Perú, 2020), “sin la protección legal de su marca y sus signos distintivos, otras personas o empresas son libres de usar todo el diseño o elementos del mismo, para sus propios fines comerciales”, por ello, la respectiva marca de “La Tradición” será registrada de forma legal para seguir desarrollándonos de una forma segura.

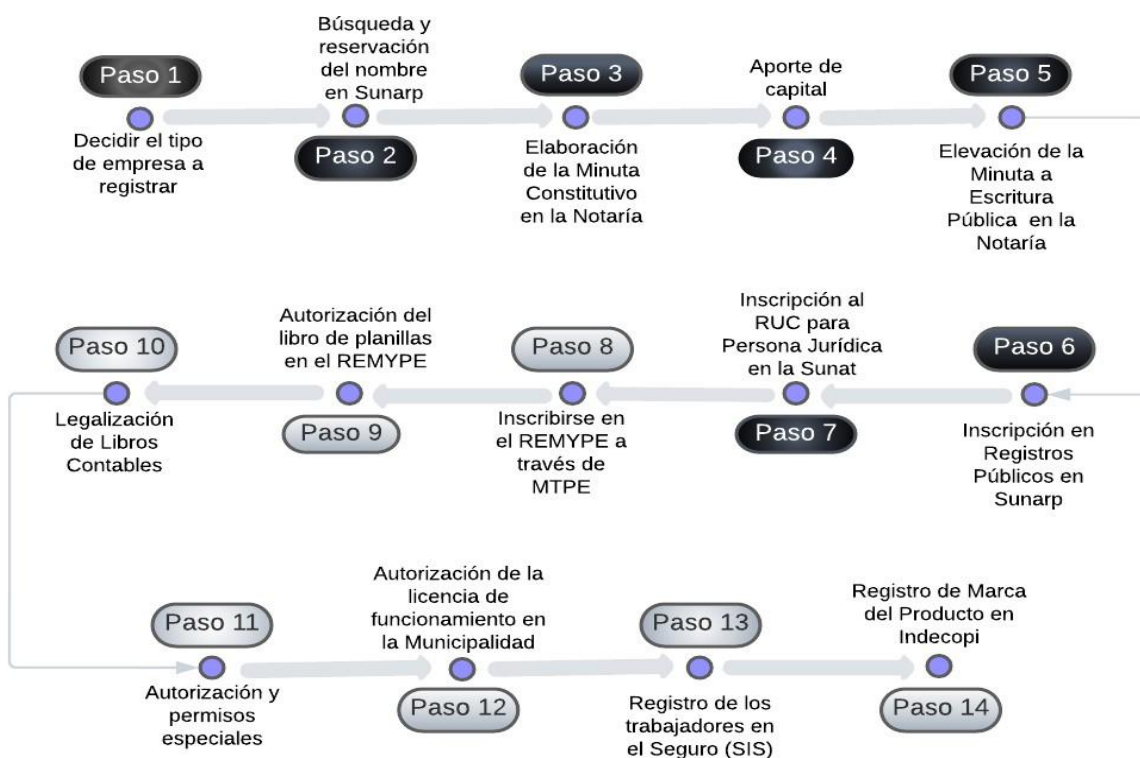
Proceso

En la siguiente imagen diseñamos los pasos para la constitución de nuestra empresa, del paso 1 al 7 se realizará el trámite siguiendo el mismo orden, del paso 8 al 14

no es necesario realizar cada trámite de forma ordenada y lo podemos hacer de acuerdo como uno guste.

Figura 22.

Proceso para la constitución y formalización del negocio



Trámites para formalizar y constituir el negocio

1. Decidir el tipo de empresa a registrar.

Para constituir una empresa, antes de formalizarla ante la Sunat y Sunarp es importante evaluar qué tipo de empresa nos conviene más para dar inicio, ya que puede ser por persona jurídica o natural.

En La Tradición decidimos empezar como persona jurídica para cumplir con los derechos y obligaciones a nombre de nuestro negocio, lo cual seremos una Micro Empresa y elegimos ser Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.).

Según (Elevación Digital, 2019), las características para ser una empresa SAC son:

- Se constituye a partir de dos accionistas y tiene un límite máximo de 20 accionistas o socios.
- Se constituye por los socios fundadores al momento de que la escritura pública se registre en la “Superintendencia de Registros Públicos” la cual contiene el pacto social.
- El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma.
- Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada, los socios “NO responden personalmente con su patrimonio, sino con el patrimonio de la empresa”.
- No podrá inscribir sus acciones en el Registro Público de Mercado de Valores.

Requisitos para ser empresa SAC:

- DNI (No debe tener deudas en ONPE).
- Nombre para la Razón Social de la Empresa (3 a 5 opciones OBLIGATORIAMENTE).
- Indicar el domicilio de la Empresa (Referencial).

- Si el capital es el efectivo (Solo se firmará una DECLARACIÓN JURADA)
- Indicar el porcentaje de capital para cada socio.

2. Búsqueda y reservación del nombre en - SUNARP

Según el (Gobierno del Perú, 2021), “la reserva de nombre es un paso previo a la constitución de una empresa. Es un trámite recomendable para facilitar la inscripción de la empresa en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp, donde tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre solicitados antes”.

Requisitos para tramitar son:

- Buscar de manera gratuita mediante la plataforma si el nombre que queremos para la empresa está disponible.
- Presentar DNI del representante legal.
- Completar formulario de solicitud de reserva de nombre de Persona Jurídica.
- El costo del derecho de trámite es de S/ 22.00.

3. Elaboración de la Minuta Constitutivo - Notaría

Respecto a la elaboración de la minuta, según (Gobierno del Perú, 2021), es un documento en el cual los miembros de una sociedad manifiestan su voluntad de constituir una empresa y en donde señalan todos los acuerdos respectivos. Consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a este.

Requisitos y pasos para realizar la Minuta:

- 2 copias del DNI de cada uno de los socios.
- Documento original y 2 copias de Búsqueda y reserva de nombre.
- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Llenar formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas.
- El costo de la elaboración de la minuta es de S/ 155.00.

Para realizar la minuta iremos a la Notaría Macedo que se ubica en la ciudad de Chiclayo, llevando todos los requisitos ya mencionados y solicitar el servicio de elaboración de la minuta.

4. Aporte de capital

Para constituir una empresa, según el (Gobierno de Perú, 2020), es necesario aportar una cantidad de dinero que se acreditará con el documento expedido por una entidad financiera.

Podemos aportar esto, abriendo una cuenta de banco donde se depositará el dinero que tú y tus socios deseen aportar a la empresa, o realizando un inventario que especifique la cantidad y el costo de los bienes que cada socio ingrese a la empresa.

Requisitos y pasos:

- Formato de minuta
- Presentar DNI
- Solicitar abrir una cuenta que sirva para depositar el dinero que los socios quieren aportar a la empresa.

5. Elevación de la Minuta a Escritura Pública - Notaría

Después de ser redactada la minuta, para el (Gobierno de Perú, 2018) es necesario llevarlo a una notaría pública para que lo revise y eleve a Escritura Pública.

Este documento certifica que el acto constitutivo es legal, por ello debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma de todos los participantes de la sociedad.

Los siguientes requisitos y pasos son:

- Presentar DNI
- Formato de la minuta
- Llevar los requisitos dichos a la notaría y solicitar el servicio de Elaboración de Escritura Pública.
- El costo para realizar este trámite es de S/ 400.00 en la Notaría Macedo en Chiclayo.

6. Inscripción en Registros Públicos - SUNARP

Para la realización de este paso se encargará el notario, el (Gobierno de Perú, 2022) anuncia que una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos, y a partir de eso existe la persona jurídica.

Para el registro tenemos en cuenta la siguiente información:

- El costo para esta inscripción es de (3 x 39,543.91/1000)
- Existe un derecho de calificación por SUNARP que el precio es de S/50.00 para todos.
- Si existe un gerente, la inscripción para este es de S/28.00.

7. Inscripción al RUC para Persona Jurídica - SUNAT

Después de haber constituido nuestra empresa debemos hacerla inscribir al Registro Único de Contribuyentes de Sunat, conforme al (Gobierno de Perú, 2022), el RUC es el registro que la Sunat lleva de nuestra información como contribuyente (persona, entidad o empresa), domicilio fiscal, actividad a las que uno se dedica y otros datos. Este número es único, consta de 11 dígitos y se utilizará en todo trámite que se haga ante la Sunat.

Además, al crear el RUC como persona jurídica, las deudas u obligaciones de la empresa estarán garantizadas.

Requisitos para realizar este trámite de manera virtual son:

- Completar el formulario para la inscripción.
- El número de la partida electrónica de constitución de la empresa referente a Registros Públicos.
- Documento original privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara, en el caso escaneado.

Para dicha inscripción debemos ingresar a MPV-Sunat, a la opción “Tributos Internos” e indicar como asunto “Inscripción en el RUC”, luego cargar los documentos indicados como requisitos, incluido el Formulario completo.

8. Inscribirse en el REMYPE

Consideramos REMYPE al registro de las micro y pequeñas empresas donde la podemos inscribir de forma virtual, ya que tiene como finalidad acceder a los beneficios de la Ley que impone el Estado Peruano.

Las características de la MYPE es que la micro empresa debe contar con 1 hasta 10 trabajadores con ventas anuales hasta 150 UIT, y la pequeña empresa hasta 100 trabajadores con ventas anuales hasta 1700 UIT.

Requisitos para registrarse en el REMYPE:

- No ser perteneciente al rubro de bares, casinos o discotecas.
- Ingresar al portal del “Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo www.mintra.gob.pe”.
- Acceder al enlace de REMYPE, ingresar RUC y clave SOL.
- Comprobar y aceptar los datos de la empresa.
- Llenar datos de los trabajadores y su modalidad contractual.
- Se imprime el documento constancia.

9. Autorización del libro de planillas en el REMYPE

Cada empresa que tenga uno o más trabajadores deberá registrar las planillas de pago lo cuál será un beneficio para el empleado y empleador, ya que con ello se demuestra transparentemente ante las autoridades que existe una relación laboral correspondiente con los trabajadores y la empresa además de sus beneficios que se les brindan.

Según (Crecemype, s.f), se debe usar planillas electrónicas si es que eres persona natural o persona jurídica- con alguna de estas características:

- Tiene más de 3 trabajadores.
- Cuenta con uno o más prestadores de servicios y/o personal de terceros.
- Cuenta con uno o más trabajadores o pensionistas que sean asegurados obligatorios del “Sistema Nacional de Pensiones”.

- Si está obligado a efectuar alguna retención del “Impuesto a la Renta de cuarta o quinta categoría”.
- Es suscrito con el Seguro Social de Salud (SIS) un contrato por Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo.
- Gozas de estabilidad jurídica y/o tributaria.

Esta planilla electrónica se descarga desde la página web de la SUNAT, mediante el formato PDT 601 y se deberá presentar en los plazos señalados en el cronograma establecido por la SUNAT conforme a la declaración y pago de las obligaciones tributarias mensuales.

10. Legalización de Libros Contables

Según (Sage Group, 2022), los libros contables sirven para que empresas y autónomos puedan llevar una contabilidad ordenada que les permita seguir cronológicamente todas sus operaciones administrativas y mercantiles.

- La legalización se realiza en una notaría y dura 2 días como máximo.
- Los costos para la legalización son de S/20.00 cada uno, en la Notaría Macedo ubicada en Chiclayo.
- Por estar dentro del régimen MYPE SAC se contará con 5 libros contables, donde 2 serán electrónicos.

11. Autorización y permisos especiales

Estos trámites se rigen dependiendo al rubro de nuestra empresa y la ubicación de esta, como ya lo mencionamos en el capítulo VI, “La Tradición”, además de contar con licencia de funcionamiento, también obtendrá el certificado de Inspección Técnica de Seguridad por Defensa civil, certificado de salubridad y

certificado de registro sanitario de alimentos obtenido por DIGESA. Estos documentos nos permitirán operar garantizando a nuestro público no poner en riesgo su salud.

12. Autorización de la licencia de funcionamiento-Municipalidad

El trámite para esta autorización se realizará en la Municipalidad de Chiclayo, contando con los requisitos de los pasos anteriores del (1-6), para seguir con el formulario a llenar.

Los pasos para solicitar esta licencia como lo mencionamos en el capítulo VI son:

- Pago por derecho de trámite correspondiente.
- Datos del solicitante, puede ser del titular o representante.
- Datos y ubicación del establecimiento (nombre comercial, dirección exacta).
- Especificar el tipo de actividad.
- Zonificación y compatibilidad de uso, aquí se da información de verificación según el plano de zonificación y sus usos.
- Documentos anexos (recibo de pago por tasa de licencia, declaración jurada, certificación de defensa civil para locales mayores de 500 m²)).
- Croquis de ubicación.
- Declaración jurada.

13. Registro de los trabajadores en el Seguro (SIS)

Este trámite lo realiza la empresa como empleador, pues, es el seguro de salud del SIS para que todos trabajadores de micro empresas puedan tener el beneficio de atenderse gratuitamente en los centros de salud públicos, este deberá ser declarado

y registrado como trabajador asegurado por nuestra entidad empleadora ante Sunat a través de la Planilla Electrónica de SUNAT.

Según el (Gobierno del Perú, 2021), los requisitos para el trámite son:

- Datos de la empresa.
- Datos de los trabajadores y sus derechohabientes.
- Datos de los socios de la empresa.
- Acepta los términos y condiciones.
- El pago es de S/ 15.00 mensuales por cada trabajador inscrito.

14. Registro de Marca del Producto - Indecopi

Si queremos registrar la marca del producto, lo podemos solicitar a Indecopi de este modo nos permitirá distinguir o identificar nuestro producto en el mercado. Según el (Gobierno del Perú, 2021), “registrando la marca nos transformamos en dueño y único autorizado para usarla en el territorio nacional por un periodo de 10 años, que pueden ser renovables”.

“La marca puede estar conformada por una palabra o combinación de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipo, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos, sonidos y olores, letras y números, un color delimitado por una forma o combinación de colores, en forma de productos, envases o envolturas o cualquier combinación de los signos señalados”.

Requisitos para tramitar son:

- Para hacerlo online, deberás haberte registrado en la plataforma para que puedas ingresar con tu usuario y contraseña.

- Una vez que ingreses al sistema, en el menú de la izquierda, selecciona “Ingreso de solicitudes”, elige tu tipo de solicitud y completa los datos.
- Dirección de correo electrónico, para que puedas recibir todas las notificaciones que se generen durante el procedimiento.
- Copia del poder simple si eres apoderado del solicitante. Este es un documento sin legalización obligada.
- Si eres una persona jurídica, copia simple de la partida registral y asiento.
- El costo del trámite es de S/ 534.99 para una sola clase (arancel 201000562).
- Se puede pagar a través de la plataforma “Págalo.pe” o en cualquier agencia del “Banco de la Nación”.

Costos de Autorizaciones y permisos

Tabla 26.

Resumen de costos de Autorizaciones y Permisos

Trámite	Lugar	Tiempo	Costo
-Búsqueda y reservación del nombre de la empresa	Sunarp	1 día	S/ 22.00
-Elaboración de la minuta	Notaría Macedo	1 día	S/ 150.00
-Elevación de minuta a Escritura Pública	Notaría Macedo	7 días	S/ 400.00
-Inscripción en Registro Público (3 x 39,543.91/1000) + 50	Sunarp	1 día	S/ 168.63
-Inscripción al RUC	Sunat	1 día	S/ 00.00
-Inscribirse en el Remype	MTPE	7 días	S/ 00.00
-Autorización del Libro de Planillas	Remype	7 días	S/ 00.00
-Legalización de Libros Contables para SAC (3 libros físicos)	Notaría Macedo	2 días	S/ 60.00
-Registro de los trabajadores en el SIS (5 trabajadores)	Sunat	7 días	S/ 75.00
-Registro de la marca	Indecopi	45 días	S/ 535.00
-Autorización de Licencia de Funcionamiento	Municipalidad	30 días	S/ 194.00
Autorización y permisos especiales:			
-Inspección Técnica de Seguridad por Defensa civil	Municipalidad	7 días	S/ 172.00
-Certificado de salubridad	Municipalidad	5 días	S/ 16.20
-Certificado de registro sanitario de alimentos	Digesa	7 días	S/ 390.00
Adicional: Pasajes y Copias			S/ 100.00

Total**S/ 2,282.83**

Obligaciones (Tributarias y Laborales)

Obligaciones Tributarias

Nuestra empresa La Tradición SAC que producirá y comercializará empanadas rellenas, se incorporará al Régimen MYPE Tributario, en la cual han sido pensados para beneficiar a los empresarios de micro y pequeña empresa creando un régimen flexible para persona natural o jurídica, que tengan ingresos netos que no superen 1,700 UIT en el año, perteneciendo a la tercera categoría.

Este régimen (RMT) es uno de los regímenes tributarios para negocios admitidos por la Sunat, con la finalidad de promover el crecimiento del negocio.

Las ventajas y beneficios de este régimen MYPE Tributario son:

- Montos por pagar según utilidades obtenidas.
- Tasas con descuento.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Emisión de recibos de pago de todo tipo.
- Llevar libros contables de acuerdo a los ingresos.

Obligaciones Laborales

La Tradición SAC se encontrará bajo Régimen Laboral Especial de la MYPE, sin embargo, para poder acreditarnos como Micro empresa y contar con los beneficios que brinda este régimen tiene que ser registrado como Remype laboral acreditado ante el Ministerio de Trabajo.

Para conocer nuestro Régimen Micro empresa nos basamos en las características que nos brinda según la SUNAT. Si tenemos menos o igual a 150 UIT en ventas anuales, se trata de una microempresa y si tenemos entre las 150 y 1700 UIT, corresponden a una pequeña empresa.

Nuestro negocio de empanadas rellenas La Tradición SAC estará dentro del régimen microempresa pues para empezar no supera los 150 UIT de ventas anuales. actualmente la UIT en el año 2022 la UIT es de S/ 4,600.00.

Beneficios de la microempresa para los trabajadores son:

- **Periodo de prueba:** el periodo de prueba legal es de tres meses para todos los trabajadores.
- **Remuneración mínima vital:** los trabajadores de la microempresa tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima por su jornada que actualmente es S/ 1,025.00.
- **Jornada de trabajo:** los trabajadores deben laborar como máximo 8 horas diarias y 48 horas semanalmente.
- **Descanso semanal:** los trabajadores tienen derecho a un día de descanso semanal como mínimo.
- **Descanso en días feriados:** los trabajadores tienen derecho a descansar los días feriados de los cuales serán pagados.
- **Descanso vacacional:** Los trabajadores tienen derecho a 15 días calendario de descanso al año, los cuales serán pagados por la empresa.
- **CTS:** los trabajadores de la microempresa no tienen derecho a la CTS.

- **Gratificaciones y Utilidades:** los trabajadores de la microempresa no tienen derecho a las gratificaciones.
- **Pensiones:** los trabajadores pueden afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones (ONP) o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- **Seguro de Salud:** los trabajadores pueden afiliarse al Seguro Integral de Salud (SIS), el estado asume el 50% de este seguro y el otro 50% el empleador, de los cuales el empleador solo paga S/ 15.00.
- **Horas extras:** los trabajadores tienen derecho a ser pagados por horas extras.
- **Indemnización por despido:** los trabajadores tienen derecho a una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año de servicio, hasta un máximo de 90 remuneraciones diarias.
- **Compensación por Tiempo de Servicios:** los trabajadores no tienen derecho a la compensación por tiempo de servicio.

Podemos decir que nuestro negocio cuenta con todas las condiciones necesarias para estar dentro del régimen MYPE (Microempresa), primero porque nuestras ventas anuales no exceden a los 150 UIT ($150 * 4,600 = \text{S/ } 690,000$) y segundo porque la cantidad de personas requeridas para una microempresa es de 1 - 10 personas. “La entidad encargada es el Ministerio de Trabajo”, la cual supervisará, fiscalizará y velará por el buen cumplimiento de la normativa mencionada.

Tabla 27.*Costo de planilla Régimen Micro Empresa*

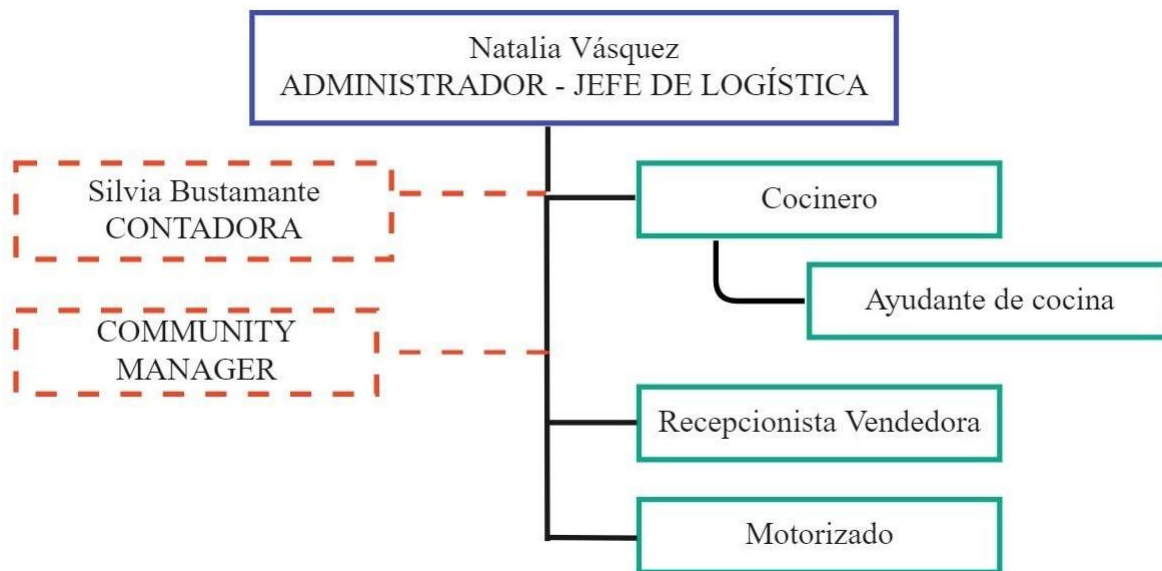
COSTO DE PLANILLA REGIMEN MICRO EMPRESA (Volumen de Ventas hasta 150 UIT Anual)											
Item	Nombre	Posición	Sueldo	Asignación Familiar	Gratificación	Vacaciones	CTS	SIS	Total	MOI	MOD
1	Vásquez Díaz, Natalia	<u>Administrador</u> J. Logística	<u>800.00</u> 500.00	0.00	0.00	54.17	0.00	15	1369.17	1369.17	
2	Díaz Vásquez, Isamar	Recepcionista Vendedor	1025.00	0.00	0.00	42.71	0.00	15	1082.71		3806.35
3	Flores Mendoza, Jenny	Cocinero	1025.00	0.00	0.00	42.71	0.00	15	1082.71		
4	Mendoza Claros, Freddy	Ayudante de Cocina	521.50	0.00	0.00	21.73	0.00	15	558.23		
5	Cabanillas Gómez, Fernando	Motorizado	1025.00	0.00	0.00	42.71	0.00	15	1082.71		
TOTAL									S/5,175.52		

Estructura Organizacional

Para nuestra idea de negocio hemos estructurado un organigrama que consiste en los siguientes puestos: Administrador / Jefe de Logística que será la cabeza de negocio y a la vez se encargará de evaluar y contratar al personal, así mismo se encargará del almacén y compras de los productos para la producción de las empanadas, un recepcionista vendedor, un cocinero, un ayudante de cocina, un motorizado y por último dos profesionales externos: un contador y un community manager.

Figura 23.

Organigrama de la Empresa



Descripción de Funciones

Administrador

Nombre del puesto: Administrador

Supervisado por: Socios

Personas a cargo: Cocinero, Recepcionista vendedor y motorizado.

Objetivos del Puesto: Planear, organizar, dirigir y controlar.

Direcciona el proceso estratégico proyectando a la empresa a su sostenimiento en el mercado.

Cumplir con todas las actividades necesarias que contribuyan al buen funcionamiento del establecimiento y al desempeño de la empresa. Además, cumplir con las metas, objetivos trazados.

Funciones Generales

- Supervisar, planear y coordinar las actividades específicas dentro de la empresa.
- Ser líder dentro de la organización.
- Resolver cualquier tipo de problema que se pueda dar con los clientes, empleados o proveedores.
- Elaborar políticas organizacionales por cada área.
- Definir las metas y objetivos de la empresa.
- Plantear y definir las estrategias funcionales para alcanzar los objetivos de corto, mediano y largo plazo.
- Velar por el cumplimiento de la norma legal laboral.
- Velar por una adecuada dirección y gestión de la empresa “La Tradición”, de esta manera brindar un servicio de calidad para así satisfacer las necesidades de los clientes para mantener una relación a largo plazo.
- Encargado de contratar y despedir al personal.
- Controlar el manejo de dinero en efectivo.

- Analizar candidatos a los puestos requeridos.
- Tomar decisiones.

Relación con otros departamentos

- Jefe de logística, el administrador pedirá rendir cuenta del almacén y de todos los gastos que se realizan dentro del mes, con el fin del buen funcionamiento del negocio, además este rendirá cuentas de todo lo relacionado con la empresa.

Habilidades y conocimientos

- Profesionales con buena comunicación oral y escrita, solución de problemas y que sepa trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones efectivas.
- Preocupación por la calidad y el orden.
- Educación y formación a nivel superior en administración de negocios y carreras emprendedoras.
- Capacidad para negociar.

Requisitos Generales

- Excelente salud física y presentación personal.
- Con un nivel de estudios en administración de empresas, sea en universidad u técnico.
- Experiencia mínima 1 año en empresas similares o afines.
- Rango salarial mínimo 1500 soles al mes.

Jefe de Logística

Nombre del puesto: Jefe de Logística

Supervisado por: Administrador

Personas a cargo: Cocinero, recepcionista vendedor y motorizado

Objetivos del Puesto:

Realizar un eficiente apoyo logístico para el funcionamiento administrativo mediante la adquisición y abastecimiento en que es calidad, cantidad, y economía en la compra de materia prima, equipos, insumos, y todo lo que se requiera dentro del negocio.

Funciones Generales

- Coordinar con los encargados de las áreas para atender a las solicitudes de cocina, útiles de oficina, de limpieza y mantenimiento.
- Se encargará de hacer todas las compras para el buen funcionamiento de la empresa.
- Se encargará de mantener en orden el almacén y verificará que no falte nada dentro de esta.
- Supervisa que la atención al cliente se cumpla con todos los estándares establecidos por la empresa.
- Maneja los inventarios.
- Realiza las compras semanales.
- Realiza los pedidos a los proveedores.
- Es el encargado de tener en stock todos los productos necesarios para la producción.

Relación con otros departamentos

- Reportará al administrador sobre incidencias que puedan presentarse durante la venta de nuestros productos y otros.

- Coordinar con el personal encargado de cocina para atender a los requerimientos necesarios del mismo.
- Coordinar con los proveedores para hacer los pedidos para la producción de las empanadas rellenas.

Habilidades y conocimientos

- Aptitud para detectar las necesidades del cliente.
- Capacidad de negociar con los proveedores.
- Preocupación por la calidad y orden.
- que tenga buena comunicación oral y escrita, solución de problemas y que sepa trabajar en equipo.
- Dirigir y supervisar el trabajo en equipo.
- Capacidad de resolver problemas que puedan surgir.

Requisitos Generales

- Formación técnica o profesional en logística o Supply Chain.
- Experiencia mínima de 6 meses en empresas similares o afines.
- Sueldo a tratar.

Cocinero

Nombre del puesto: Cocinero

Supervisado por: Administrador / Jefe de Logística

Personas a cargo: Ayudante de cocina

Objetivos del Puesto:

Elaboración y preparación de empanadas rellenas que consumen la clientela de nuestro negocio “La Tradición”, cumpliendo con las buenas prácticas de manufactura y las reglas de higiene.

Funciones Generales

- Controla la calidad en los procesos de elaboración del producto.
- Cumplir normas de manipulación de alimentos y estándares en su elaboración y producción.
- Supervisar que todo esté en orden dentro de la cocina.
- Diseña y estructura los sabores nuevos para las empanadas rellenas.
- Controlar el proceso de producción.
- Vigila la desinfección y aseo de la cocina.
- Responsable de la producción de las empanadas rellenas, calidad, y presentación.
- Optimizar el uso de recursos.
- Alistamiento de ingredientes, utensilios y demás alimentos requeridos para el desempeño de producción.
- Agilizar la marcha de órdenes.
- Supervisar el consumo de materiales para evitar desperdicios.

Relación con otros departamentos

- Rendir cuentas al administrador / jefe de logística sobre lo que falta en la cocina.
- Mantener siempre comunicación con la recepcionista para el despacho del producto.
- Mantener una estrecha comunicación con todo el personal.

Habilidades y conocimientos

- Creatividad, originalidad, capacidad de concentración, agilidad e innovador.
- Trabajar bajo presión, íntegro, pulcra, facilidad de palabras, pasión por su trabajo, lealtad.

Requisitos Generales

- Experiencia mínimo medio año como chef.
- Experiencia en preparación de empanadas rellenas.
- Técnico especialista en gastronomía.
- Profesional de cocina, profesional en repostería o masas.

Ayudante de Cocina

Nombre del puesto: Ayudante de cocina

Supervisado por: Cocinero

Personas a cargo: No tiene personal a cargo.

Objetivos del Puesto:

Apoyar en el área de cocina en la elaboración y preparación de empanadas rellenas que consumen la clientela de nuestro negocio “La Tradición” de acuerdo con las especificaciones del cocinero y cumpliendo con las buenas prácticas de manufactura y las reglas de higiene.

Funciones Generales

- Apoyar en la elaboración y preparación de empanadas rellenas de acuerdo con las especificaciones del cocinero.
- Alistamiento de ingredientes, utensilios y demás alimentos requeridos para el desempeño de producción.

- Ayuda a controlar la calidad en los procesos de elaboración del producto.
- Cumplir normas de manipulación de alimentos y estándares en su elaboración y producción.
- Ayuda a vigilar la desinfección y aseo de la cocina.
- Ayuda a supervisar el consumo de materiales para evitar desperdicios.
- Otras funciones que asigne el jefe inmediato.

Relación con otros departamentos

- Rendir cuentas al cocinero sobre lo que falta en la cocina.
- Mantener siempre comunicación con la recepcionista para el despacho del producto.
- Mantener una estrecha comunicación con todo el personal.

Habilidades y conocimientos

- Creatividad, originalidad, orden, capacidad de concentración, agilidad e innovador.
- Trabajar bajo presión, íntegro, pulcra, facilidad de palabras, pasión por su trabajo, lealtad.

Requisitos Generales

- Técnico especialista en gastronomía.
- Experiencia mínimo medio año en posiciones similares.
- Experiencia en preparación especialmente en el rubro de empanadas rellenas.

Recepcionista Vendedor

Nombre del puesto: Recepcionista Vendedor

Supervisado por: Administrador / Jefe de Logística

Personas a cargo: No tiene personal a cargo.

Objetivos del Puesto:

Atender y servir los pedidos que hagan los clientes a través de las comunicaciones telefónicas, redes sociales, página web ofreciéndoles la información que ellos requieran, con amabilidad y cordialidad.

Funciones Generales

- Coordinación y seguimiento para los pagos de alquiler, mantenimiento, luz, teléfono, etc del local.
- Coordinar con los motorizados para la entrega de los pedidos.
- Realizar otras funciones que su superior le asigne.
- Atender a los clientes por medio de los diferentes medios en las redes sociales.

Relación con otros departamentos

- Este puesto se relaciona con el administrador, personal de cocina y motorizados.
- Público en general a través de las redes sociales, página web, llamadas, etc.

Habilidades y conocimientos

- Iniciativa.
- Capacidad de planificar.
- Capacidad de colaborar.
- Capacidad para atender a los demás.
- Trabajo en equipo.
- Buen trato con los clientes.

Requisitos Generales

- Carrera técnica en secretariado.
- Experiencia en ventas.

Motorizado

Nombre del puesto: Motorizado

Supervisado por: Administrador / Jefe de Logística

Personas a cargo: No tiene personal a cargo.

Objetivos del Puesto:

Realizar el servicio de entrega de correspondencia mediante el uso de motocicletas propiedad del propio conductor.

Funciones Generales

- Entrega y despacho de pedidos al domicilio de nuestros clientes.
- Coordinación con el área de recepción para el despacho adecuado de productos en el distrito de Chiclayo.
- Realizar el cobro (efectivo o con tarjeta)
- Recibir capacitaciones

Relación con otros departamentos

- Esta área se relaciona directamente con la recepcionista

Habilidades y conocimientos

- Puntualidad
- Capaz de desenvolverse hacia los demás
- Trato cercano y cordial con los clientes
- Detectar monedas y billetes falsos

- Conocimiento en aplicativos de pago.

Requisitos Generales

- Contar con moto propia, experiencia como delivery mínimo de 3 meses.
- Documentación vigente (Brevete, tarjeta de propiedad y SOAT).
- Disponibilidad de trabajar turno fijo de lunes a sábado.
- Secundaria completa.
- Experiencia en ventas.

Contador

Nombre del puesto: Contador

Personas a cargo: No tiene personal a cargo.

Objetivos del Puesto:

Elaborar, analizar, emitir y registrar la información contable, financiera del negocio de una manera confiable y oportuna.

Funciones Generales

- Confeccionar las declaraciones de impuestos de ventas.
- Declaraciones de retención e impuesto de renta.
- Revisar las facturas o boletas de los proveedores y clientes para su contabilización.
- Analizar los saldos de cuentas del Balance General.
- Analizar y verificar los libros y balances contables.
- Analizar y dar conformidad los documentos que sustenten las obligaciones de pago, desembolso de fondos, asientos contables entre otros.

Relación con otros departamentos

- Esta área se relaciona directamente con el administrador.

Habilidades y conocimientos

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Condiciones de trabajar bajo presión.
- Capacidad de analizar.
- Discreto, con iniciativa para la solución de problemas.
- Proactivo y responsable.

Requisitos Generales

- Título Profesional o estudios superiores.
- Experiencia en la administración pública o privada.
- Conocimiento de ofimática básica.

Community Manager

Nombre del puesto: Community Manager

Personas a cargo: No tiene personal a cargo.

Objetivos del Puesto:

Trabajar y mejorar la visibilidad de nuestra marca en las diferentes redes sociales.

Además, incrementar la comunidad con enfoque de alto valor.

Funciones Generales

- Gestionar el contenido de distintas redes sociales.
- Ponerle rostro y ser la voz de la misma en redes sociales.
- Hacer las publicaciones respectivas en la página web y redes sociales.

- Monitorear los resultados y el crecimiento de las comunidades de nuestras redes sociales.
- Elaborar reportes y proponer ideas de mejora.
- Creación y gestión de contenidos.
- Comunicación con la comunidad.

Relación con otros departamentos

- Esta área se relaciona directamente con el administrador.

Habilidades y conocimientos

- Capacidad de comunicación.
- Pasión por la marca.
- Proactivo.
- Organizado.
- Ético.
- Creativo.
- Trabajar en equipo.
- Buena ortografía y redacción.
- Estratégico.

Requisitos Generales

- Experiencia en comunicación online.
- Conocer y saber utilizar las redes sociales.
- Título Profesional o estudios superiores.

Capítulo VIII

Plan Económico Financiero

Inversiones (Estructura)

En cuanto a este punto, detallaremos las cantidades de lo que se necesitara para implementar el local donde empezaremos a realizar la elaboración de empanadas rellenas, de este modo obtendremos un monto total.

También tomaremos en cuenta algunos gastos para tres meses, tal es el caso de la materia prima para cada elaboración de empanada rellena y para el pago al personal; además el pago de tres meses adelantado por el alquiler del local.

Como total de activos tendremos una inversión de S/ 65,906.51 donde el 60% (S/ 39,543.91) de esta abarca nuestro patrimonio que será recaudada por parte de los dos socios y el 40% (S/ 26,362.61) será financiado mediante un prestamos bancario a un plazo de 5 años por el Banco de Crédito del Perú (BCP).

ACTIVO = PATRIMONIO + PASIVO

S/ 65,906.51	S/ 39,543.91
	S/ 26,362.61

Tabla 28.

Inversiones

Item	Inversión	Costo unitario	Variable	Monto S/
1	Acondicionamiento Local			3,000.00
	Instalaciones	3,000.00	1	3,000.00
2	Equipos y Herramientas			29,276.20
3	Materia Prima			4,980.92
	Relleno de Carne	1,034.31	3	3,102.93
	Relleno de Mariscos	237.98	3	713.94

	Relleno de Cabrito	225.11	3	675.32
	Relleno de Aji de Gallina	162.91	3	488.73
4	Intangibles			4,032.83
	Licencia de Softwares	250.00	3	750.00
	Diseño de Web page	1,000.00	1	1,000.00
	Constitución	2,282.83	1	2,282.83
5	Costo de Operaciones			18,166.56
	Mascarillas quirúrgicas	0.20	360	72.00
	FamilyDoctor			
	Mano de Obra	5,875.52	3	17,626.56
	Mascarillas KN95	1.20	450	540.00
6	Garantía por el Local (3 meses)			4,500.00
7	Mercadeo			1,950.00
	Ads RRSS	950	1	950.00
	Cupones de descuento	1,000	1	1,000.00
	Total S/			S/65,906.51

Ingresos y Egresos

Para los ingresos del negocio se ha estimado los datos de la proyección de ventas del escenario conservador, tomando en cuenta que se considera brindar la venta de 4 tipos de empanadas rellenas tales como, empanadas con relleno de carne, mariscos, cabrito y aji de gallina, generando un total de S/ 146,446.87 en el primer año. Mientras que para los egresos hemos considerado los costos variables y fijos de manera anual.

Así mismo, se consideró el pago intereses por el prestamos al banco y la tasa de impuesto a la renta del 10%; obteniendo un beneficio neto de S/ 19,653.75 para el primer año.

Por otro lado, hemos considerado una tasa de crecimiento de ventas del 2% para cada año correspondiente, la cual se tomó en cuenta para los costos directos y costos variables para la producción de nuestras empanadas rellenas.

Tabla 29.

Estructura de Ingresos y Egresos

INGRESOS Y EGRESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	S/ 146,446.87	S/ 149,375.81	S/ 152,363.33	S/ 155,410.59	S/ 158,518.80
Relleno de Carne	S/ 83,377.13	S/ 85,044.67	S/ 86,745.56	S/ 88,480.48	S/ 90,250.08
Relleno de Mariscos	S/ 20,844.28	S/ 21,261.17	S/ 21,686.39	S/ 22,120.12	S/ 22,562.52
Relleno de Cabrito	S/ 26,055.35	S/ 26,576.46	S/ 27,107.99	S/ 27,650.15	S/ 28,203.15
Relleno de Ají de Gallina	S/ 16,170.11	S/ 16,493.51	S/ 16,823.38	S/ 17,159.85	S/ 17,503.05
COSTOS VARIABLES	S/ 67,414.34	S/ 68,762.62	S/ 70,137.88	S/ 71,540.63	S/ 72,971.45
Materia Prima	S/ 19,923.69	S/ 20,322.16	S/ 20,728.61	S/ 21,143.18	S/ 21,566.04
Mano de Obra Directa	S/ 45,676.25	S/ 46,589.78	S/ 47,521.57	S/ 48,472.00	S/ 49,441.44
Empaques	S/ 1,814.40	S/ 1,850.69	S/ 1,887.70	S/ 1,925.46	S/ 1,963.96
MARGEN BRUTO	S/ 79,032.53	S/ 80,613.18	S/ 82,225.45	S/ 83,869.96	S/ 85,547.36
COSTOS FIJOS	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00
Mano de obra Indirecta	S/ 24,830.00	S/ 24,830.00	S/ 24,830.00	S/ 24,830.00	S/ 24,830.00
Servicios	S/ 6,588.00	S/ 6,588.00	S/ 6,588.00	S/ 6,588.00	S/ 6,588.00
Local	S/ 20,400.00	S/ 20,400.00	S/ 20,400.00	S/ 20,400.00	S/ 20,400.00
Materiales de oficina y limpieza	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00
BAII (EBIT)	S/ 25,414.53	S/ 26,995.18	S/ 28,607.45	S/ 30,251.96	S/ 31,929.36
Intereses	S/ 3,219.34	S/ 2,707.15	S/ 2,154.34	S/ 1,504.98	S/ 797.74
BAI	S/ 22,195.20	S/ 24,288.03	S/ 26,453.11	S/ 28,746.98	S/ 31,131.62
Impuesto 10%	S/ 2,541.45	S/ 2,699.52	S/ 2,860.74	S/ 3,025.20	S/ 3,192.94
BENEFICIOS NETOS	S/ 19,653.75	S/ 21,588.52	S/ 23,592.37	S/ 25,721.78	S/ 27,938.68

Para este punto de depreciación se consideró la UIT de 4600 del año 2022, de las cuales para poder depreciar nuestros equipos y herramientas (*ver tabla 19*), tomamos la cuarta parte de la UIT que como resultado nos dio 1150; es así que consideramos los equipos y herramientas mayores al monto de 1150. Así mismo clasificamos cada equipo y herramienta en 3 tipos que son: maquinaria (esta se deprecia a 5 años con un 20%), muebles (esta se deprecia a 10 años con un 10%) y equipos (esta se deprecia a 4 años con un 25%).

Tabla 30.

Depreciación de Muebles, Equipos y Maquinarias

Descripción	Cantidad	Tipo	% Depreciación	Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Campana para cocina	1	Maquinaria	20%	S/ 240.00	S/ 48.00	S/ 48.00	S/ 48.00	S/ 48.00	S/ 48.00
Cocina industriales	2	Maquinaria	20%	S/ 560.00	S/ 112.00	S/ 112.00	S/ 112.00	S/ 112.00	S/ 112.00
Horno de 2 bandejas	1	Maquinaria	20%	S/ 368.00	S/ 73.60	S/ 73.60	S/ 73.60	S/ 73.60	S/ 73.60
Batidora amasadora 20 lts	1	Maquinaria	20%	S/ 500.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 100.00
Conservador/ Congelador	1	Maquinaria	20%	S/ 573.80	S/ 114.76	S/ 114.76	S/ 114.76	S/ 114.76	S/ 114.76
Laptops	2	Equipo	25%	S/ 1,450.00	S/ 362.50	S/ 362.50	S/ 362.50	S/ 362.50	S/ 362.50
Computadora	1	Equipo	25%	S/ 375.00	S/ 93.75	S/ 93.75	S/ 93.75	S/ 93.75	S/ 93.75
TV LG 42"	1	Equipo	25%	S/ 325.00	S/ 81.25	S/ 81.25	S/ 81.25	S/ 81.25	S/ 81.25
Sillón Sofá 3 cuerpos	1	Muebles	10%	S/ 125.00	S/ 25.00	S/ 25.00	S/ 25.00	S/ 25.00	S/ 25.00
DEPRECIACIÓN				S/ 4,516.80	S/ 1,010.86	S/ 1,010.86	S/ 1,010.86	S/ 1,010.86	S/ 473.36

Deuda (Cuadro de Amortización)

Nuestro proyecto de empanadas rellenas “La Tradición” será financiado mediante un préstamo bancario de un 40% de la inversión total, la cual será pagado a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 12%, mientras que el 60% será financiado con capital de los socios. Este prestamos lo solicitares al Banco de Crédito del Perú (BCP).

Tabla 31.

Préstamo bancario

AÑOS	Saldo de Capital	Amortización	Interés	Cuota	Saldo Final
0	26,362.61	-	-	-	26,362.61
1	26,362.61	4,129.90	3,219.34	7,349.23	22,232.71
2	22,232.71	4,642.08	2,707.15	7,349.23	17,590.63
3	17,590.63	5,194.89	2,154.34	7,349.23	12,395.74
4	12,395.74	5,844.25	1,504.98	7,349.23	6,551.49
5	6,551.49	6,551.49	797.74	7,349.23	-
TOTAL		S/.26,362.61	S/.10,383.54	S/.36,746.15	

Flujo de Caja (Económico y Financiero)

Con respecto al flujo de caja, nos indica que los resultados obtenidos nos permitirán saber el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), de esta forma conoceremos si nuestro negocio es viable y rentable. Además, tomamos en cuenta el 2% de tasa de crecimiento en las ventas y en el costo de ventas.

Flujo de caja económico, para el año cero tomamos la inversión total y para el año 1 al 5 restamos los ingresos por ventas menos el total de egresos.

Flujo de caja financiero, para el año cero tomamos el flujo de caja económico menos el préstamo del 40%, y para el año 1 al 5 restamos el flujo de caja económico menos amortización del préstamo bancario menos los intereses.

Tabla 32.*Flujo de Caja Económico y Financiero*

	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas		S/ 146,446.87	S/ 149,375.81	S/ 152,363.33	S/ 155,410.59	S/ 158,518.80
Inversión Total	S/ 65,906.51					
Costo por Ventas		S/ 67,414.34	S/ 68,762.62	S/ 70,137.88	S/ 71,540.63	S/ 72,971.45
Gastos de Administración		S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00	S/ 53,618.00
Gastos de Ventas			S/ 1,950.00	S/ 1,950.00	S/ 1,950.00	S/ 1,950.00
Impuesto a la Renta		S/ 2,541.45	S/ 2,699.52	S/ 2,860.74	S/ 3,025.20	S/ 3,192.94
TOTAL EGRESOS	S/ 65,906.51	S/ 123,573.79	S/ 127,030.14	S/ 128,566.62	S/ 130,133.83	S/ 131,732.38
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 65,906.51	S/ 22,873.08	S/ 22,345.67	S/ 23,796.70	S/ 25,276.76	S/ 26,786.42
Préstamo (40%)	S/ 26,362.61					
Amortización de Préstamo		S/ 4,129.90	S/ 4,642.08	S/ 5,194.89	S/ 5,844.25	S/ 6,551.49
Intereses		S/ 3,219.34	S/ 2,707.15	S/ 2,154.34	S/ 1,504.98	S/ 797.74
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/ 39,543.91	S/ 15,523.85	S/ 14,996.44	S/ 16,447.47	S/ 17,927.53	S/ 19,437.19

Evaluación Económica y Financiera (VAN Y TIR)

Ratios de Rentabilidad (ROE Y ROA)

Con respecto al indicador de Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE) siendo el rendimiento del capital, vemos un 50% el cual nos indica que el capital de la empresa se está aplicando de manera óptima. Además, la Rentabilidad sobre los activos (ROA) nos indica que los activos totales nos dan un beneficio de 39%.

Tabla 33.

ROE y ROA

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (ROE)	BENEFICIO NETO	S/19,653.75	0.50	50%
	CAPITAL (Patrimonio)	S/39,543.91		
RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS (ROA)	BAlI (EBIT)	S/ 25,414.53	0.39	39%
	ACTIVOS	S/65,906.51		

VAN Y TIR

Para calcular y saber la situación económica de la empresa, tomaremos en cuenta el valor del COK y el flujo de caja económico y financiero para cada punto tomando los montos del año 0 al 5. Para calcular el COK tuvimos primero hallar el costo de endeudamiento (kd), luego costo de capital propio (COK soles) y por último el costo de capital total (WACC), dándonos como resultado un 14.66%.

VAN Económico y Financiero.

Con respecto al VANE y al VANF ambos nos dan resultados positivos; en el cual el VANE nos indica que empanadas rellenas “La Tradición” obtendrá S/ 14,972.69 y el VANF obtendrá S/ 16,497.85 más de lo que se desea ganar.

TIR Económico y Financiero.

Con respecto al TIRE y al TIRF vemos que los resultados son mayores al COK (14.66%), lo cual nos indica que el negocio es rentable para invertir. La TIRE nos da un 23.56% y la TIRF nos da un 30.34%.

Tabla 34.

Evaluación Económica y Financiera

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO ECONÓMICO	-65,906.51	22,873.08	22,345.67	23,796.70	25,276.76	26,786.42
FLUJO FINANCIERO	-39,543.91	15,523.85	14,996.44	16,447.47	17,927.53	19,437.19

COK	14.66%
VANE	S/14,972.69
TIRE	23.56%
VANF	S/16,497.85
TIRF	30.34%

Punto de equilibrio

Efectuando este cálculo nos permite conocer que dentro de un escenario pesimista para nuestro negocio sería poco favorable, ya que, al realizar 688 ventas de empanadas rellenas será la cantidad mínima para que nuestro negocio no pierda dinero. Además, solo cubriría los costos variables o de ventas, los gastos fijos o administrativos, y no sería rentable para los socios.

Tabla 35.

Punto de equilibrio – Escenario Pesimista

Item	Productos	CV Unit	PV Unit	PV Ponderado	Ganancia Unit	%GP Unit	Vtas Req.	Unt. Vta Req.
1	Relleno de carne	S/ 5.71	S/ 12.00	57%	S/ 6.29	23%	S/ 4,594.37	383
2	Relleno de Mariscos	S/ 5.98	S/ 15.00	11%	S/ 9.02	32%	S/ 918.87	61
3	Relleno de Cabrito	S/ 5.48	S/ 15.00	14%	S/ 9.52	34%	S/ 1,148.59	77

4	Relleno de Ají de Gallina	S/ 4.89	S/ 8.00	17%	S/ 3.11	11%	S/ 1,336.54	167
Total		S/ 22.07	S/ 50.00	100%	S/ 27.93	100%	S/ 7,998.38	688

Por lo tanto, “La Tradición” pretende realizar las ventas proyectadas dentro de un escenario conservador (*tabla 14*), de esta manera el monto cubrirá los costos de ventas junto a los gastos administrativos y financieros, y además se obtendrá beneficios para los socios.

Conclusiones

- Tal y como hemos podido comprobar a través de las encuestas que fueron realizadas a las distintas personas de la ciudad de Chiclayo, nuestro producto tendría una gran acogida, ya que es un proyecto innovador y no existe otros negocios que ofrezcan una carta amplia de los distintos sabores que pueden llegar a existir en nuestra empresa Empanadas Rellenas “LA TRADICIÓN”.
- Tras el análisis que hemos realizado, podemos deducir que nuestro producto logra alcanzar al 98% de la población que ha sido encuestada de manera que su rango de consumo sería una vez por semana, de manera que esto generaría en un impacto considerable al poder atraer nuevos clientes cada semana.
- La mayoría de las personas encuestadas nos mencionan que han tenido un déficit lo que es los medios para pedir sus productos de manera que nos gustaría implementar diferentes canales de atención para nuestros clientes, de modo que estos no se vean perjudicados y puedan sentirse a gusto tanto con nuestros productos y con nuestra atención al cliente.
- Con respecto a las investigaciones de mercado que hemos realizado podemos decir que los comportamientos que queremos tener es que nuestros productos tengan una buena calidad, sabor, seguridad, inocuidad y de manera muy importante el servicio al cliente.
- Con respecto al tema de calidad, este es un punto muy importante dentro de nuestro plan de negocios ya que nos ayudará considerablemente a mantenernos dentro del mercado es decir que se verá a través de nuestra competitividad pues tratamos de satisfacer la demanda y expectativas de nuestro cliente.

- Según nuestro margen de localización para la producción tendría que ser en lugar estratégico donde sea visible a nuestros comensales como también debemos saber que este nos ayudará en el progreso y en la ubicación para mayor accesibilidad a todos como a la materia prima y la cercanía para nuestros trabajadores.
- En el área legal nos conformamos como una empresa S.A.C. que se encontrara registrada como MYPE, de manera que trabajaremos formalmente para no poder causar algún inconveniente a nuestros trabajadores como también a nuestros clientes.
- En nuestra visión tenemos que para el año 2026 tenemos que consolidarnos y ser una empresa líder en el sector chiclayano.
- Con respecto al cronograma de actividades nos ha servido para planificar nuestro calendario de actividades y de trabajo, de esa manera estaremos más organizados para que nuestro negocio día a día pueda prosperar hasta encontrarse como líder ya que se debe relacionar con nuestra visión de proyección a unos 3 años.
- Tal y como hemos podido apreciar en lo que refiere el estudio de mercado nos ayudó a poder generar nuestros balances y un análisis profundo del producto que ofreceremos, así como también formular nuestro objetivo fundamental para la realización de nuestro negocio.
- En la competencia que se pueda generar podemos analizar que se encuentra fragmentada ya que la mayoría de negocios pueden ofrecer lo similar, además vemos que hay diferencias por el modelo de negocio ya que estas se basan a ofrecer claramente a la venta de diferentes comidas y bebidas, por ello, no contamos con competidores directos específicos ya que en este negocio tenemos como idea principal satisfacer las necesidades

con un producto de calidad, presentación y sabores en variedad como se ha podido observar en el capítulo IV.

- De manera general, nuestro producto puede ser innovador de modo que a través de nuestras redes sociales que se desarrollará se tomará el pedido de manera rápida, segura y eficaz, de esta forma, las posibles competencias que puedan verse en el rubro gastronómico en el área de empanadas se verá opacada gracias a la calidad y competitividad de nuestros trabajadores.
- Nuestro producto se verá caracterizado de manera que será reconocido para nuestros diferentes clientes, también queremos lograr que se encuentre reconocido por la visión que como empresa hemos generado de modo que ello queda en función y labor de todos los que lo conformamos, tanto como inversionistas o socios y trabajadores.
- Como resultado obtenido de los cálculos realizados con proyección a 5 años, se proyecta que el negocio es viable ya que se obtuvo un TIR mayor al COK y un VAN positivo. Por lo tanto, nuestro proyecto es más atractivo para los inversores que quieren participar en la marca.

Recomendaciones

- Mejorar el diseño de las empanadas que no sean como la presentación clásica, de manera que también se deben considerar las condiciones sociales que influyen en nuestro plan de negocios donde se desarrollará por las partes que están incluidas en nuestro staff de personal.
- Desarrollar una lista de proveedores e implementar una política para estos mismos, de modo que será la mejor base para la práctica de nuestro negocio que se desarrollará de manera constante con las empresas que irán de la mano desde el inicio brindándonos productos de calidad y conformidad.
- Mejoras en nuestro personal, capacitación constante para la elaboración de un mejor producto de manera que también puede ser capacitación mensual a nuestro personal de atención al cliente para considerarnos dentro de las empresas con mejor clima laboral y de atención al cliente.
- Mejorar nuestro ambiente de trabajo de manera que, al momento de expandirse mucho más, necesitaremos implementar otro local de producción como también contar con más personal, de modo que todo esto se llevara con una capacitación y se seleccionara a las personas que según nuestros criterios de evaluación sean aprobados.
- Ampliar el alcance del marketing para lograr ser reconocidos no solamente en Chiclayo si no a nivel nacional, más allá de los otros sectores que pueden influenciar como los tecnológicos, es decir, que nuestro negocio no va con visión de colocarse con insumos industrializados si no que sea un producto de calidad, de manera que podemos agregar que si se necesita contar con las publicidades necesarias trataremos de evaluar a nuestro

público para poder lograr saber cómo podemos llegar mucho más a ellos, quizá no solamente por redes sociales, si no también puede ser la televisión local, así mismo obtendremos más vistas en nuestras redes.

Referencias Bibliográficas

- (2014). Declaración Jurada Para Licencia De Funcionamiento. SATCH.
https://satch.gob.pe/satch/files/om/2014/om_007_2014_mpch_formato_4207.pdf
- (2021). Compras por internet 2021. IPSOS Perú. <https://www.ipsos.com/es-pe/compras-por-internet-2021#:~:text=Existen%207.1%20millones%20de%20adultos,compradores%20en%20la%20siguiente%20infograf%C3%ADa.&text=El%20estudio%20tiene%20como%20principal,de%20los%20compradores%20en%201%C3%ADnea>.
- (2021). Perfiles Socioeconómicos del Perú 2021. IPSOS Perú. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>
- (2021). Plan de desarrollo concertado de la provincia de Chiclayo. Acuerdo municipal.
https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/1396/PLAN_1396_Propuesta_Del_Plan_De_De_sarrollo_Concertado_De_La_Provincia_De_Chiclayo_2010_-_2021_2011.pdf
- (2022). ¿Tienes trabajadores? conoce los beneficios de estar en el régimen laboral especial (remype). MYPES.PE. <https://mypes.pe/noticias/tienes-trabajadores-conoce-los-beneficios-de-estar-en-el-regimen-laboral-especial-remype>
- (2022). Alojamiento y restaurantes registró una mayor alza. El peruano.
- (2022). Economía peruana creció 2,86% en enero del 2022. La Cámara.
<https://lacamara.pe/economia-peruana-crecio-286-en-enero-del-2022/>
- (2022). El dólar sube más del 1 % en Perú tras una nueva crisis en el Gobierno de Castillo. EFE Noticias. <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-dolar-sube-mas-del-1-en-peru-tras-una-nueva-crisis-gobierno-de-castillo/20000011-4730751>

(2022). Legislación laboral de la micro y pequeña empresa MYPE [Entrada de blog]. Nubecont.

<https://nubecont.com/blog/2022/legislacion-laboral-de-la-micro-y-pequena-empresa-mype>

(2022). Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2022. El Peruano.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/valor-de-la-unidad-impositiva-tributaria-durante-el-ano-2022-decreto-supremo-no-398-2021-ef-2026383-10/>

Aranda Castillo, Ana. (2018, 10 de abril). Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia. Recuperado el 3 de mayo de 2022 de

<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mercado%2C%20tambi%C3%A9n,personalizados%20a%20las%20audiencias%20correctas.>

Arellano Cueva, Rolando (1996). Los seis Estilos de Vida. Recuperado el 3 de junio de 2022 de

<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

Bertran Prieto, Pol. Contaminación del medio ambiente. Recuperado el 12 de junio de 2022 de

<https://medicoplus.com/ciencia/contaminacion-basura>

Carhuavilca, Bonett, Dante. (2022, enero). Producción nacional. INEI informe

https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/03-informe-tecnico-produccion-nacional-ene-2022.pdf

Cuba, Elmer. (2022, 14 de marzo). Los riesgos macro en 2022, Economía peruana. La gestión.

<https://gestion.pe/opinion/los-riesgos-macro-en-2022-economia-peruana-noticia/?ref=gesr>

Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (2020, 1 de septiembre). Estrategia de marketing mix: qué son las 4 P's y cuáles son sus objetivos. Blog de Zendesk.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/>

Elevación digital. (2019, 5 marzo). Tipos de Empresas: SAC y EIRL.

<https://elevaciondigital.pe/blog/tipos-de-empresas-sac-eirl-peru/>

Guzmán, Carlos. (2018, 26 septiembre). Tendencias de consumo en la industria de alimentos y bebidas. La economía PQS. <https://pqs.pe/actualidad/economia/cinco-nuevas-tendencias-de-consumo-en-la-industria-de-alimentos-bebidas/>

[https://elperuano.pe/noticia/141418-economia-crecio-28-en-enero-y-supero-](https://elperuano.pe/noticia/141418-economia-crecio-28-en-enero-y-supero-expectativas#:~:text=En%20enero%20del%202022%2C%20la,Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20(INEI).)

[expectativas#:~:text=En%20enero%20del%202022%2C%20la,Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20\(INEI\).](https://elperuano.pe/noticia/141418-economia-crecio-28-en-enero-y-supero-expectativas#:~:text=En%20enero%20del%202022%2C%20la,Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20(INEI).)

INEI. (2017). Información departamental censos. Reporte.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1898216/Lambayeque_Informaci%C3%B3n%20Territorial%20Completo.pdf

INEI. (2018). Crecimiento y distribución de la población, 2017. Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf

INEI. (2018). Crecimiento y distribución de la población, 2017. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1673/libro.pdf

- INEI. (2018). Población Económicamente Activa, Lambayeque. https://seesac-my.sharepoint.com/personal/fruabad_zegelipae_pe/Documents/Archivos%20de%20chat%20de%20Microsoft%20Teams/14TOMO_01.pdf
- InfoCasas. Alquiler De Local Comercial En Chiclayo. <https://www.infocasas.com.pe/alquiler-de-local-comercial-en-chiclayo/187215561?a>
- Jara, Luciano. (2015, 03 de noviembre). Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria. Revista Observatorio Económico Social UNR. <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/#:~:text=La%20capacidad%20instalada%20es%20el,equipos%20de%20producci%C3%B3n%2C%20instalaciones%2C%20recursos>
- Macera, Diego. (2017, Julio). La esencia de la formalidad es que ayude a la productividad de los trabajadores. Revista de la Cámara de Comercio. <https://www.ipe.org.pe/portal/la-esencia-de-la-formalidad-es-que-ayude-a-la-productividad-de-los-trabajadores/>
- Martinez Molera, Laura. (2021, 02 de abril). Matriz de Ansoff: qué es y cómo aplicarla. [HubSpot Blog]. <https://blog.hubspot.es/marketing/matriz-ansoff>
- Ministerio de Salud. (2010). Certificación y Registro Sanitario. <http://www.digesa.minsa.gob.pe/DHAZ/certificacion.asp>
- Ministerio de Salud. (2018, 07 de septiembre). Norma sanitaria para restaurantes y servicios a fines (minsa-dijesa). http://www.digesa.minsa.gob.pe/NormasLegales/Normas/RM_822-2018-MINSA.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2011, 07 octubre). Regístrate en el REMYPE - Registro de Planillas de Pago. <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/registrese-en-el-remype/registro-de-planillas-de-pago/#:~:text=Una%20solicitud%20de%20autorizaci>

Municipalidad Provincial De Chiclayo. Texto Único De Procedimientos Administrativos – Tupa.

<https://www.munichiclayo.gob.pe/portalcix/verArchivo/Norma-Legal/S1RibkcyZTB4ZURtZmthWFRUV2JJQT09/>

Nicole Roldan, Paula. (2017, 29 de junio). Matriz de Ansoff. Economipedia.com.

<https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-ansoff.html>

Organización internacional del trabajo. (2017, enero). Formalización de las empresas.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022, 08 mayo). Registrar o constituir una empresa. <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2018, 05 setiembre). Elaboración de Escritura Pública. <https://www.gob.pe/274-registro-o-constitucion-de-empresa-elaboracion-de-escritura-publica>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2021, 01 febrero). Elaborar un acto constitutivo (minuta). <https://www.gob.pe/272-registro-o-constitucion-de-empresa-elaboracion-del-acto-constitutivo-minuta>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2021, 04 diciembre). Buscar y reservar el nombre de una empresa en la Sunarp. <https://www.gob.pe/271-registro-o-constitucion-de-empresa-busqueda-y-reserva-de-nombre>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2021, 05 octubre). Registrar una marca.

<https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-o-servicio>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2021, 14 febrero). Abono de capital y bienes.

<https://www.gob.pe/273-registro-o-constitucion-de-empresa-abono-de-capital-y-bienes>

- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022, 14 marzo). Inscripción en Registros Públicos. <https://www.gob.pe/275-registro-o-constitucion-de-empresa-inscripcion-en-registros-publicos>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022, 16 enero). Inscripción al RUC para Persona Jurídica. <https://www.gob.pe/276-registro-o-constitucion-de-empresa-inscripcion-al-ruc-para-persona-juridica>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022, 27 junio). Régimen MYPE Tributario – RMT. <https://www.gob.pe/6990>
- Salazar Vega, E. (2021, 30 julio). Inestabilidad política se refleja en precio de alimentos y valor de inversiones. Ojo Público. <https://ojo-publico.com/2919/inestabilidad-politica-se-refleja-en-precio-de-alimentos-e-inversiones>
- Task, Touch. (2021, 09 de febrero). Delivery creció 250% en el Perú durante la pandemia. La gestión. <https://gestion.pe/economia/servicio-de-delivery-en-peru-crecio-250-durante-la-pandemia-nndc-noticia/?ref=gesr>
- Verona, Jose. (2021, 19 junio). REMYPE: Beneficios laborales para las micro y pequeñas empresas. *La Cámara*. <https://grupoverona.pe/remype-beneficios-laborales-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Anexos

Anexo 1: Encuesta Aplicada

Objetivo: La presente encuesta tiene por objetivo conocer los gustos y preferencias en consumo de empanadas rellenas por los ciudadanos de Chiclayo. Agradecemos su colaboración.

1. ¿Te gustan las empanadas rellenas?
 - A) SI
 - B) NO
2. ¿Con que frecuencia podrías llegar a consumirlo?
 - A) Al menos 1 vez por día
 - B) Al menos 1 vez por semana
 - C) Al menos 1 vez por mes
3. Dentro de los siguientes rangos ¿cuánto es lo máximo que pagarías por una empanada rellena?
 - A) S/ 8.00
 - B) S/ 10.00
 - C) S/.12.00
 - D) S/ 15.00
4. ¿Qué eliges a la hora de comprar una empanada rellena?
 - A) Sabor
 - B) Precio
 - C) Calidad
 - D) Presentación
5. El tamaño actual de empanadas rellenas en el mercado te parece:
 - A) Accesible para el precio (tamaño adecuado)
 - B) Muy pequeña (te quedas con ganas de comer más)
 - C) Apropiado (uno queda satisfecho)
6. ¿Si tuvieras que elegir una empanada, con que relleno te gustaría probar?
 - A) Carne
 - B) Mariscos
 - C) Cabrito
 - D) Ají de gallina
7. ¿A través de que medio o medios le gustaría pedir el producto?
 - A) Teléfono
 - B) WhatsApp
 - C) Página web
 - D) Redes sociales
 - E) Todas las anteriores
8. ¿Cómo o donde le gustaría a Ud. Adquirir el producto?
 - A) En un local
 - B) Delivery a domicilio
 - C) Hacer el pedido y recoger