

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO “NUEVA
AREQUIPA”



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION E INPLEMENTACION
DE UN RESTAURANTE DE COMIDA PARA INSENTIVAR EL
CONSUMO DE LA CARNE DEL CUY EN EL DISTRITO DE YURA
2023**

“NUTRICUY S.R.L”

Para optar el título profesional técnico en Gastronomía y Arte
Culinario

Autores:

Cansaya Peralta, Thalía Estefany

Arenas Arana, Julibee Sonia

AREQUIPA – PERU

2023

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, por la paciencia, el amor y la motivación que me brindan a diario, de seguir adelante y no rendirme. A mi hijo Esteban, para que cada una de mis metas alcanzadas le quede como ejemplo de vida, que todo lo que te proponga es posible.

Thalía Estefany Cansaya Peralta

El presente trabajo se lo dedico a Dios que siempre está conmigo dándome fuerzas, a mis dos hijas que son la luz de mis ojos siendo motivo de orgullo, y a mi compañero de vida que siempre estuvo apoyándome desde mis inicios.

Julibee Sonia Arenas Arana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme acompañado y darme perseverancia, para poder alcanzar mis metas, a mis padres por su apoyo incondicional, a mis profesores por inculcarme sus sabios consejos

Thalia Estefany Cansaya Peralta

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto, tiene como objetivo demostrar la viabilidad de la creación e implementación de un restaurante de comida saludable denominada “El Papi Cuy Arequipeño”, donde incentivaremos el consumo de la carne de cuy, ya que es beneficioso para la salud, siendo fuente de proteínas, hierro, y vitamina B12, posicionándola así, como un alimento dietético.

Brindaremos platos innovadores, tales como: Escabeche de cuy, Caldo de cuy, Consomé de Cuy, Estofado de cuy, Pepián de cuy, Picante de cuy, etc. Basándonos en nuestra cultura gastronómica, en las cuales utilizaremos insumos de primera calidad.

El papi cuy Arequipeño, estará ubicado en el Departamento de Arequipa, Distrito de Yura, a un costado, del parque LOS CORITOS II, al ser este un lugar con Mayor afluencia de personas. El diseño interior del restaurante será cómodo y acogedor, el cual estará decorado con elementos representativos de la provincia de Arequipa.

Este proyecto surge, por la necesidad de concientizar a la población Arequipeña, el consumo de alimentación saludable, Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), hacer ejercicio y alimentarse de manera balanceada, ayuda en la prevención de enfermedades cardiovasculares, cáncer y diabetes, además de que reduce los síntomas de depresión y ansiedad, mejorando las habilidades de razonamiento, juicio y aprendizaje, eso hace que sea más factible la elaboración de este proyecto.

Donde destacaremos, por ser eficiente en la calidad de nuestros productos y servicio, priorizando el cuidado de la salud, a través de nuestras preparaciones nutritivas y se encuentre al alcance del consumidor.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
I.DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:	2
1.1. Nombre del negocio	2
1.2. Descripción de la empresa:	2
1.3. Ubicación – localización:	3
1.4. Objetivo general.....	5
1.5. Justificación de la idea del negocio	5
II. PLAN ESTRATEGICO.....	6
2.1 Modelo de Negocio.....	6
2.2 Identidad del Negocio:	7
2.3 Análisis Pestel.....	8
2.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter:.....	9
2.5 Cadena de valor	12
2.6 Análisis FODA	13
2.7 Estrategia del plan de negocio	18
2.8 Objetivos smart.....	18
2.9 Productos innovadores.....	18
III. ESTUDIOS DEL MERCADO Y MARKETING	19
3.1. Análisis del mercado	19
3.2 Análisis de variable marketing.....	21
3.3 Plan de marketing.....	22
IV. PLAN OPERATIVO	23
4.1 Diseño del proceso de producción.....	23
4.2 Descripción del proceso productivo	25
4.3 Diseño y flujograma	26
4.5 Aprovisionamiento y logística	29
4.6 Layout del negocio	30
4.7 Plan de operaciones	30
V. PLAN DE GESTIÓN Y RECURSOS HUMANOS	32
5.1 Estructura organizacional	32
5.2 Filosofía y estructura organizacional.....	32
5.3 Cuadro de puestos	33
5.4 Descripción y especificación de cada puesto	34
5.5 Planificación estratégica de los recursos humanos	34

5.6 Descripción de los procesos principales.....	35
VI. PLAN FINANCIERO	37
6.1 Análisis de costo	37
6.1.1 Costos fijos y variables, directos e indirectos	37
6.1.2 Cuadro de gastos administrativos y gastos de venta	40
6.1.3. Cuadro de pago de impuestos (impuestos a la renta)	42
6.2. Presupuesto	43
6.2.1. Presupuesto de ingreso	43
6.2.2. Presupuesto de ventas	45
6.2.3. Costo de producción	47
6.2.4. Presupuesto de costos de ventas	50
6.2.5. Presupuesto de gastos administrativos	50
6.2.6. Presupuesto de inversión	53
6.2.7. Presupuesto de tributos (IGV)	55
6.3. Punto de equilibrio	58
6.4. Detalle de inversión	59
6.5. Flujo de caja proyectado	64
6.5.1. Flujo de caja proyectado	64
6.5.2. Evaluación de la inversión del VAR Y TIR	67
VII. CONCLUSIONES	69
VIII. REFERENCIAS	70
IX. ANEXOS	71

INTRODUCCION

En la actualidad optar por la comida saludable es más que una alternativa, en el mundo como también en nuestro país, buscamos tener salud creando algunos cambios en nuestros hábitos alimenticios, todo esto a raíz del consumo desmedido de alimentos altos en calorías con bajo aporte nutricional afectando directamente en el aumento de enfermedades. En el presente plan de negocios ofrecemos una solución que buscara revalorizar la carne de cuy, que era estimada desde nuestros ancestros y hoy siendo una propuesta que abre una oportunidad en el mercado con la ampliación de nuestra cultura gastronómica, innovando en la presentación de nuevas recetas y variadas presentaciones de cocción como puede ser al vapor, hervido, al horno con la finalidad de que no pierda su alto valor nutritivo.

Su alto nivel proteico, con relación a otros animales, lo hace un alimento indispensable para la comunidad, especialmente campesina y sectores urbanos de estratos bajos. Su carne tiene bajos contenidos de colesterol y grasas perjudiciales, lo que hace que sea un producto muy alimenticio para la salud (Gustavo Medrano Garzón, 2004).

Sabemos que la ingesta de alimentos variados es recomendable para recibir todo tipo de nutrientes, teniendo en cuenta que nuestra alimentación es tradicional y poder motivar el consumo de la carne de cuy, además, refuerza el sistema inmunológico, combate la anemia, previene el cáncer por contener una enzima llamada Asparaginasa y sus bondades contrarrestan las consecuencias negativas del tratamiento oncológico.

I.Descripción Del Negocio:

1.1. Nombre del negocio

- NOMBRE COMERCIAL: El papi cuy Arequipeño
- RAZON SOCIAL: Nutricuy S.R.L

1.2. Descripción de la empresa:

Este plan de negocio es un emprendimiento que tiene como fin incrementar el consumo de la carne de cobayos (cuy) en las familias arequipeñas, la carne de cuy se caracteriza por tener un alto valor nutritivo, ya que posee los aminoácidos esenciales y ácidos grasos esenciales, teniendo un elevado nivel proteico de (19.49%), siendo superior a la carne del porcino (14.1%) y al del bovino (18.8%), esta carne también tiene una alta digestibilidad, es bajo en colesterol y triglicéridos, que son esenciales para el ser humano, (Diario Exitosa, 26-08-2020).

El cuy al ser un animal ancestral andino, ha sido un alimento nutricional, que ha sido llevada por generaciones, en diferentes poblaciones, especialmente de valles interandinos, brindando así beneficios nutricionales. En las ultimas 2 décadas el consumo de la carne cuy se ha venido incrementando en las regiones naturales como: la costa, la sierra y la selva. En la region Arequipa, se han establecido diferentes picanterías que ofrecen los mismos platos, como el cuy chactado y el pepián de cuy.

Es así, como nace “El papi cuy Arequipeño”, este plan de negocio y/o emprendimiento, pretende introducir al mercado el consumo de carne de cuy en su presentación tales como: consomé, caldo de cuy, pepián de cuy, escabeche de cuy, estofado de cuy, etc. Estudios demuestran que la mejor forma de beneficiarse con el alto valor nutricional de la carne de cuy es evitar la cocción en altas temperaturas en aceite vegetal, ya que estos neutralizan el nivel proteico de la carne.

Se pretende vender, ofrecer y distribuir a toda la población, diversas variedades de plato, con sabores creativos causando así nuevas sensaciones en el paladar de las familias Arequipeñas.

Nuestro plan de negocio y/o emprendimiento, estará inscrito en el Régimen RER (Régimen especial de renta), solo lleva 2 registros contables (compras y ventas), emiten todo tipo de comprobantes de pago, solo presentan declaraciones mensuales y no están obligados a presentar declaraciones anuales.

1.3. Ubicación – localización:

1.3.1. Macrolocalización:

El papi cuy Arequipeño, se ubicará en el Departamento de Arequipa, Provincia Arequipa, Distrito Yura.

Tabla 1

Matriz de evaluación “Macrolocalización”

Indicadores/Departamentos	Arequipa	Lima	Puno
Población (Consumo)	5	4	4
Competencia	4	4	3
Alquiler	5	5	4
Suministro de energía	5	4	3
Disponibilidad de agua potable	5	4	3
Vías de acceso	5	5	5
Accesibilidad personal	5	5	2
Total	34	29	24

En la tabla 1, se pueda observar la matriz de evaluación que se realizó, al momento de escoger el lugar donde iba estar ubicado “El papi cuy Arequipeño”, donde el óptimo puntaje lo obtuvo el Departamento de Arequipa.

1.3.2. Microlocalización:

En la tabla 2, se puede observar la matriz de la evaluación que se realizó, al momento de escoger el lugar donde será ubicado “El papi cuy Arequipeño”, donde el óptimo puntaje lo obtuvo, el Parque Los Coritos II, en el Distrito de Yura

Tabla 2*Matriz de ubicación, “Microlocalización”*

Indicadores/Departamentos	Ciudad Municipal	Km.16	Parque Los Coritos
Población (Consumo)	3	4	5
Competencia	4	4	5
Alquiler	4	5	5
Suministro de energía	5	4	5
Disponibilidad de agua potable	4	4	5
Vías de acceso	3	5	5
Accesibilidad personal	4	4	5
Total	27	28	35

Figura 1*Ubicación exacta de “El papi cuy Arequipeño”*

Nota. Las coordenadas de El papi cuy Arequipeño Latitud y longitud -16.2528829, -71.681378

1.4. Objetivo general

Determinar la instalación de un restaurante de comidas saludables, a base de la carne de cuy, con un servicio de eficiencia y calidad, para nuestros consumidores.

1.5. Justificación de la idea del negocio

1.5.1. Necesidad que se pretende resolver

Nuestro plan de negocio pretende incorporar alimentos más saludables, proporcionando los nutrientes necesarios que el cuerpo humano necesita, manteniendo así, un buen funcionamiento del organismo, conservando la salud y minimizando el riesgo de enfermedades.

1.5.2. Descripción el carácter innovador

En este proyecto, nuestro carácter innovador será, presentar diferentes platos arequipeños, con técnicas de preparación, tanto como, guisados y sancochados, a base de nuestro principal ingrediente que será la carne de cuy, brindando así preparaciones saludables para nuestros consumidores.

1.5.3. Justificación económica y financiera

- **Económica:** Se pretende que nuestro negocio sea rentable, ayudaremos económicamente al país, generando puesto de trabajo.
- **Financiera:** Iniciaremos este proyecto con un monto de s/ 26.000 nuevos soles, donde pondremos un capital de S/ 16.000 nuevos soles y lo que falta, solicitaremos un préstamo del banco, la cantidad de S/10.000 nuevos soles.

II. PLAN ESTRATEGICO

2.1 Modelo de Negocio

Cuadro 1

Modelo canvas

8. Socios claves	7. Actividades claves	2. Propuesta de valor	4. Relación Nuestros Clientes	1. Segmento de nuestros Clientes
Proveedor de insumos Redes Sociales Calidad de servicios	Medios digitales Capacitación del personal Atención de reclamos	Realizar un producto con la eficiencia adecuada en las preparaciones, obteniendo un gran beneficio para el consumidor. Tener una buena calidad de servicio Tener una propia marca	Ofreciendo calidad en nuestras preparaciones, brindando así una atención personalizada.	Dirigidos a personas que vivan en el distrito de Yura- Ciudad de Dios, rango de edades de 15 a 50 años, que pertenezca a un nivel socioeconómico C y D, donde estén dispuesto a probar diferentes tipos de preparaciones a base de la carne de cuy.
	6.Recursos claves		3.Canales	
	Publicidad en redes sociales Contar con infraestructura		Tienda física Utilizar las redes sociales	
9.Estructura de costos			5.Flujos de Ingresos	
COSTOS FIJOS: Alquiler del local, pago de agua y de luz, publicidad. COSTOS VARIABLES: Materia prima e insumos			MODO DE PAGO: Yape, tarjetas o efectivos.	

Se puede observar en el cuadro 1, el modelo canvas del negocio “El papi cuy Arequipeño”, donde detallamos cada punto importante para el desarrollo de nuestra empresa.

2.2 Identidad del Negocio:

2.2.1. Misión:

Somos una empresa que brinda un producto nutritivo, incentivando así, los buenos hábitos alimenticios, a través del consumo de la carne de cuy, satisfaciendo así las necesidades gastronómicas de nuestros clientes ofreciendo eficiencia, calidad e identidad de nuestras preparaciones.

2.2.2. Visión:

Ser el mejor restaurante en el ámbito de la gastronomía, crecer en el mercado y expandirnos a nivel regional, brindando así la información necesaria del beneficio nutricional que posee la carne de cuy.

2.2.3. Valores:

- **Confianza:** Trataremos de crear un vínculo de fraternidad con nuestros clientes, donde ellos se sientan tranquilos al momento de escoger nuestros productos.
- **Puntualidad:** Aplicaremos la eficiencia al momento de ofrecer nuestro producto, hacia nuestros clientes, respetando la hora de entrega, garantizando así, una excelente calidad de servicio.
- **Trabajo en equipo:** Nos organizaremos y coordinaremos, entre todos nosotros, para alcanzar nuestros objetivos y llevar a cabo nuestra misión y visión, de nuestra empresa.
- **Compromiso:** Asumiremos con responsabilidad nuestras funciones que realizaremos en nuestra empresa, alcanzando así la satisfacción de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** Es una cualidad que todos poseemos, ya que esto nos ayuda en nuestra formación integral, respetando así las normas y reglas establecidas en nuestra empresa, para poder lograr un óptimo trabajo en equipo.
- **Honestidad:** Aplicaremos la veracidad en nuestros clientes, al momento de ofrecer e informar nuestros productos.

2.3 Análisis Pestel

2.3.1. Político: El gobierno está en constante cambios e incertidumbre, en donde la falta de costumbres ha metido a la política peruana en un laberinto que cada día se vuelve más tenso y el nivel de corrupción ha subido gradualmente según la Transparencia Internacional, lo cual dificultad tener un ambiente propicio para invertir en algún proyecto. (Inés Santaaulalia, 16 de diciembre del 2020)

2.3.2. Económico: Luego de recuperarse rápidamente de la crisis del COVID-19, el producto bruto interno (PBI) de Perú creció 2,7 % en 2022, apoyándose en el dinamismo del consumo privado y las exportaciones. El consumo estuvo estimulado por las transferencias monetarias del gobierno y los retiros extraordinarios del sistema privado de pensiones. (Banco Mundial, 04 de abril del 2023)

2.3.3. Social: Entre los principales resultados, se revela que bajo una trayectoria de crecimiento anual desfavorable de casi 1,5% en los próximos tres años y 3,3% en el largo plazo, la incidencia de pobreza extrema persiste hasta luego del año 2030. (CEPLAN, 2019)

2.3.4. Tecnológico: La digitalización se ha convertido en una herramienta valiosa para una gran cantidad de empresas dentro del Perú, pues permite que toda clase de compañías puedan conectar de mejor manera con sus clientes. De igual manera, al adaptarse a las tendencias tecnológicas, de ventas y comunicación (Diario La República, 27 de octubre 2022)

2.3.5. Ecológico: El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) pidió acciones "a corto plazo" contra la degradación de las tierras, el desperdicio de alimentos o las emisiones de gases de efecto invernadero del sector agrícola (Diario el comercio, 2007)

2.3.6. Legal: El estado peruano nos da facilidades en la constitución legal de un negocio con bajo impuesto a la renta, Protección de su patrimonio personal frente al patrimonio del negocio y sus riesgos, Mayor credibilidad y presencia en el Mercado, Fácil acceso a productos bancarios y de crédito especiales para personas jurídicas integrada por normas de Derechos de Alimentarios, Protección al consumidor y libre competencia, garantizando el derecho a la alimentación de las personas mediante alimentos inocuos. (SUNARP, 19 de septiembre del 2018)

2.4 Análisis de las 5 fuerzas de Porter:

2.4.1. Amenazas de nuevos entrantes:

Tabla 3

Amenazas de nuevos entrantes del Papi Cuy Arequipeño

Factores Competitivos	Ponderación	Actividad					Resultado Ponderación	Resultado
		1	2	3	4	5		
Diferenciación de los productos	0.2				X		0.8	3.60
Inversiones de capital	0.15				X		0.6	
Lealtad del cliente hacia la marca	0.2					X	1	
Actividad del sector	0.3		X				0.9	
Políticas gubernamentales	1.15	X					0.3	
Resultados	1							Regular

Como se puede observar, en la tabla 3, el resultado que hemos obtenido es regular, tenemos que estar evaluando siempre el mercado.

2.4.2. Poder de negociación de los clientes

Tabla 4

Poder de negociación de los clientes del Papi Cuy Arequipeño

Factores Competitivos	Ponderación	Actividad					Resultado Ponderación	Resultado
		1	2	3	4	5		
Concentración de los clientes	0.20					X	1	3.95
Volumen de compras	0.30				X		1.2	
Identificación de la marca	0.25				X		1	
Información sobre los proveedores	0.15			X			0.45	
Productos sustitutos	1.10				X		0.35	
Resultados	1							Regular

Como se puede observar, en la tabla 4, el resultado obtenido es regular, esto se debe a que nuestra empresa aun no es reconocida, ya que recién se está lanzando como algo nuevo en el mercado.

2.4.3. Poder de negociación de los proveedores

Como se puede observar, en la tabla 5, el resultado es favorable ya que contamos con una gran demanda de proveedores en el ámbito gastronómico.

Tabla 5

Poder de negociación de los proveedores del Papi cuy Arequipeño

Factores Competitivos	Ponderación	Actividad					Resultado Ponderación	Resultado
		1	2	3	4	5		
Concentración de los proveedores	0.15					X	0.75	4.5
Calidad de la materia prima	0.45					X	2.25	
Disponibilidad de los insumos sustituidos	0.18				X		0.72	
Importancia del volumen de los proveedores	0.10			X			0.3	
Costos extras	1.12				X		0.48	
Resultados	1							Bueno

2.4.4. Amenazas de producto sustituto

Como se puede observar, en la tabla 6, el resultado que obtuvimos es bueno. No habrá amenazas en la diversidad ni en la cantidad de los insumos.

Tabla 6*Amenazas del producto sustituto del Papi cuy Arequipeño*

Factores Competitivos	Ponderación	Actividad					Resultado Ponderación	Resultado
		1	2	3	4	5		
Crecimiento de la demanda	0.45				X		1.8	4
Diversidad de sustituto	0.30			X			1.2	
Condiciones de costos	0.15				X		0.6	
Cantidad de insumos	0.10				X		0.4	
Resultados	1							Bueno

2.4.5.Rivalidad Competitiva

Como se puede observar, en la tabla 7, el resultado obtenido es bueno, podemos descartar que por el momento no tendremos competencia con nuestro negocio y/o emprendimiento.

Tabla 7*Rivalidad Competitiva del Papi Cuy Arequipeño*

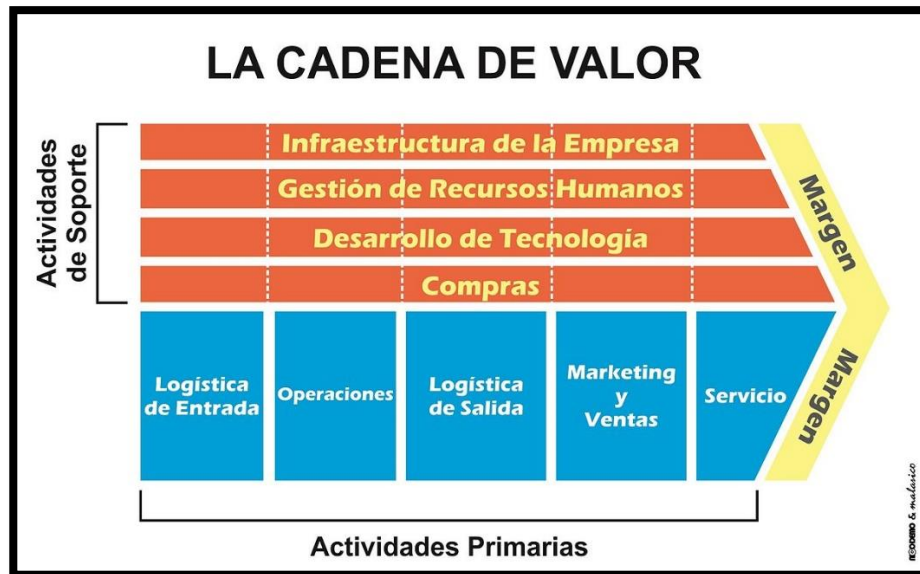
Factores Competitivos	Ponderación	Actividad					Resultado Ponderación	Resultado
		1	2	3	4	5		
Crecimiento de la demanda	0.45				X		1.8	4
Diversidad de sustituto	0.30			X			1.2	
Condiciones de costos	0.15				X		0.6	
Cantidad de insumos	0.10				X		0.4	
Resultados	1							Bueno

2.5 Cadena de valor

Es un modelo de negocio que describe el análisis estratégico, conformado por actividades de soporte, actividades primarias y actividades de apoyo, que nos ayuda a determinar las ventajas competitivas que debe tener nuestra empresa y/o emprendimiento.

Figura 2

Cadena de valores



Nota. Fuente Estructura específica de cadenas de valores (Michael Porter, 2009)

Actividades primarias:

- **Logística interna:** Es la recepción, almacenamiento y manipulación de las materias primas, para la preparación de las comidas
- **Operaciones (producción):** Aquí se da la preparación, presentación y limpieza, para un adecuado control de calidad de toda la producción de los insumos, para su posterior distribución.
- **Logística externa:** Esta actividad no estará muy presente ya que es un producto que no se distribuye fuera del lugar de venta.
- **Marketing y ventas:** Tenemos que realizar mucha publicidad para dar a conocer nuestro dicho restaurant.
- **Servicio:** Este punto ya hace referencia a la post-venta, ya que es el fuerte de este restaurante, brindando así una excelente calidad de servicio a los comensales (mozos, recepción, atención)

Actividades de apoyo:

- Infraestructura de la organización: Es el local en donde funcionara el dicho restaurante.
- Recursos humanos: Debemos de tener, mucho cuidado al momento de la selección del personal, para que labore en el restaurante aplicando así una capacitación constante.
- Desarrollo de tecnología: La utilización de maquinarias en el ámbito de la cocina, para la producción de platos finales.
- Compras: Tenemos que realizar actividades como las compras de servilletas, bebidas, elementos de limpieza, etc.

2.6 Análisis FODA

Es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

2.6.1 Fortalezas:

- Plato innovador
- Brindar un buen servicio
- Facilidad de pago
- Reconocimiento
- Buena ubicación del local

2.6.2 Oportunidades:

- Poca competencia en el sector
- Aceptación en el mercado
- Brindar algo nuevo a los consumidores
- Utilizar productos Arequipeños
- Generar puesto de empleos

2.6.3 Debilidades:

- No hay clientes fidelizados
- Que no conozcan nuestros platos a base de la carne de cuy
- Nuevo estilo gastronómico
- No contar con un local propio
- Nuevos en el rumbo gastronómico

2.6.4 Amenazas:

- Nuevos competidores
- No haya aceptación por parte de los clientes
- Preferencia por otro tipo de servicio
- No contar con suficiente capital
- Entradas de nuevos competidores

2.6.1. Análisis Interno

Tabla 8

Matriz EFI

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado	Total
FORTALEZAS				
Plato innovador	0.10	4	0.40	
Brindar un buen servicio	0.3	4	0.60	
Facilidad de pago	0.3	3	0.9	
Reconocimiento	0.3	3	0.4	
Buena ubicación del local	0.08	4	0.08	2.38
DEBILIDADES				
No hay clientes fidelizados	0.05	4	0.32	
Que no conozcan nuestros platos	0.08	4	0.32	
Nuevo estilo gastronómicos	0.08	1	0.08	
No contar con un local propio	0.05	1	0.05	
Nuevos en el rumbo gastronómicos	0.05	1	0.05	0.82
Total	100			3.20

En la tabla 8, los resultados obtenidos de la Matriz EFI, fortaleza que es 2.38 y de las debilidades que es 0.82, realizamos una suma de ambas, obteniendo un excelente resultado de 3.20, en donde el negocio y/o empresa tiene una posición interna fuerte.

2.6.2. Análisis externo

Tabla 9

Matriz EFE

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado	Total
OPORTUNIDADES				
Poca competencia en el sector	0.10	3	0.36	
Aceptación en el mercado	0.3	2	0.2	
Brindar algo nuevo a los consumidores	0.10	2	0.2	
Utilizar los productos arequipeños	0.10	3	0.3	
Generar puestos de empleos	0.10	2	0.16	1.22
AMENAZAS				
Nuevos competidores	0.08	3	0.45	
No hay aceptación por partes de los clientes	0.09	3	0.24	
Preferencia por otro tipo de servicios	0.08	4	0.4	
No contar con suficiente capital	0.08	3	0.27	
Entradas de nuevos competidores	0.07	4	0.32	1.68
Total	100			2.87

En la tabla 9, los resultados obtenidos de la matriz EFE, oportunidades que es 1.22 y de las amenazas que es 1.68, realizamos una suma de ambas, obteniendo un excelente resultado de 2.87, está capitalizando las oportunidades, evitando las amenazas.

2.6.3. Matriz FODA

En el cuadro 2, podemos observar los siguientes puntos: Estrategia Ofensivas (E-O), Estrategia de Orientación (D-O), Estrategias Defensivas (F-A), Estrategia de Supervivencia (D-A), realizadas a través de la matriz FODA.

Cuadro 2*Matriz FODA (I)*

	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	F1 Plato innovador F2 Brindar un buen servicio F3 Facilidad de pago F4 Reconocimiento F5 Buena ubicación del local		D1 No hay clientes fidelizados D2 Que no conozcan nuestros platos D3 Nuevos estilos gastronómicos D4 No contar con un local propio D5 Nuevos en el rumbo gastronómicos	
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F-O		ESTRATEGIAS D-O	
O1 Poca competencia en el sector O2 Aceptación en el mercado O3 Brindar algo nuevo a nuestros consumidores. O4 Utilizar productos Arequipeños. O5 Generar puesto de empleos	F1 F2 F3 F4 F5 01	Se brindara un plato innovador, utilizando productos arequipeños con la finalidad de brindar un buen servicio, con una facilidad de pago, para así poder lograr, una aceptación en el mercado, ofreciendo algo nuevo a los consumidores	D1 D2 D3 O1 O2 05	Al no contar con clientes fidelizados, nos da la oportunidad de ofrecer un producto innovador logrando así una aceptación en el mercado.

Cuadro 3*Matriz FODA (II)*

AMENZAS	ESTRATEGIAS F-A		ESTRATEGIAS D-A	
A1 Nuevos competidores A2 No haya aceptación por partes de los clientes A3 Preferencia por otro tipo de servicio A4 No contar con suficiente capital A5 Entradas de nuevos competidores	F3 F4 A1 A2 A5	Nuestra propuesta de innovación en nuestro producto, nos dará una ventaja sobre nuestros competidores, además de nuestra calidad de servicios, nos convertirá como opción de preferencia por parte de nuestros consumidores.	A1 A2 A5 D1 D5	El desconocimiento de nuestros productos, por parte de nuestros consumidores, será un factor negativo con lo que respecta a nuestros ingresos, pero nuestra innovación, incrementara de poco a poco, en el mercado competitivo.

Como se podrá observar en el cuadro 3, es la continuación del cuadro 2 de la matriz FODA, donde detallamos las amenazas y las estrategias que posee nuestro negocio y/o emprendimiento El Papi Cuy Arequipeño.

2.7 Estrategia del plan de negocio

- Brindar información a nuestros clientes sobre nuestros productos y sus beneficios nutricionales que este posee.
- Contar con redes sociales activas para poder realizar nuestras promociones y oferta de nuestro producto.
- Brindar una carta virtual donde puedan ver nuestros productos y sus descripciones nutricional, dando una facilidad a nuestros clientes, a través de nuestro delivery.
- Además de brindar un ambiente tranquilo y una atención eficiente y eficaz.

2.8 Objetivos smart

- Obtener aceptación por parte de nuestros clientes, en un plazo de 5 meses.
- Lograr alcanzar la meta de vender 60 platos al día.
- Tener un excelente personal capacitado en el rubro del marketing, para poder promocionar nuestros excelentes productos.

2.9 Productos innovadores

- Alimentos de alto valor nutritivo
- Calidad de precio y producto
- Utilizaremos productos orgánicos

III. ESTUDIOS DEL MERCADO Y MARKETING

3.1. Análisis del mercado

Analizando el mercado, y el lugar donde será ubicado nuestro proyecto y/o negocio, se concluyó que casi la mayoría de restaurante, ofrece el mismo producto, basándose en la comida tradicional, es ahí donde nosotros buscamos una diferencia, ofreciendo no solo un servicio de calidad, sino también un producto innovador, dando un porcentaje de 50 %, que este negocio sea aceptado en el mercado.

3.1.1. Investigación y desarrollo del producto


Nuestro negocio El papi cuy Arequipeño, ofrece brindar platos innovadores, donde resalta el valor nutricional que nos brinda la carne de cuy, que el cuerpo humano necesita, a través de ello, nosotros reduciríamos la anemia u otras enfermedades, fortaleciendo el sistema inmune de nuestro organismo, lo platos que brindaremos se basara en la elaboración del consomé, donde aplicaremos nuevas técnicas de preparación.

3.1.2 Perfil de los clientes

El perfil del cliente que busca llegar este negocio y/o empresa tienen características que nos ayudaran a identificar patrones y diferenciar sus necesidades, a continuación se muestra un buyer persona.

Cuadro 4

Buyer del cliente Mario

Soltero		Aspectos relevantes
Datos demograficos		<ul style="list-style-type: none"> • Persona amigable • Busca formarse profesionalmente • Le gusta el deporte
Canales de comunicación	¿Que le podemos ofrecer?	Intereses
<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Instagram • Twiter • Wasthapp 	Un producto nutritivo e innovador, que ayude a desempeñar un buen rendimiento físico, brindando así una excelente calidad de servicio.	Le gusta los productos nutritivos y platos innovadores.

3.1.3. Segmento del mercado

- **Geografica:**

Ubicación: personas que vivan en el Departamento de Arequipa, que residan en la provincia de Arequipa, en el Distrito de Yura y en el distrito de Cerro Colorado, ya que el negocio sera ubicado en APIPA, a lado del parque los coritos

- **Demograficamente:**

Edad: personas entre 20 a 50 años

Ciclo familiar: familia con/sin hijos

Sexo: hombres y mujeres

- **Psicografica:**

Somos un negocio dedicado a un publico en general, que esta dedicado para 3 sectores socioeconomicos, ya que nuestros precios son bajos y accesibles para cualquier persona, pero nos enfocaremos en el nivel socioeconomico C, ya que cumple con el perfil del cliente alo que nos estamos efocando.

3.1.4 Análisis de la competencia

3.1.4.1 Competidores directos:

- Restaurante Doña Sabor
- Restaurante Saborcito De Mi Tierra

3.1.4.2 Competidores indirectos:

- Picanteria La Fortaleza
- Picanteria El Cholo Pampeño
- Picanteria El Rinconcito Del Sabor
- Picanteria El Papi Cuy

3.1.5 Ventaja competitivas

- Seremos la primera empresa en poner un negocio basado en el producto principal, la carne de cuy.
- Ofreceremos productos innovadores, y saludables.
- Brindando un producto de calidad, donde el precio sea accesible para nuestro consumidor.

3.1.6 Proyección de demanda potencial

Observando la tabla 10, al momento de segmentar a nuestro público, nos quedamos con un total de 34.557 personas, siendo este mi mercado potencial

Tabla 10

Proyección de demanda potencial

Variable de segmentación	Características	Datos	Fuente de información	Resultados
Geográficos	Distrito de Yura	100%	INEI 2022	99824
Edades	20 - 50 años	55%	Gerencia regional de salud Arequipa	108.875
Nivel Socioeconómico	Sector C	69%	MarketReport marzo 2022 (CPI.I)	75.124
Estilo de vida	Saludable	46%	Estilos de vida según Arellano	34.557

3.2 Análisis de variable marketing

3.2.1 Producto

El producto básico de “EL PAPI CUY AREQUIPEÑO S.R.L”, es ofrecer un servicio de restauración. Este servicio está dirigido para el público en general, para aquellas que están dispuesto a disfrutar de preparaciones nutritivas y saludables, destacando principalmente, nuestros platos innovadores a base de la carne de cuy.

3.2.2 Precio

El precio de nuestro platos, se establecerá, teniendo en cuenta las posibilidades del mercado acerca de los insumos. Será, un promedio de 20 a 50 soles, donde esté al alcance económico de nuestros clientes.

3.2.3 Plaza

Nuestras plazas, para llegar a nuestros clientes serán, el uso de las redes sociales, tales como: Facebook, Instagram, Tik Tok, etc. A través de ella, brindaremos esa confianza duradera a nuestros clientes, donde ellos se sientan

a gusto con su inversión, al comprar nuestros productos. También haremos uso de las aplicaciones de delivery.

3.2.4 Promoción

Incentivaremos a nuestros clientes, a través de la promociones, descuentos y pequeños regalos, que realizaremos en nuestro lugar de trabajo, para ello contaremos con nuestras herramientas, que son las redes sociales y el buen manejo del marketing a través de nuestras publicidades, con la finalidad de hacer sentir al cliente especial.

3.3 Plan de marketing

Al momento de realizar una planificación, no solo estamos haciendo publicidad, estamos construyendo un camino para que nuestro proyecto alcance la meta, de ser reconocido en el mercado, por nuestros platos nutritivos e innovadores, teniendo en cuenta la oferta y la demanda.

IV. PLAN OPERATIVO

4.1 Diseño del proceso de producción

4.1.1 Insumos

Tabla 11

Insumos de cocina

INSUMO	PRECIO (S/.)	CANTIDAD	UNIDAD
Cuy	S/ 17.00	10	Unidad
Papa	S/ 2.50	5	KI
Arroz	S/ 3.50	3	KI
Zanahoria	S/ 1.50	2	KI
Coliflor	S/2.50	1	KI
Vainitas	S/2.50	2	KI
Cebolla	S/ 2.00	1	KI
Ajo	S/ 6.00	250	Gr.
Alverjas	S/ 3.00	1	KI
Fideos	S/2.50	2	KI
Ají Panca	S/8.00	400	Gr.
Ají Mirasol	S/9.00	400	Gr.
Trigo	S/16.00	2	KI
Manteca de cerdo	S/53.00	1	KI
Aceite	S/18.00	2	Litros
Vinagre	S/5.00	1	Litro
Queso	S/22.00	2	Moldes
Pasas	S/14.00	1	KI
Leche	S/10.00	4	Litros

En la tabla 12, se puede observar los insumos que utilizaremos, para las

preparaciones diarias del negocio y/o emprendimiento “El Papi cuy Arequipeño”

4.1.2 Materia prima

Como se observar en la tabla13, tenemos los instrumentos que necesitará para nuestro negocio y/o emprendimiento “El papi cuy Arequipeño”

Tabla 12

Materia prima

ENSERES	Cant.	Precio de Venta unitario con IGV
Espátulas de acero	02	S/4.90
Coladores de acero	01	S/9.00
Tablas de picar	04	S/18.00
Pinzas	02	S/31.00
Cuchillos	05	S/45.50
Dispensador	02	S/258.00
Sartenes	03	S/90.00
Ollas	02	S/14.80
Cubiertos (x12)	05	S/320.00
Servilletero	08	S/8.00
Manteles	08	S/52.00
Extintor	02	S/75.00
Botiquín	01	S/35.00
Guantes de látex (x 100)	01	S/14.00
Mascarilla (x 100)	01	S/9.00
Cofias (x 100)	01	S/9.00
Gas (10 kg)	01	S/40.00

Como se podrá observar en la tabla 12, es la continuación de la tabla 12, de los instrumentos que necesitara nuestro negocio y/o emprendimiento El papi cuy Arequipeño.

4.1.3 Materiales

Tabla 13

Artículos de limpieza

ARTICULOS DE LIMPIEZA	Cant.	Precio de Venta Unitario con IGV
Escobas	03	S/. 10.00
Recogedores	03	S/. 5.00
Trapeadores	03	S/. 5.00
Balde	03	S/. 5.00
Paños Amarillos	01	S/. 12.00
Paños Absorbentes	01	S/. 10.00
Escobilla De Baño	02	S/. 4.50
Desatorador	01	S/. 5.00
Tachos De Basura Cocina	03	S/. 20.00
Tachos De Basura Baño	02	S/. 12.00

En la tabla 13, podemos observar la lista de nuestros materiales de limpieza, que poseerá nuestro negocio y/o emprendimiento “El papi cuy Arequipeño”

4.2 Descripción del proceso productivo

- Recepción de materia prima e insumos: Recepción de nuestra materia prima.
- Pesado de la materia prima e insumos: Pesar y porcionar los insumos.
- Lavado y desinfectado: Lavar y desinfectar los insumos que lo requieran.
- Pelado o picado: Pelar y/o picar los insumos convenientes.
- Marinado: Marinar proteínas y/o carbohidratos que se requiera.
- Cocción: Blanquear, cocer al vapor, hervir y sellado del producto.
- Emplatado: Reunir los insumos necesarios para la presentación final.

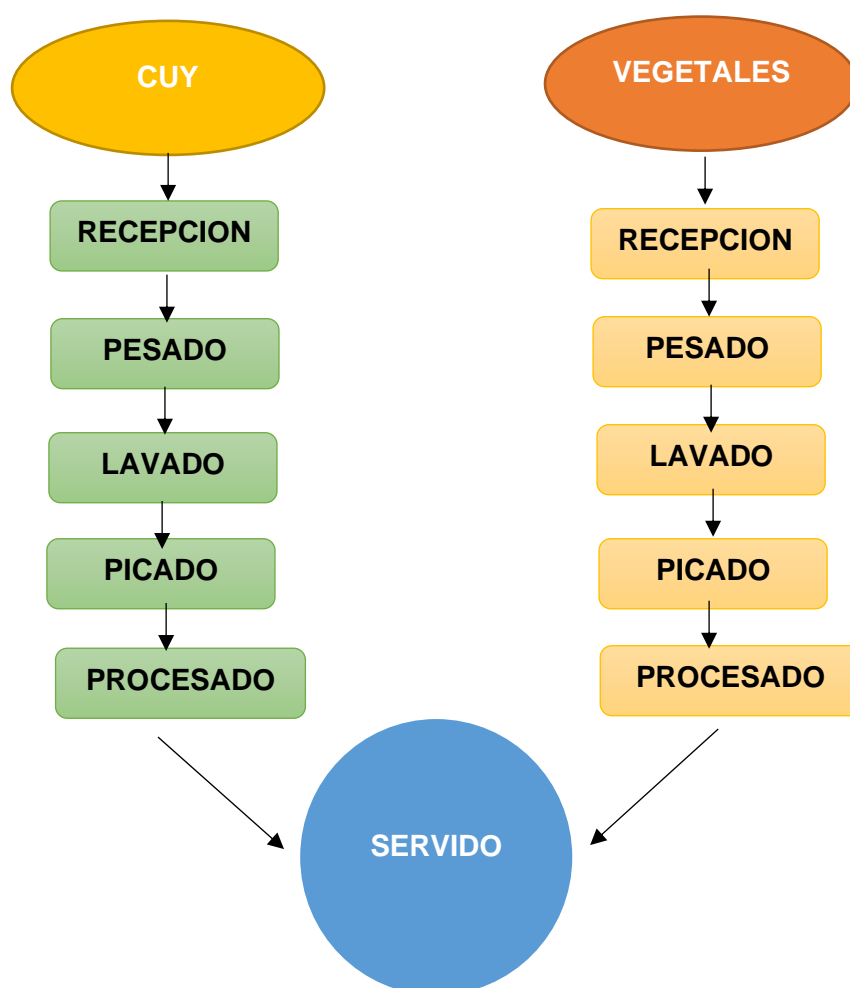
4.3 Diseño y flujograma

4.3.1 Flujograma de proceso de producción

En la figura 3, podemos observar el flujograma del proceso de producción que se realizara en nuestro negocio, donde procederemos a realizar la recepción del producto, el pesado, el lavado, el picado, el procesado y posteriormente el servido, teniendo en cuenta el cuidado higiénico, evitando la contaminación cruzada, garantizando una excelente inocuidad en los alimentos.

Figura 3

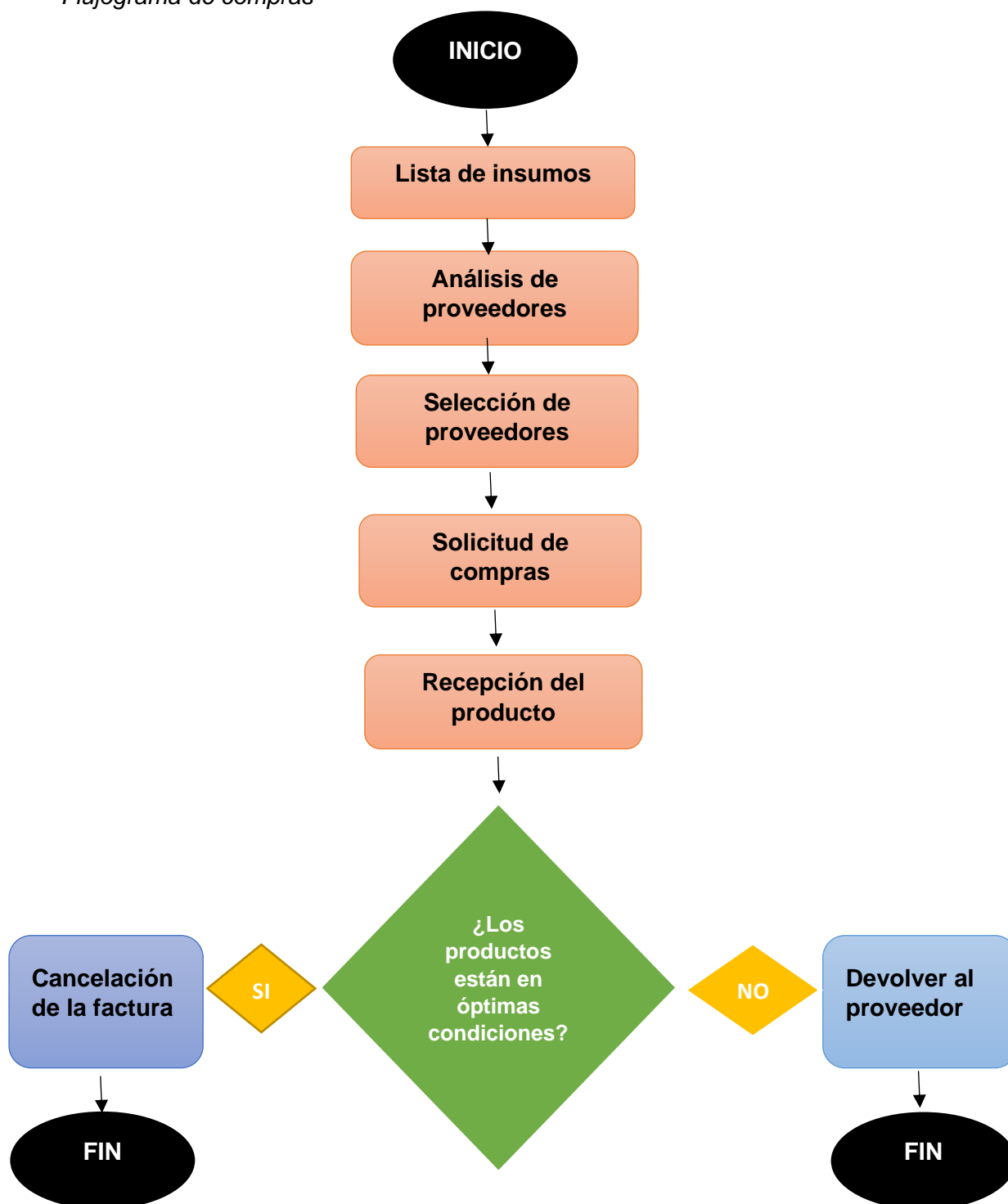
Flujograma de proceso de producción



4.3.2 Flujograma de compras y abastecimiento

Figura 4

Flujograma de compras

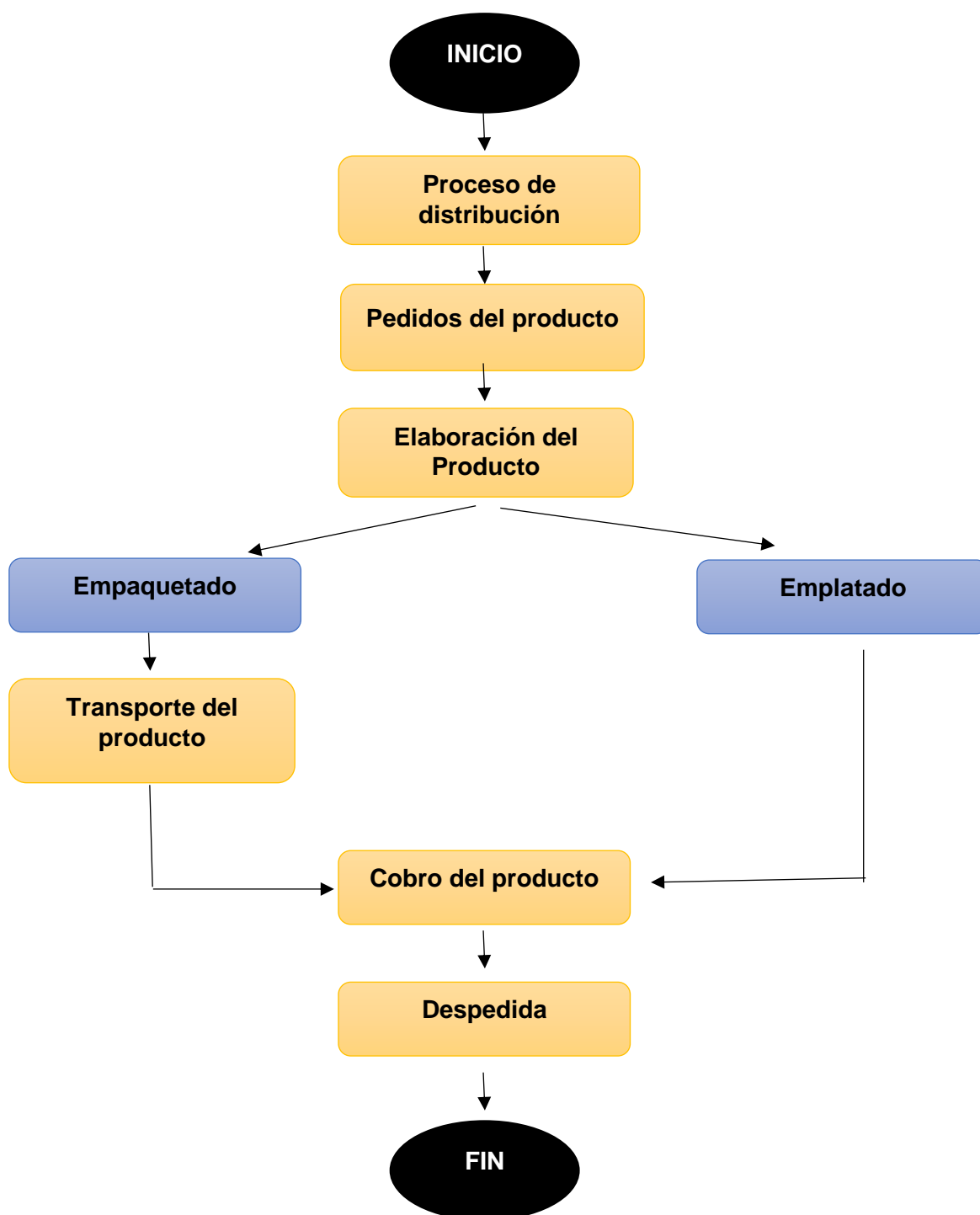


En la figura 4, podemos observar el flujograma de compras, que será aplicada en nuestro negocio “El papi cuy Arequipeño”

4.3.3. Flujograma de servicio y pedido

Figura 5

Flujograma de servicio y pedidos



Como se puede observar en la figura 5, está la elaboración del flujograma de servicio y pedido que será aplicada en nuestro negocio.

4.4 Capacidad de producción

En la tabla 14, podemos ver que el porcentaje que nosotros queremos abarcar de la proyección al año de los insumos, serán utilizados en nuestro negocio y estará conformado de la siguiente manera.

Tabla 14

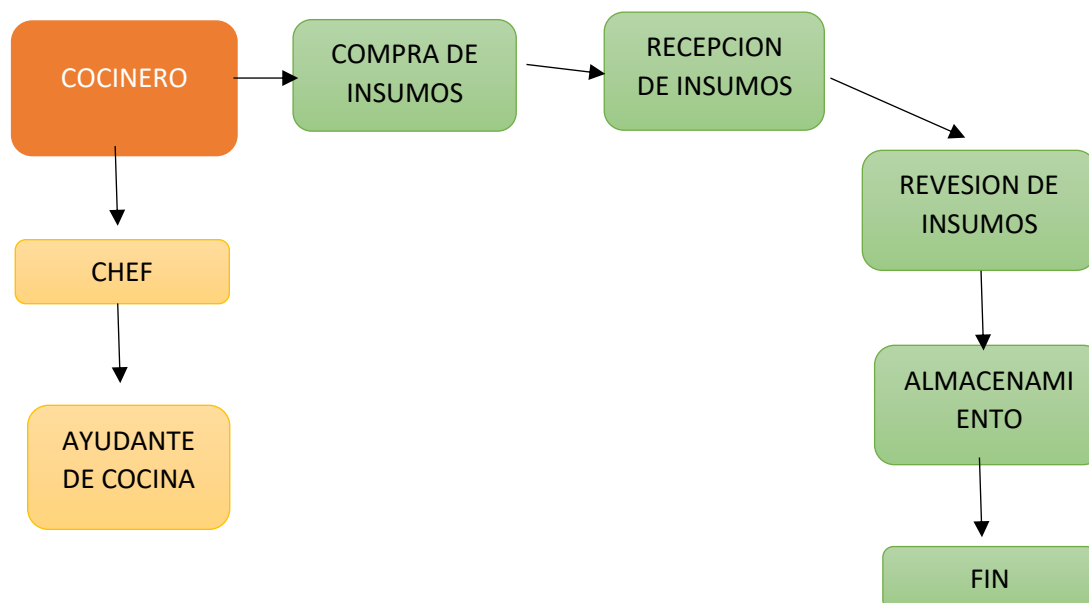
Capacidad de producción al año

Años	Año 1	Año 2	Año 3
Proyección de demanda	900	1049	1230
Consumo promedio (Anual)	12 meses	12 meses	12 meses
Platos (unidades)	11.300	12.200	13.700

4.5 Aprovisionamiento y logística

Figura 6

Flujograma de aprovisionamiento y logística

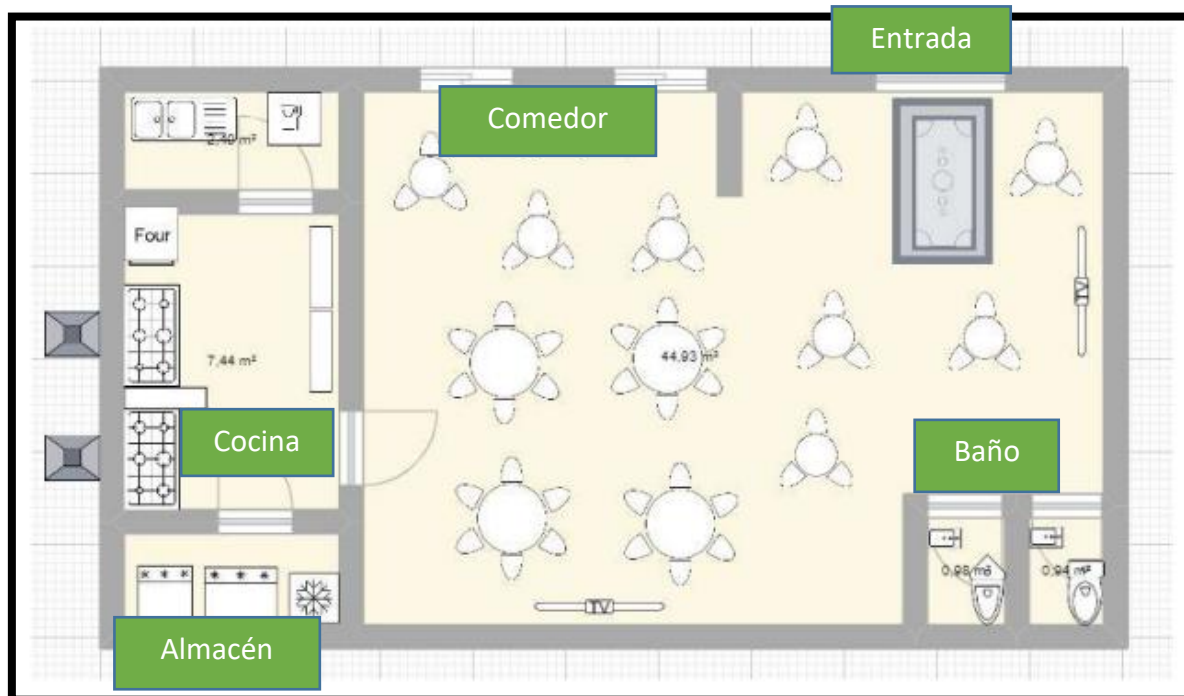


Como se puede observar en la figura 6, está elaborado el flujograma de aprovisionamiento y logística de nuestro negocio

4.6 Layout del negocio

Figura 7

Layout del negocio El papi cuy Arequipeño



En la figura 7, se puede observar el Layout del negocio, El papi cuy Arequipeño, donde claramente se muestra el comedor, la cocina, el almacén, el baño y la entrada

4.7 Plan de operaciones

En la tabla 15, se da un breve concepto de las operaciones que se van a realizar en nuestra empresa, como es la recepción, el traslado, la selección, el pelado, el picado, los residuos, el cortado, la cocción, la elaboración del producto y finalmente el emplatado,

Tabla 15*Plan de operaciones*

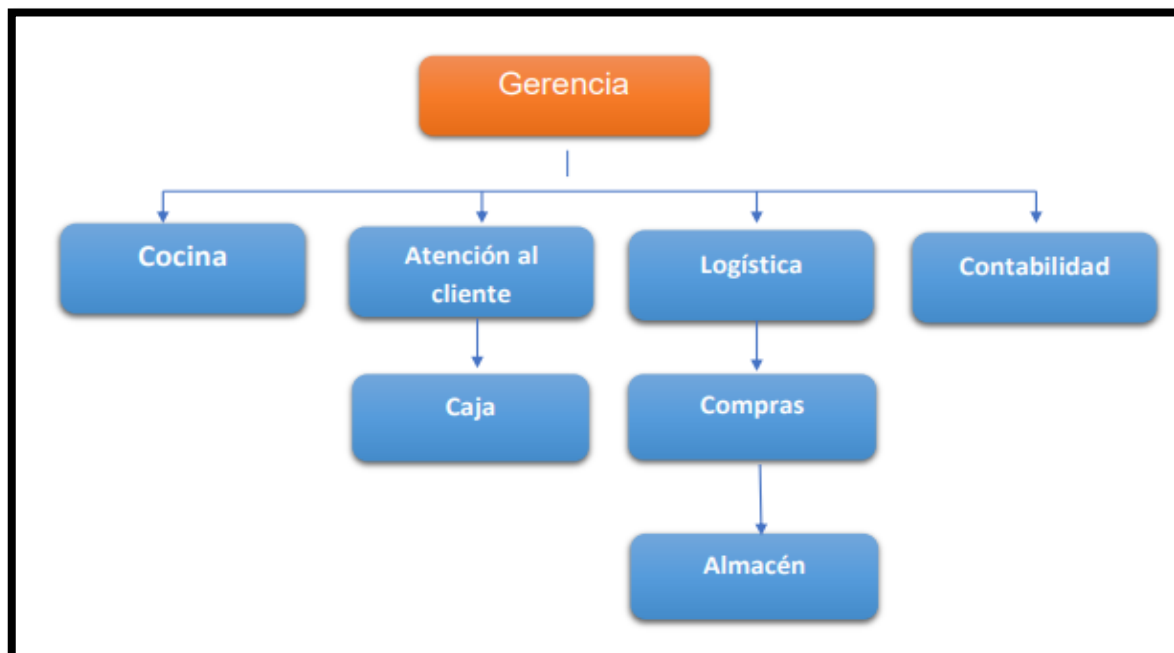
PROCESO	DESCRIPCIÓN
Recepción	Materia prima
Traslado	Guardar los productos en el almacén
Selección	Insumos que serán utilizados
Pelado	Verduras
Picado	Insumos
Residuos	Selección de las mermas
Cortado	De acuerdo a la preparación del plato
Cocción	Vapor, caldo o estofado
Elaboración del producto	Incluyendo los vegetales
Emplatado	La preparación está listo

V. PLAN DE GESTIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1 Estructura organizacional

Figura 8

Estructura Organizacional



Como se puede observar en la figura 8, así estará compuesta nuestra estructura organizacional de nuestro negocio El papi cuy Arequipeño, donde abarca todos los puntos principales.

5.2 Filosofía y estructura organizacional

Las principales políticas que llevará El papi cuy Arequipeño será:

- Haremos una capacitación a nuestros trabajadores dos veces por semana, para recalcar los valores, nuestra visión y misión que queremos llegar como empresa y también de las funciones y responsabilidad que será asignado cada persona.
- Al momento de la selección del personal, en nuestra empresa, no existirá discriminación por la raza, sexo, nacionalidad, edad.
- Daremos un día libre al fin de mes, aparte de sus descansó, como compensaciones a nuestros trabajadores.

5.3 Cuadro de puestos

Tabla 16

Cuadro de puestos

PUESTO	ÁREA	REQUISITOS
JEFE DE COCINA	Cocina/Producción	Estudios técnicos de gastronomía y arte culinario. Experiencia mínima 2 años en puestos similares.
AYUDANTE DE COCINA	Cocina/Producción	Estudiante o egresado como técnico de gastronomía y arte culinario Experiencia mínima de 6 meses en puestos similares.
CAJERO	Registro/Salón	Conocimientos de manejo y cierre de caja. Experiencia mínima de 6 meses en puestos relacionados con restaurantes. Conocimiento en Excel Estudiante de administración
MOZO	Salón/Atención al cliente	Buena presencia, que domine inglés intermedio. Estudiante o egresado

En la tabla 16 se puede ver, una breve descripción de las características que posee cada área.

5.4 Descripción y especificación de cada puesto

Tabla 17

Descripción y especificación de cada puesto

PUESTOS	DESCRIPCIÓN DE PUESTO/FUNCIONES
PROPIETARIO	Es la parte importante del negocio, ya que se encarga de todas las áreas del restaurante.
JEFE DE COCINA	Se encarga de la supervisión del mise place, también se encarga del equipo en la cocina, para que trabaje de forma fluida, ordenada y eficaz.
AYUDANTE DE COCINA	Él se encarga de la elaboración del mise place, trabaja de la mano junto con el jefe de cocina.
MOZO	Se encarga en el servicio y atención a los clientes.
CAJERO	Se encarga de administrar y procesar los pagos.

En la tabla 17, se puede observar, la descripción y especificación de cada puesto.

5.5 Planificación estratégica de los recursos humanos

5.5.1 Área responsable

- Recepción: Se encargará de recibir a los clientes y posteriormente llevarlos a la mesa que les corresponde a nuestros consumidores.
- Comedor: Los mozos, serán los encargados, de llevarles la carta a los comensales, para posteriormente anotar sus pedidos.
- Caja: Aquí se realizará los pagos de los consumidores, donde después, el cajero lo emitirá sus boletas de pago.
- Stewart: es el encargado de realizar la limpieza de la cocina.
- Almacén: se recibe los insumos de la materia prima, aquellos productos que no entrega nuestros principales proveedores.
- Área administrativa: encargado de todo lo administrativo, cómo, las rendiciones de cuenta del mes, el pago del personal, el pago a los proveedores, etc.

5.5.2 Estrategia organizacional

Para que nuestro negocio vaya bien, contrataremos personal que sean eficiente, eficaz y que tenga experiencia para este rubro de la gastronomía, aclarando que nosotros como empresa, buscaremos la manera de capacitarlos dos veces por semana, a nuestros trabajadores.

5.6 Descripción de los procesos principales

Entre los procesos principales, destacaremos varios puntos principales:

- Procesos de producción: los procesos de producción son aquellos pasos, que uno debe seguir al momento de realizar un platillo, de cómo los insumos son almacenados, hasta cuando llegan ya procesados a la mesa de los comensales.
- Servicio en un restaurante: para que un negocio prospere, es necesario trabajar de forma grupal, donde todos seamos uno, para así poder trazar nuestra misión como empresa
- Buenas prácticas de manipulación en los alimentos: debemos aplicar siempre la BPM, y así evitaremos lo que son la contaminación cruzada, al momento de las preparaciones, para nuestros comensales.
- Ubicación: primero tenemos que estudiar el mercado, a través de encuestas, para saber si ese lugar será óptimo y rentable para nosotros.
- Atención al cliente: debemos de tratar siempre con respeto a nuestros comensales, al momento de ofrecer nuestros productos.
- Gestión de compras: estar en contacto siempre con nuestro proveedor, para poder siempre recibir los insumos de primera calidad.

5.6.1 Reclutamiento personal

Al momento de realizar el reclutamiento personal, empezaremos con la convocatoria del personal, donde los anuncios serán publicados en las redes sociales, ya cuando contemos con estas personas, serán evaluados a través de su curriculum vitae y de su hoja de vida, ya que para nuestra empresa queremos personas eficaces

5.6.2 Selección del personal

Al momento de la selección personal, tomaremos en cuenta, que estas personas, sean estudiantes o egresados de la carrera gastronomía, de los valores que están poseen, y si cuenta con experiencia laborando en este rubro de la cocina.

5.6.3 Contratación

Estas personas, desde el primer día de trabajo, serán puesto en planilla, donde, se le pagaran por sus horas de trabajo, de igual forma, se pagará un poco más, si realizan las horas extras.

5.6.4 Inducción

Para el personal nuevo, que trabajará en nuestra empresa, se les inducirán nuestros valores, misión y visión de nuestra empresa, donde también le capacitaremos de las BPM y del manejo de la comunicación asertiva y trabajo en equipo.

5.6.7 Desarrollo personal

Una de las estrategias de nuestro negocio, así nuestros trabajadores, será darle una pequeña charla de 15 minutos, antes de entrar a cocina, donde le motivaremos y resaltaremos que son importantes para nosotros, también compraremos una pequeña a torta para las personas que cumplan años, donde nuestros trabajadores, se sienta tranquilos y cómodos, como que estarían en casa, como una familia unida, a pesar de los futuros problemas.

VI. PLAN FINANCIERO

6.1 Análisis de costo

El análisis de costo es el proceso de evaluaciones económicas, mediante el cual se identifican los recursos necesarios para elaborar un proyecto, determinando así la calidad del proyecto.

6.1.1 Costos fijos y variables, directos e indirectos

a) Costos fijos: En este grupo encontramos los gastos en licencias, pagos a los trabajadores, etc.

b) Costos variables: Estos varían de acuerdo a la demanda en el mercado.

c) Costos directos: En los costos directos, son aquellos gastos que se requieren para la elaboración del producto

d) Costos indirectos: Es el que afecta el proceso de producción, pero no afecta directamente al producto, como, por ejemplo, servicios básicos, mantenimiento, etc.

En la tabla 18 y en la tabla 19 podemos observar, nuestro costeo, para la elaboración de nuestro producto que es el estofado de cuy y Cuy al horno

Tabla 18*Tabla de costo del Estofado de cuy***ESTOFADO DE CUY**

INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL
Cuy	GR	200	S/. 20.00	1000	S/. 4.00	250	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00
Sal	GR	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	250	S/. 2.50	S/. 30.00
Aceite	ML	5	S/. 12.00	1000	S/. 0.06	250	S/. 15.00	S/. 180.00
Cebolla	GR	50	S/. 5.00	1000	S/. 0.25	250	S/. 62.50	S/. 750.00
Ajo	GR	5	S/. 9.00	1000	S/. 0.05	250	S/. 11.25	S/. 135.00
Aji panca	GR	5	S/. 6.00	1000	S/. 0.03	250	S/. 7.50	S/. 90.00
Arverja	GR	10	S/. 3.50	1000	S/. 0.04	250	S/. 8.75	S/. 105.00
Papa	GR	100	S/. 1.80	1000	S/. 0.18	250	S/. 45.00	S/. 540.00
TOTAL					S/. 4.61		S/. 1,152.50	S/. 13,830.00

Tabla 19*Tabla de costo del Cuy al Horno***CUY HORNO**

INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL
Cuy	gr	200	S/. 20.00	1000	S/. 4.00	120	S/. 480.00	S/. 5,760.00
Aceite	ml	8	S/. 12.00	1000	S/. 0.10	120	S/. 11.52	S/. 138.24
Cebolla	gr	70	S/. 5.00	1000	S/. 0.35	120	S/. 42.00	S/. 504.00
Vainita	gr	70	S/. 3.50	1000	S/. 0.25	120	S/. 29.40	S/. 352.80
Coliflor	gr	70	S/. 6.00	1000	S/. 0.42	120	S/. 50.40	S/. 604.80
Camote	gr	50	S/. 2.50	1000	S/. 0.13	120	S/. 15.00	S/. 180.00
Zanahoria	gr	70	S/. 2.00	1000	S/. 0.14	120	S/. 16.80	S/. 201.60
Vinagre	gr	50	S/. 2.90	1000	S/. 0.15	120	S/. 17.40	S/. 208.80
TOTAL					S/. 5.53		S/. 663.72	S/. 7,964.64

Tabla 20

Tabla de costo del Picante de cuy

PICANTE DE CUY								
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL
Cuy	gr	350	S/. 20.00	1000	S/. 7.00	110	S/. 770.00	S/. 9,240.00
sal	ml	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	110	S/. 1.10	S/. 13.20
Poro	ml	10	S/. 3.00	1000	S/. 0.03	110	S/. 3.30	S/. 39.60
zanahoria	gr	10	S/. 2.00	1000	S/. 0.02	110	S/. 2.20	S/. 26.40
Papa	gr	150	S/. 2.00	1000	S/. 0.30	110	S/. 33.00	S/. 396.00
Habas	gr	10	S/. 3.20	1000	S/. 0.03	110	S/. 3.52	S/. 42.24
Apio	gr	8	S/. 3.00	1000	S/. 0.02	110	S/. 2.64	S/. 31.68
TOTAL					S/. 7.51		S/. 825.66	S/. 9,907.92

Tabla 21

Tabla de costo del Pepián de cuy

PEPIAN DE CUY								
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL
Cuy	gr	250	S/. 20.00	1000	S/. 5.00	180	S/. 900.00	S/. 10,800.00
Aceite	ml	8	S/. 12.00	1000	S/. 0.10	180	S/. 17.28	S/. 207.36
Cebolla	gr	10	S/. 2.00	1000	S/. 0.02	180	S/. 3.60	S/. 43.20
Ajo	gr	5	S/. 9.00	1000	S/. 0.05	180	S/. 8.10	S/. 97.20
Aji panca	gr	5	S/. 5.00	1000	S/. 0.03	180	S/. 4.50	S/. 54.00
Azucar	gr	10	S/. 3.80	1000	S/. 0.04	180	S/. 6.84	S/. 82.08
Trigo	gr	150	S/. 5.00	1000	S/. 0.75	180	S/. 135.00	S/. 1,620.00
Leche	gr	250	S/. 3.00	1000	S/. 0.75	180	S/. 135.00	S/. 1,620.00
TOTAL					S/. 6.91		S/. 1,243.62	S/. 14,923.44

En la tabla 20, y en la tabla 21, podemos observar el costo de producción de los siguientes platos, como, el picante de cuy y el cuy al horno

Tabla 22

Costos indirectos

Id	SERVICIO	Precio Mensual S/.	Precio Anual S/.
01	Luz	S/50.00	S/600.00
02	Agua	S/70.00	S/840.00
03	Teléfono e Internet	S/80.00	S/960.00
	TOTALES	200.00	2,400.00

En la tabla 22 podemos observar los costos de servicios que se nos asignó, en nuestro futuro local, para nuestro proyecto

6.1.2 Cuadro de gastos administrativos y gastos de venta

a) Gastos Administrativos: Son aquellos que están asociados con la gestión y el mantenimiento de una empresa u organización.

b) Gastos de ventas: Todos aquellos que se generan durante una transacción comercial con nuestros clientes

Tabla 23

Costos laborales en Perú comparativo por régimen

Conceptos	Regimen General	Micro Empresa	Pequeña Empresa
Gratificación	1 sueldo por semestre	No corresponde	1/2 sueldo por semestre
CTS	1 sueldo por año	No corresponde	1/2 sueldo por año
Vacaciones	30 días por año	15 días por año	15 días por año
Essalud / SIS	9% remuneración	9% remuneración	9% remuneración
Bonificación Gratificación	9% de la gratificación		9% de la gratificación

En la tabla 23, podemos observar los costos laborales en el Perú comparativo por régimen

COLABORADORES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
CHEF	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545
ASISTENTE	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909
GESTOR COMERCIAL	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906
AMINISTRADOR	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669
GERENTE	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923
CONTADOR	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300
TOTAL MES	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964

Tabla 26*Cuadro de planilla (II)*

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 2,545	S/ 30,540
S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 1,909	S/ 22,905
S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 1,906	S/ 22,873
S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 2,669	S/ 32,022
S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 2,923	S/ 35,072
S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 1,300	S/ 15,000
S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 11,964	S/ 143,562

En la tabla 25 y 26 podemos observar el cuadro de planilla, que está realizado por meses, empezando desde enero hasta diciembre, en la cual tenemos un total anual de S/ 143,562 nuevos soles

6.1.3. Cuadro de pago de impuestos (impuestos a la renta)

“El papi cuy Arequipeño” estará inscrito en el Régimen RER (Régimen especial de renta), solo lleva 2 registros contables (compras y ventas), emiten todo tipo de comprobantes de pago, solo presentan declaraciones mensuales y no están obligados a presentar declaraciones anuales.

Tabla 27*Cuadro de pagos de impuestos*

MAQUINARIA Y EQUIPO	S/. 13,867.00
MUEBLES	S/ 3,210.00
ENSERES	S/ 6,535.60
ARTICULOS DE LIMPIEZA	S/ 276.00
CRISTALERIA Y VAJILLA	S/ 288.00
TOTAL	S/. 24,177
IGV	S/. 4,351.79

En la tabla 27 podemos observar el cuadro de impuestos del restaurante el papi cuy arequipeño

6.2. Presupuesto

El presupuesto es el cálculo, planificación y formulación anticipada de los ingresos y gastos de una actividad económica. Es un plan de acción dirigido a cumplir con un objetivo previsto, expresado en términos financieros, el cual debe cumplirse en determinado tiempo, por lo general anual o mensual y en ciertas condiciones.

6.2.1. Presupuesto de ingreso

Todos los ingresos que se obtengan dependerán de las ganancias, de los ingresos totales, del costo de producción y de los diferentes gastos que se llevara a cabo, para así poder conocer los beneficios o las pérdidas del restaurante

Tabla 28*Presupuesto de ingreso (I)*

CONCEPTO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
ESTOFADO DE CUY							
VENTAS	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861
CUY AL HORNO							
VENTAS	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30
PEPIAN DE CUY							
VENTAS	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85
PICANTE DE CUY							
VENTAS	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74
PARTICIPACION DEL MERCADO		0.003	0.004	0.005	0.005	0.005	0.01
IGV	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462
VALOR TOTAL	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992
TOTAL INGRESOS	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453

Tabla 29*Presupuesto de ingreso (II)*

Ago	Set	Oct	Nov	Dic
S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861	S/. 45,861
S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30	S/. 101,364.30
S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85	S/. 72,932.85
S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74	S/. 21,294.74
0.01	0.01	0.01	0.015	0.02
S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462	S/. 43,462
S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992	S/. 197,992
S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453

Tabla 30*Presupuesto de ingreso (III)*

AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S/. 550,334	S/. 561,340.66	S/. 583,794	S/. 612,984	S/. 674,282
S/. 1,216,372	S/. 1,240,699	S/. 1,290,327	S/. 1,354,843	S/. 1,490,328
S/. 875,194	S/. 892,698	S/. 928,406	S/. 974,826	S/. 1,072,309
S/. 255,537	S/. 260,647.67	S/. 271,074	S/. 284,627.25	S/. 313,090
0%	2%	4%	5%	10%
S/. 521,539	S/. 531,969	S/. 553,248.15	S/. 580,911	S/. 639,002
S/. 2,375,898	S/. 2,423,416	S/. 2,520,353	S/. 2,646,370	S/. 2,911,007
S/. 2,897,437	S/. 2,955,385	S/. 3,073,601	S/. 3,227,281	S/. 3,550,009

En la tabla 28, 29 y 30, podemos observar las ventas y los gastos financieros, esto los podemos ver reflejados en la totalidad anuales, que se lleva cada año, iniciando desde el año 1 hasta el año 5.

6.2.2. Presupuesto de ventas

Se define como el presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo, este nos da a conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas.

Como podemos ver en la tabla 31 y 32, acerca del presupuesto de ventas que estaría generando “El papi cuy Arequipeño”

Tabla 31*Presupuesto de ventas (I)*

CONCEPTO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
ESTOFADO DE CUY							
C.V.U.	S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457
CANTIDAD	1834	1834	1834	1834	1834	1834	1834
CUY AL HORNO							
C.V.U.	S/21,563	S/133,194	S/133,727	S/134,395	S/135,067	S/135,743	S/137,100
CANTIDAD	3899	24081	24178	24299	24420	24542	24788
PEPIAN DE CUY							
C.V.U.	S/21,908	S/28,521	S/28,635	S/28,778	S/28,922	S/29,066	S/29,357
CANTIDAD	3171	4128	4145	4165	4186	4207	4249
PICANTE DE CUY							
C.V.U.	S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265
CANTIDAD	968	968	968	968	968	968	968
TOTAL	S/59,194	S/177,437	S/178,084	S/178,895	S/179,711	S/180,531	S/182,179

Tabla 32*Presupuesto de ventas (II)*

Ago	Set	Oct	Nov	Dic
S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457	S/8,457
1834	1834	1834	1834	1834
S/138,471	S/139,856	S/141,254	S/143,373	S/147,550
25035	25286	25539	25922	26677
S/29,651	S/29,947	S/30,247	S/30,700	S/31,595
4292	4335	4378	4444	4573
S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265	S/7,265
968	968	968	968	968
S/183,844	S/185,525	S/187,223	S/189,796	S/194,868

6.2.3. Costo de producción

Los costos de producción, incluye todos los gastos necesarios, que se realizará al momento de preparar los platos principales del papi cuy arequipeño, donde estará incluido el costo de la materia prima.

Tabla 33

Costo de producción del Estofado de cuy

ESTOFADO DE CUY									
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL	COMPRAS MENSUALES
Cuy	gr	200	S/. 20.00	1000	S/. 4.00	250	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	50.000
Sal	gr	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	250	S/. 2.50	S/. 30.00	1.250
Aceite	ml	5	S/. 12.00	1000	S/. 0.06	250	S/. 15.00	S/. 180.00	1.250
Cebolla	gr	50	S/. 5.00	1000	S/. 0.25	250	S/. 62.50	S/. 750.00	12.500
Ajo	gr	5	S/. 9.00	1000	S/. 0.05	250	S/. 11.25	S/. 135.00	1.250
Aji panca	gr	5	S/. 6.00	1000	S/. 0.03	250	S/. 7.50	S/. 90.00	1.250
Arverja	gr	10	S/. 3.50	1000	S/. 0.04	250	S/. 8.75	S/. 105.00	2.500
Papa	gr	100	S/. 1.80	1000	S/. 0.18	250	S/. 45.00	S/. 540.00	25.000
TOTAL					S/. 4.61		S/. 1,152.50	S/. 13,830.00	

Tabla 34*Costo de producción del cuy al horno*

CUY HORNO									
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL	COMPRAS MENSUALES
Cuy	gr	200	S/. 20.00	1000	S/. 4.00	120	S/. 480.00	S/. 5,760.00	24.000
Sal	gr	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	120	S/. 1.20	S/. 14.40	0.600
Aceite	ml	8	S/. 12.00	1000	S/. 0.10	120	S/. 11.52	S/. 138.24	0.960
Cebolla	gr	70	S/. 5.00	1000	S/. 0.35	120	S/. 42.00	S/. 504.00	8.400
Vainita	gr	70	S/. 3.50	1000	S/. 0.25	120	S/. 29.40	S/. 352.80	8.400
Coliflor	gr	70	S/. 6.00	1000	S/. 0.42	120	S/. 50.40	S/. 604.80	8.400
Camote	gr	50	S/. 2.50	1000	S/. 0.13	120	S/. 15.00	S/. 180.00	6.000
Zanahoria	gr	70	S/. 2.00	1000	S/. 0.14	120	S/. 16.80	S/. 201.60	8.400
Vinagre	gr	50	S/. 2.90	1000	S/. 0.15	120	S/. 17.40	S/. 208.80	6.000
TOTAL					S/. 5.53		S/. 663.72	S/. 7,964.64	

Tabla 35*Costo de producción del picante del cuy*

PICANTE DE CUY									
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL	COMPRAS MENSUALES
Cuy	gr	350	S/. 20.00	1000	S/. 7.00	110	S/. 770.00	S/. 9,240.00	38.500
sal	ml	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	110	S/. 1.10	S/. 13.20	0.550
Porro	ml	10	S/. 3.00	1000	S/. 0.03	110	S/. 3.30	S/. 39.60	1.100
zanahoria	gr	10	S/. 2.00	1000	S/. 0.02	110	S/. 2.20	S/. 26.40	1.100
Papa	gr	150	S/. 2.00	1000	S/. 0.30	110	S/. 33.00	S/. 396.00	16.500
Habas	gr	10	S/. 3.20	1000	S/. 0.03	110	S/. 3.52	S/. 42.24	1.100
Apio	gr	8	S/. 3.00	1000	S/. 0.02	110	S/. 2.64	S/. 31.68	0.880
Fideo	gr	20	S/. 4.50	1000	S/. 0.09	110	S/. 9.90	S/. 118.80	2.200
TOTAL					S/. 7.51		S/. 825.66	S/. 9,907.92	

Tabla 36*Costo de producción pepián de cuy*

PEPIAN DE CUY

INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO X KILO	KG/L	COSTEO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	COSTEO MENSUAL	COSTEO ANUAL	COMPRAS MENSUALES
Cuy	gr	250	S/. 20.00	1000	S/. 5.00	180	S/. 900.00	S/. 10,800.00	45.000
Sal	ml	5	S/. 2.00	1000	S/. 0.01	180	S/. 1.80	S/. 21.60	0.900
Aceite	ml	8	S/. 12.00	1000	S/. 0.10	180	S/. 17.28	S/. 207.36	1.440
Cebolla	gr	10	S/. 2.00	1000	S/. 0.02	180	S/. 3.60	S/. 43.20	1.800
Ajo	gr	5	S/. 9.00	1000	S/. 0.05	180	S/. 8.10	S/. 97.20	0.900
Aji panca	gr	5	S/. 5.00	1000	S/. 0.03	180	S/. 4.50	S/. 54.00	0.900
Azucar	gr	10	S/. 3.80	1000	S/. 0.04	180	S/. 6.84	S/. 82.08	1.800
Mani	gr	5	S/. 20.00	1000	S/. 0.10	180	S/. 18.00	S/. 216.00	0.900
Pasas	gr	5	S/. 15.00	1000	S/. 0.08	180	S/. 13.50	S/. 162.00	0.900
Trigo	gr	150	S/. 5.00	1000	S/. 0.75	180	S/. 135.00	S/. 1,620.00	27.000
Leche	gr	250	S/. 3.00	1000	S/. 0.75	180	S/. 135.00	S/. 1,620.00	45.000
TOTAL					S/. 6.91		S/. 1,243.62	S/. 14,923.44	

Como se podrá observar en la tabla 33, 34, 35 y 36 se muestra los costos de producción de los platos principales, del restaurante El papi cuy Arequipeño.

6.2.4. Presupuesto de costos de ventas

El presupuesto de costo de ventas es el cálculo que te proporciona la ganancia que genera la empresa durante un tiempo determinado.

Tabla 37

Presupuesto de ventas

CONCEPTO	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTOFADO DE CUY					
VENTAS	S/. 550,334	S/. 550,334.00	S/. 583,794	S/. 612,984	S/. 674,282
CUY AL HORNO					
VENTAS	S/. 1,216,372	S/. 1,240,699	S/. 1,290,327	S/. 1,354,843	S/. 1,490,328
PEPIAN DE CUY					
VENTAS	S/. 875,194	S/. 892,698	S/. 928,406	S/. 974,826	S/. 1,072,309
PICANTE DE CUY					
VENTAS	S/. 255,537.00	S/. 260,648	S/. 271,074	S/. 284,627.25	S/. 313,090

Como podemos observar en la tabla 37, se muestra la ganancia que se obtiene de cada plato elaborado en el papi cuy arequipeño, estas ganancias están proporcionadas por año, empezando a contar desde el primer año, hasta el año 5

6.2.5. Presupuesto de gastos administrativos

Estos gastos administrativos, se vincula directamente con la actividad económica del restaurant el papi cuy arequipeño.

En la tabla 38 Y 39 podemos observar los gastos administrativos, que tendrá el restaurant el papi cuy arequipeño, tales como el alquiler del local, servicios (agua, luz), etc.

6.2.6. Presupuesto de inversión

Un presupuesto de inversión es un documento donde se reflejan todas las inversiones que una empresa hace para poder ejercer su actividad de forma correcta, es decir, todos los bienes y servicios que la empresa necesita adquirir.

En la siguiente tabla se muestra las fuentes de financiamiento, el cual contara con dos partes, la inversión y el préstamo que realizáremos.

Tabla 40

Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO(S/)	PARTICIPACION
Aporte propio :(De acuerdo Aportaciones de Socios)	S/15,177	62.8%
Financiamiento. (PROEMPRESA)	S/9,000	37.2%
TOTAL	S/24,177	100%

Tabla 41

Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Préstamo	9,000
Tasa Efectiva Anual	33.88%
Tasa Mensual	2.46%
Plazo	36
Tasa de Interés Mensual	2.46%

En la tabla 41, podemos observar los gastos financieros, en donde esta detallado el monto del préstamo, la tasa efectiva anual, la tasa mensual y el plazo que es de 36 meses.

Tabla 42

Presupuesto de inversión (I)

MESES	SALDO DE DEUDA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	INTERES ACUMULADO
1	S/. 8,999.60	S/. 379.76	S/. 221.50	S/. 158.26	S/. 221.50
2	S/. 8,841.34	S/. 379.76	S/. 217.61	S/. 162.15	S/. 439.11
3	S/. 8,679.19	S/. 379.76	S/. 213.62	S/. 166.14	S/. 652.73
4	S/. 8,513.05	S/. 379.76	S/. 209.53	S/. 170.23	S/. 862.25
5	S/. 8,342.82	S/. 379.76	S/. 205.34	S/. 174.42	S/. 1,067.59
6	S/. 8,168.40	S/. 379.76	S/. 201.04	S/. 178.71	S/. 1,268.64
7	S/. 7,989.68	S/. 379.76	S/. 196.65	S/. 183.11	S/. 1,465.28
8	S/. 7,806.57	S/. 379.76	S/. 192.14	S/. 187.62	S/. 1,657.42
9	S/. 7,618.95	S/. 379.76	S/. 187.52	S/. 192.24	S/. 1,844.94
10	S/. 7,426.71	S/. 379.76	S/. 182.79	S/. 196.97	S/. 2,027.73

Tabla 43*Presupuesto de inversión (II)*

MESES	SALDO DE DEUDA	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	ACUMULADO
11	S/. 7,229.75	S/. 379.76	S/. 177.94	S/. 201.82	S/. 2,205.67
12	S/. 7,027.93	S/. 379.76	S/. 172.97	S/. 206.78	S/. 2,378.65
13	S/. 6,821.15	S/. 379.76	S/. 167.89	S/. 211.87	S/. 2,546.53
14	S/. 6,609.27	S/. 379.76	S/. 162.67	S/. 217.09	S/. 2,709.20
15	S/. 6,392.18	S/. 379.76	S/. 157.33	S/. 222.43	S/. 2,866.53
16	S/. 6,169.75	S/. 379.76	S/. 151.85	S/. 227.91	S/. 3,018.39
17	S/. 5,941.85	S/. 379.76	S/. 146.24	S/. 233.52	S/. 3,164.63
18	S/. 5,708.33	S/. 379.76	S/. 140.50	S/. 239.26	S/. 3,305.12
19	S/. 5,469.07	S/. 379.76	S/. 134.61	S/. 245.15	S/. 3,439.73
20	S/. 5,223.92	S/. 379.76	S/. 128.57	S/. 251.19	S/. 3,568.31
21	S/. 4,972.73	S/. 379.76	S/. 122.39	S/. 257.37	S/. 3,690.70
22	S/. 4,715.37	S/. 379.76	S/. 116.06	S/. 263.70	S/. 3,806.75
23	S/. 4,451.66	S/. 379.76	S/. 109.57	S/. 270.19	S/. 3,916.32
24	S/. 4,181.47	S/. 379.76	S/. 102.92	S/. 276.84	S/. 4,019.24
25	S/. 3,904.63	S/. 379.76	S/. 96.10	S/. 283.66	S/. 4,115.34
26	S/. 3,620.97	S/. 379.76	S/. 89.12	S/. 290.64	S/. 4,204.46
27	S/. 3,330.34	S/. 379.76	S/. 81.97	S/. 297.79	S/. 4,286.43
28	S/. 3,032.55	S/. 379.76	S/. 74.64	S/. 305.12	S/. 4,361.07
29	S/. 2,727.43	S/. 379.76	S/. 67.13	S/. 312.63	S/. 4,428.20
30	S/. 2,414.80	S/. 379.76	S/. 59.43	S/. 320.32	S/. 4,487.63
31	S/. 2,094.47	S/. 379.76	S/. 51.55	S/. 328.21	S/. 4,539.18
32	S/. 1,766.26	S/. 379.76	S/. 43.47	S/. 336.29	S/. 4,582.65
33	S/. 1,429.98	S/. 379.76	S/. 35.20	S/. 344.56	S/. 4,617.85
34	S/. 1,085.41	S/. 379.76	S/. 26.71	S/. 353.04	S/. 4,644.56
35	S/. 732.37	S/. 379.76	S/. 18.03	S/. 361.73	S/. 4,662.59
36	S/. 370.64	S/. 379.76	S/. 9.12	S/. 370.64	S/. 4,671.71
SUMATORIA	S/. 0.00	S/. 13,671.31	S/. 4,671.71	S/. 8,999.60	

En la tabla 42 y 43, podemos observar el presupuesto de inversión, donde esta detallado los 36 meses de préstamo, los intereses, la amortización del préstamo que vamos a realizar para nuestro proyecto del “EL PAPI CUY AREQUIPEÑO”

6.2.7. Presupuesto de tributos (IGV)

El presupuesto de tributos son aquellos gastos designados a pagar al gobierno establecido por una legislación tributaria.

Tabla 44

Presupuesto de pago de tributos

DESCRIPCIÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
DETERMINACIÓN DEL IGV												
IGV VENTAS	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316	S/ 19,316
IGV COMPRAS	S/ 10,655	S/ 31,939	S/ 32,055	S/ 32,201	S/ 32,348	S/ 32,496	S/ 32,792	S/ 33,092	S/ 33,395	S/ 33,700	S/ 34,163	S/ 35,076
IGV OTROS GASTOS	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
IGV A PAGAR / CRÉDITO FISCAL	S/ 8,661	-S/ 12,622	-S/ 12,739	-S/ 12,885	-S/ 13,032	-S/ 13,179	-S/ 13,476	-S/ 13,776	-S/ 14,078	-S/ 14,384	-S/ 14,847	-S/ 15,760
DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA												
VALOR DE LAS VENTAS	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992	S/ 197,992
TASA DEL I.R. REG. MYPE TRIBUTARIO	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980
DETERMINACIÓN DE TRIBUTOS LABORALES												
ONP A PAGAR	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391	S/ 1,391
ESSALUD A PAGAR	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881	S/ 881
TOTAL RETENCIONES	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272
TOTAL DE IGV A PAGAR		S/ 8,661	-S/ 12,622	-S/ 12,739	-S/ 12,885	-S/ 13,032	-S/ 13,179	-S/ 13,476	-S/ 13,776	-S/ 14,078	-S/ 14,384	-S/ 14,847
TOTAL DE I.R. A PAGAR		S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980	S/ 1,980
TOTAL DE TRIBUTOS LABORALES A PAGAR		S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272	S/ 2,272
TOTAL DE TRIBUTOS A PAGAR	S/ 0	S/ 12,914	-S/ 8,370	-S/ 8,487	-S/ 8,633	-S/ 8,780	-S/ 8,927	-S/ 9,224	-S/ 9,523	-S/ 9,826	-S/ 10,132	-S/ 10,595

Como se puede observar en la tabla 44, se describe el presupuesto de pago de tributos IGV, que se designara al estado.

Tabla 45*Flujo de caja económico y financiero (I)*

CONCEPTO	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
(A) Ingresos		S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453	S/. 241,453
(B) Egresos		S/. 101,678	S/. 235,275	S/. 214,672	S/. 215,410	S/. 216,123	S/. 216,839	S/. 218,427	S/. 219,882	S/. 221,353	S/. 222,838	S/. 225,240	S/. 230,117
B.1 Costo de ventas		S/. 28,661	S/. 28,686	S/. 28,720	S/. 28,763	S/. 28,806	S/. 28,849	S/. 28,936	S/. 29,024	S/. 29,113	S/. 29,202	S/. 29,338	S/. 29,606
Inversión	-S/. 24,177												
Compras		S/. 59,194	S/. 177,437	S/. 178,084	S/. 178,895	S/. 179,711	S/. 180,531	S/. 182,179	S/. 183,844	S/. 185,525	S/. 187,223	S/. 189,796	S/. 194,868
remuneraciones		S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251	S/. 13,251
Gastos Administrativos		S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420	S/. 420
Gastos de ventas		S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153	S/. 153
IR (Pago a cuenta)		S/. 0	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415	S/. 2,415
Devolución de IGV		S/. 0	S/. 12,914	-S/. 8,370	-S/. 8,487	-S/. 8,633	-S/. 8,780	-S/. 8,927	-S/. 9,224	-S/. 9,523	-S/. 9,826	-S/. 10,132	-S/. 10,595
	-S/. 24,177	S/. 139,775	S/. 6,178	S/. 26,781	S/. 26,043	S/. 25,330	S/. 24,614	S/. 23,026	S/. 21,571	S/. 20,100	S/. 18,615	S/. 16,213	S/. 11,336
(E) Flujo de Caja Económico	-S/. 24,177	S/. 115,598	S/. 6,178	S/. 26,781	S/. 26,043	S/. 25,330	S/. 24,614	S/. 23,026	S/. 21,571	S/. 20,100	S/. 18,615	S/. 16,213	S/. 11,336
Préstamo Bancario	S/. 9,000												
Pago de Cuota		S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380
(F) FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. 9,000	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380	S/. 380
FLUJO DE CAJA FINAL	-S/. 15,177	S/. 115,219	S/. 5,799	S/. 26,401	S/. 25,663	S/. 24,950	S/. 24,234	S/. 22,647	S/. 21,191	S/. 19,721	S/. 18,236	S/. 15,833	S/. 10,957

Como se puede observar en la tabla 45, es el flujo de caja económico y financiero, donde se detalla los ingresos y los egresos de un año, empezando desde el mes de enero hasta diciembre, también está conformado con la inversión, compras, remuneración, gastos administrativos, gastos de ventas y devolución del IGV.

Tabla 46*Flujo de caja económico y financiero (II)*

CONCEPTO	1er AÑO	2do AÑO	3er AÑO	4to AÑO	5to AÑO
(A) INGRESOS	S/. 2,897,437	S/. 2,955,385	S/. 3,073,601	S/. 3,227,281	S/. 3,550,009
(B) EGRESOS	S/. 2,537,853	S/. 2,897,383	S/. 3,629,585	S/. 5,013,625	S/. 7,792,458
B.1 COSTO DE VENTAS	S/. 347,706	S/. 666,751	S/. 1,304,817	S/. 2,580,913	S/. 5,133,062
INVERSIÓN					
COMPRAS	S/. 2,077,286	S/. 2,118,832	S/. 2,215,131	S/. 2,325,888	S/. 2,558,477
REMUNERACIONES	S/. 159,012	S/. 159,012	S/. 159,012	S/. 159,012	S/. 159,012
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040
GASTOS DE VENTAS	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830
IR (PAGO A CUENTA)	S/. 26,560	S/. 27,091	S/. 28,175	S/. 29,583	S/. 32,542
DEVOLUCIÓN DE IGV	-S/. 79,582	-S/. 81,174	-S/. 84,420	-S/. 88,641	-S/. 97,505.65
	S/. 359,584	S/. 58,002	-S/. 555,984	-S/. 1,786,344	-S/. 4,242,449
€ FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. 359,584	S/. 58,002	-S/. 555,984	-S/. 1,786,344	-S/. 4,242,449
PRESTAMO BANCARIO	S/. 0	0	0	0	0
PAGO DE CUOTA	S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 4,557		
(F) FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 0	S/. 0
FLUJO DE CANAL FINAL	S/. 355,027	S/. 53,445	-S/. 560,541	-S/. 1,786,344	-S/. 4,242,449

La tabla 46 es la continuación de la tabla 45.

6.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sirve para definir el momento que una empresa cubra sus costos fijos y variables. Cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas.

Tabla 47

Punto de equilibrio

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	PRECIO	MARGEN DE CONTRIBUCION	COSTOS FIJOS	MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO	% PARTICIPACION	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO	VENTAS
Estofado de cuy	4.61	25	20.39	14144	3.24	15.9%	4363	1310
Cuy al horno	5.53	26	20.47		8.39	41.0%	1685	3379
Picante de cuy	7.51	22	14.49		1.97	13.6%	7175	1121
Pepian de cuy	6.91	23	16.09		4.75	29.5%	2980	0.295
					18.35	TOTAL	16203	5810

En la tabla 47 se puede observar el punto de equilibrio de los platos que ofrecerá nuestro restaurante “El papi cuy Arequipeño”, donde está detallado el costo unitario, precio, margen de contribución, costos fijos, margen de contribución ponderado, etc.

6.4. Detalle de inversión

Nuestro restaurante “El papi cuy Arequipeño”, contara con todo el material y la implementación necesaria, para ejecutar el proyecto brindando así las mejores condiciones de servicios a nuestros consumidores y a nuestros trabajadores.

Tabla 48

Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	Cant.	Precio de Venta Unitario con IGV	Precio de Venta Unitario sin IGV			
				Precio total con IGV	Precio Total sin IGV	IGV
Laptop Toshiba usada	01		S/. -			
campana extractora	01	S/. 579.00	S/. 490.68	S/. 579.00	S/. 490.68	S/. 88.32
Refrigeradora EIG	01	S/. 2,899.00	S/. 2,456.78	S/. 2,899.00	S/. 2,456.78	S/. 442.22
Horno medio uso	01	S/. 1,700.00	S/. 1,440.68	S/. 1,700.00	S/. 1,440.68	S/. 259.32
Cocina Industrial	01	S/. 4,700.00	S/. 3,983.05	S/. 4,700.00	S/. 3,983.05	S/. 716.95
Congeladora Dual usada	01	S/. 650.00	S/. 550.85	S/. 650.00	S/. 550.85	S/. 99.15
luces de emergencia	02	S/. 150.00	S/. 127.12	S/. 300.00	S/. 254.24	S/. 45.76
mesas inox	03	S/. 600.00	S/. 508.47	S/. 1,800.00	S/. 1,525.42	S/. 274.58
balanza usada	01	S/. 550.00	S/. 466.10	S/. 550.00	S/. 466.10	S/. 83.90
microondas usado	01	S/. 240.00	S/. 203.39	S/. 240.00	S/. 203.39	S/. 36.61
licuadora	01	S/. 449.00	S/. 380.51	S/. 449.00	S/. 380.51	S/. 68.49
TOTAL, MAQUINARIA Y EQUIPO	14		10,607.63	S/. 13,867.00	S/. 11,751.69	S/. 2,115.31

Tabla 49*Muebles*

MUEBLES	Cantidad		Precio de venta unitario sin IGV	Precio total con IGV	Precio Total sin IGV	IGV
		Precio de venta unitario con IGV				
Mesas	05	S/ 210.00	S/ 177.97	S/ 1,050.00	S/ 889.83	S/ 160.17
Sillas	20	S/ 98.00	S/ 83.05	S/ 1,960.00	S/ 1,661.02	S/ 298.98
mueble de recepción	01	S/ 200.00	S/ 169.49	S/ 200.00	S/ 169.49	S/ 30.51
TOTAL, MUEBLES	26		S/ 430.51	S/ 3,210.00	S/ 2,720.34	S/ 489.66

Tabla 50*Cristalería y vajilla*

CRISTALERIA Y VAJILLA	Cant.	Precio de Venta Unitario con IGV	Precio de Venta Unitario sin IGV	Precio total con IGV	Precio total sin IGV	IGV
vasos (x12)	04	S/. 45.00	S/. 38.14	S/. 180.00	S/ 152.54	S/. 27.46
jarras(x12)	01	S/. 18.00	S/. 15.25	S/. 18.00	S/ 15.25	S/. 2.75
Platos redondos blancos(x12)	01	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 40.00	S/ 33.90	S/. 6.10
Platos hondos blancos(x12)	01	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 50.00	S/ 42.37	S/. 7.63
TOTAL	07		129.66	288.00	244.07	43.93

Tabla 51*Enseres*

ENSERES	Cant.	Precio de Venta unitario con IGV	Precio de venta unitario sin IGV	Precio total con IGV	Precio Total sin IGV	IGV
Espátulas de acero	02	S/ 7.80	S/ 6.61	S/ 15.60	S/ 13.22	S/ 2.38
Coladores de acero	01	S/ 15.00	S/ 12.71	S/ 15.00	S/ 12.71	S/ 2.29
Tablas de picar	04	S/ 28.00	S/ 23.73	S/ 112.00	S/ 94.92	S/ 17.08
Pinzas	02	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 24.00	S/ 20.34	S/ 3.66
Cuchillos	05	S/ 60.00	S/ 50.85	S/ 300.00	S/ 254.24	S/ 45.76
Perol	01	S/ 139.00	S/ 117.80	S/ 139.00	S/ 117.80	S/ 21.20
Rallador	02	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 24.00	S/ 20.34	S/ 3.66
Sartenes	03	S/ 239.00	S/ 202.54	S/ 717.00	S/ 607.63	S/ 109.37
Ollas (juego)	01	S/ 820.00	S/ 694.92	S/ 820.00	S/ 694.92	S/ 125.08
Cubiertos (x12)	05	S/ 320.00	S/ 271.19	S/ 1,600.00	S/ 1,355.93	S/ 244.07
Servilletero	08	S/ 9.00	S/ 7.63	S/ 72.00	S/ 61.02	S/ 10.98
Bol (set)	14	S/ 119.00	S/ 100.85	S/ 1,666.00	S/ 1,411.86	S/ 254.14
Manteles	08	S/ 74.00	S/ 62.71	S/ 592.00	S/ 501.69	S/ 90.31
Extintor	02	S/ 105.00	S/ 88.98	S/ 210.00	S/ 177.97	S/ 32.03
Botiquín	01	S/ 40.00	S/ 33.90	S/ 40.00	S/ 33.90	S/ 6.10
Guantes de látex (x 100)	01	S/ 17.00	S/ 14.41	S/ 17.00	S/ 14.41	S/ 2.59
Mascarilla (x 100)	01	S/ 10.00	S/ 8.47	S/ 10.00	S/ 8.47	S/ 1.53
Cofias (x 100)	01	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 1.83
Gas (10 kg)	01	S/ 45.00	S/ 38.14	S/ 45.00	S/ 38.14	S/ 6.86
Bandeja inox	03	S/ 35.00	S/ 29.66	S/ 105.00	S/ 88.98	S/ 16.02
TOTAL	66		S/ 1,795.59	S/ 6,535.60	S/ 5,538.64	S/ 996.96

Tabla 52*Artículos de limpieza*

ARTICULOS DE LIMPIEZA	Cant.	Precio de Venta Unitario con IGV	Precio de Venta Unitario sin IGV	Precio total con IGV	Precio total sin IGV	IGV
escobas	03	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 45.00	S/ 38.14	S/. 6.86
recogedores	03	S/. 8.00	S/. 6.78	S/. 24.00	S/ 20.34	S/. 3.66
trapeadores	03	S/. 7.00	S/. 5.93	S/. 21.00	S/ 17.80	S/. 3.20
balde	03	S/. 9.00	S/. 7.63	S/. 27.00	S/ 22.88	S/. 4.12
paños amarillos	01	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 15.00	S/ 12.71	S/. 2.29
paños absorbentes	01	S/. 13.00	S/. 11.02	S/. 13.00	S/ 11.02	S/. 1.98
escobilla de baño	02	S/. 7.50	S/. 6.36	S/. 15.00	S/ 12.71	S/. 2.29
desatorador	01	S/. 9.00	S/. 7.63	S/. 9.00	S/ 7.63	S/. 1.37
tachos de basura cocina	03	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 90.00	S/ 76.27	S/. 13.73
tachos de basura baño	01	S/. 17.00	S/. 14.41	S/. 17.00	S/ 14.41	S/. 2.59
TOTAL	21		110.59	276.00	233.90	42.10

Como se puede observar desde la tabla 48 hasta la tabla 52, esta detallado de los materiales e insumos que utilizaremos para llevar a cabo nuestro proyecto, “El papi cuy Arequipeño”

Tabla 53*Inversión en trámites de constitución (intangibles)*

INVERSIÓN EN TRAMITES DE CONSTITUCIÓN	Entidad	Precio de Venta	valor de venta	IGV
Búsqueda y reserva del nombre	SUNAT	S/. 24.00		
elaboración de minuta de constitución	notario	S/. 200.00	S/. 169.49	S/. 30.51
eleva a escritura publica	notario	S/ 100.00	S/ 84.75	S/ 15.25
inscripción para sacar RUC	SUNAT	GRATIS		
legalización de registro de compras	notario	S/ 50.00	S/ 42.37	S/ 7.63
legalización de registro de ventas	notario	S/ 50.00	S/ 42.37	S/ 7.63
TOTAL, TRAMITES DE CONSTITUCIÓN		S/ 424.00	S/ 338.98	S/ 61.02

Tabla 54*Patentes y licencias*

PATENTES Y LICENCIAS	Entidad	Precio de Venta	valor de venta	IGV
Defensa civil	MUNICIPALIDAD	S/ 164.70	S/ -	S/ -
carnet de sanidad	MUNICIPALIDAD	S/ 16.20	S/ 13.73	S/ 2.47
Licencia de funcionamiento de la municipalidad	MUNICIPALIDAD	S/ 347.50		
TOTAL, PATENTES Y LICENCIAS		S/ 528.40	S/ 13.73	S/ 2.47

Tabla 55*Resumen de activos fijos intangibles*

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	Precio de Venta	valor de venta	IGV
Inversión en trámites de constitución	S/ 424.00	S/ 338.98	S/ 61.02
Patentes y licencias	S/ 528.40	S/ 13.73	S/ 2.47
TOTAL, ACTIVOS INTANGIBLES	S/ 952.40	S/ 352.71	S/ 63.49

En la tabla 53, tabla 54 y en la tabla 55, podemos observar los gastos intangibles tales como la inversión en trámites de constitución, los patentes y licencias, y el resumen de activos fijos intangibles del “El papi cuy Arequipeño”

6.5. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un reporte financiero que sirve para diferenciar los egresos de los ingresos de dinero de un periodo determinado (Úrsula, F.2022)

6.5.1. Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja económico financiero proyectado, se mostrará la información detallada de los ingresos generados por “El papi cuy Arequipeño”, de los primeros 5 años.

En la tabla 56, se puede observar el flujo de caja económico financiero proyectado, durante los primeros 5 años, donde está detallado los ingresos, los egresos, el saldo antes del impuesto, flujo de caja financiero, etc.

Tabla 56*Flujo de caja económico financiero proyectado (5 años)*

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO FINANCIERO PROYECTADO (5 AÑOS)						
			2%	4%	5%	10%
CONCEPTO	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
(A) Ingresos		S/. 2,897,437	S/. 2,955,385	S/. 3,073,601	S/. 3,227,281	S/. 3,550,009
A.1 Valor Residual (Liquidación)						
(B) Egresos		S/. 2,537,853	S/. 2,897,383	S/. 3,629,585	S/. 5,013,625	S/. 7,792,458
B.1 Costo de producción		S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830
B.2 Gastos administrativos		S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040	S/. 5,040
B.3 Gastos de ventas		S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830	S/. 1,830
B.5 Inversiones (Activo fijo)	-S/. 24,177					
(C) Saldo antes de Impuestos	-S/. 24,177	S/. 359,584	S/. 58,002	-S/. 555,984	-S/. 1,786,344	-S/. 4,242,449
(D) Impuesto a la Renta		S/. 26,560	S/. 27,091	S/. 28,175	S/. 29,583	S/. 32,542
(E) Flujo de Caja Económico	-S/. 24,177	S/. 333,024	S/. 30,911	-S/. 584,158	-S/. 1,815,928	-S/. 4,274,990
Préstamo Bancario	S/. 9,000					
Pago de Cuota		S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 0	S/. 0
(F) FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. 9,000	S/. 4,557	S/. 4,557	S/. 4,557		
FLUJO DE CAJA FINAL	-S/. 15,177	S/. 328,467	S/. 26,354	-S/. 588,716	-S/. 1,815,928	-S/. 4,274,990

6.5.2. Evaluación de la inversión del VAR Y TIR

En este punto se evalúa el establecimiento del proyecto, esta operación sirve para saber si el proyecto va o tendrá que ser analizada nuevamente.

Tabla 57

VAN Y TIR

COK	14%
VAN	-S/ 3,398,025.92
TIR	160%

En la tabla 57, podemos observar que el proyecto del “El papi cuy Arequipeña” es rentable, factible, fiable y sostenible.

VII. CONCLUSIONES

1. La idea de negocio es innovadora debido a que en el distrito de Yura - Cono Norte, no hay este tipo de restaurante que se dedique a ofrecer alimentos saludable y nutritivos.
2. La finalidad de este plan de negocio es ofrecer productos innovadores y saludables, brindando así productos de calidad, donde buscamos contribuir la nutrición de las familias Arequipeñas y que estos alimentos nutritivos se encuentren cerca de ellos.
3. Optaremos por tener un excelente personal capacitado en el rubro del marketing, para poder promocionar nuestros excelentes productos nutritivos, ya que este plan de negocio es nuevo para la población Arequipeña.
4. Brindaremos informaciones nutricionales a base de la carne del cuy, hacia nuestros clientes, optando que es mejor llevar una vida saludable, a base del alimento, en las cuales estas poseen un alto valor nutreico

VIII. REFERENCIAS

- Arapa Chahuayo, L. F., Correa Cruz, N., Espinoza Noriega, E. G., & Otazu Cruz, J. G. (2020). *Plan de negocios para la creación de una empresa de venta de comida vegetariana a domicilio en el distrito de Ate*.
- Alvarez Colán, Sara Lynn, 2014, <https://hdl.handle.net/20.500.12996/2325>
- Molero Bernal, O. H., & Gamero Galindo, J. F. (2021). *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Chiclayo*.
- Quispe Salazar, E. F., & Rentería Culqui, G. M. (2019). *Uso del ácido láctico y aceite esencial de orégano (Origanum Vulgare) en la conservación de carne precocida de cuy, suplementada con probióticos*.

IX. ANEXOS

Figura 9

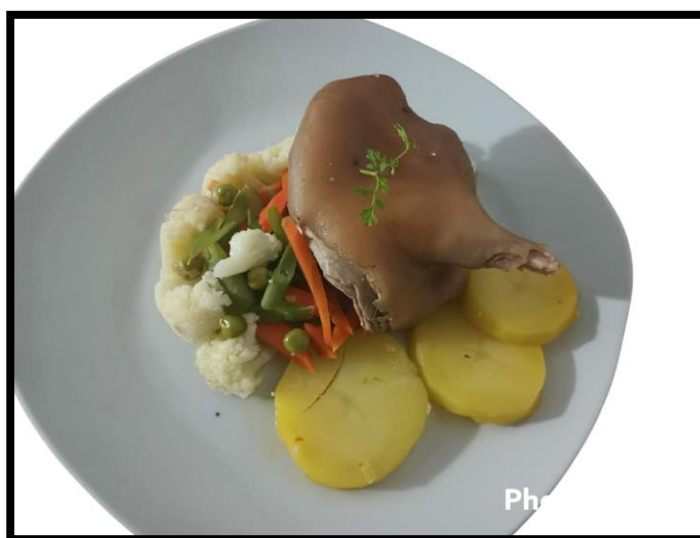
Estofado de cuy



Como se puede ver, en la figura 9, tenemos la imagen de la preparación del estofado, que está elaborado a base del cuy, esta sería nuestra presentación para nuestros clientes.

Figura 10

Escabeche de cuy



En la figura 10, podemos observar nuestro plato de presentación del escabeche de cuy, que está a base de cuy, papa, coliflor, zanahoria, vainitas y alverjas.

Figura 11

Pepián de cuy



En la figura 11, podemos observar nuestro plato de presentación de Pepián de cuy, que está a base de, trigo, leche, pasas, choclo licuado y ají panca

9.1 Encuestas

De la figura 12 hasta la figura 15, podemos observar, las encuestas que se realizó a la población Arequipeña, para sacar nuestro segmento de mercado.

Figura 12

Encuestas realizadas al sector público de Yura (I)

1. ¿Asiste usted a un restaurant? *
<input type="radio"/> a) Si
<input type="radio"/> b) No

2. ¿Con cuántas personas suele ir a un restaurant? *
<input type="radio"/> c) Mas de 4 personas
<input type="radio"/> b) 1 a 4 persona
<input type="radio"/> a) Solo

3. ¿Qué tipo de comida consume con frecuencia?
<input type="radio"/> a) Típico-Tradicional
<input type="radio"/> b) Moderno
<input type="radio"/> c) Gourmet
<input type="radio"/> d) Saludable

Figura 13

Encuestas realizadas al sector público de Yura (II)

4. ¿Le gusta comer la carne de cuy?

☐ a) Si

☐ b) No

5. ¿Sabías usted, los beneficios nutricionales que posee la carne de cuy?

☐ a) Si

☐ b) No

6. ¿Consumiría usted, platos innovadores a base de la carne de cuy?

☐ a) Si

☐ b) No

Figura 14

Encuestas realizadas al sector público de Yura (II)

7. ¿Cual de los siguientes platos consumiría usted?

☐ a) Estofado de cuy

☐ c) Pepián de cuy

☐ d) Cuy al horno

☐ f) Picante de cuy

8. ¿Usted, con que frecuencia asistiría, a consumir estos platos innovadores ?

☐ a) Semanal

☐ b) Quincenal

☐ c) Mensual

Figura 15

Encuestas realizadas al sector público de Yura (III)

9. ¿Qué valora usted a la hora de escoger un restaurant?

☐ a) Precio

☐ b) Calidad de servicios

☐ c) Calidad de productos

☐ d) Otros

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una preparación a base de cuy?

☐ a) 0 a 50 soles

☐ b) 50 a 100 soles

☐ c) 100 a mas

9.2. Gráficos estadísticos de la encuesta realizada

En las siguientes figuras de la 16 a la 27 se muestran gráficamente cada uno de los resultados según la encuesta realizada a la población de Yura.

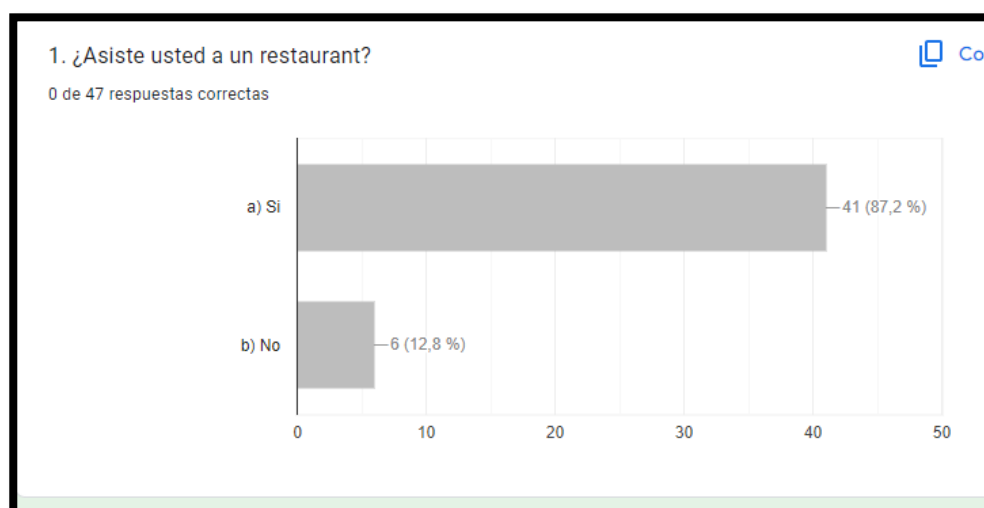
Figura 16

Figura 17

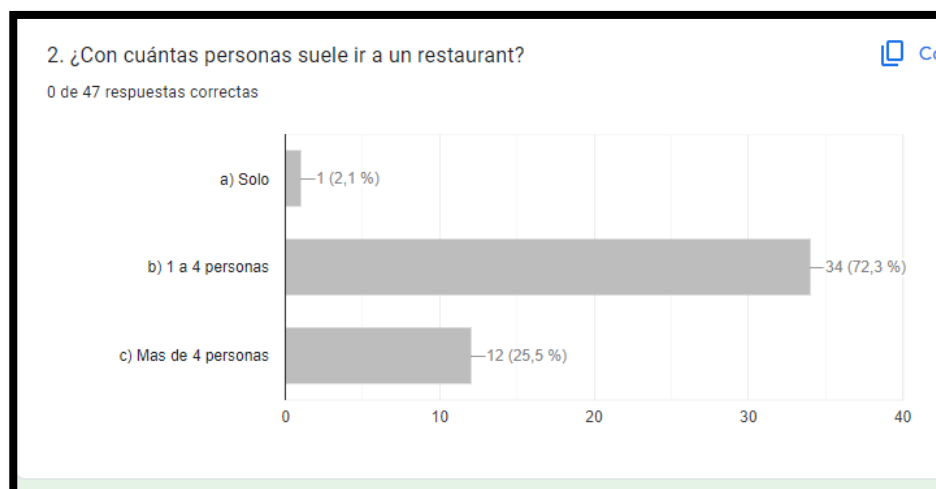


Figura 18

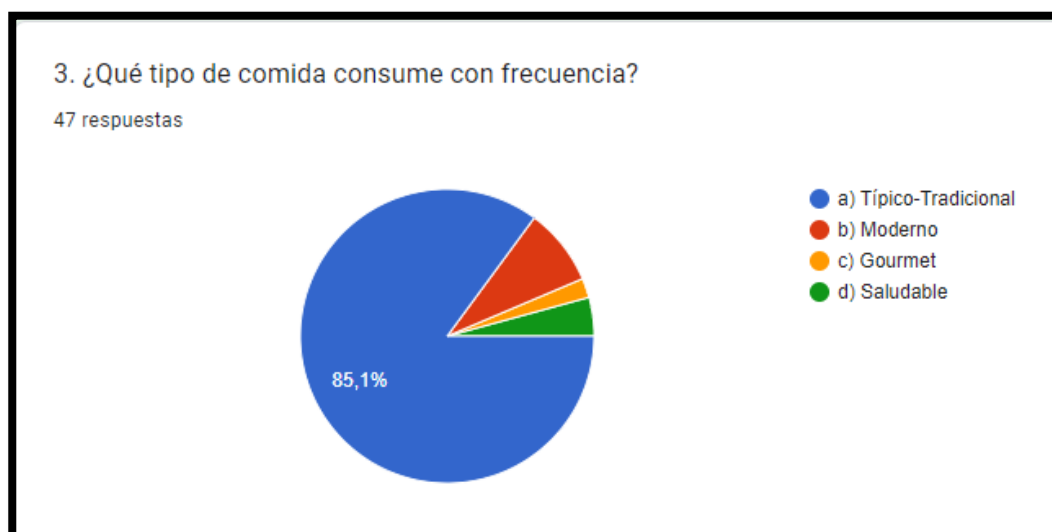


Figura 19

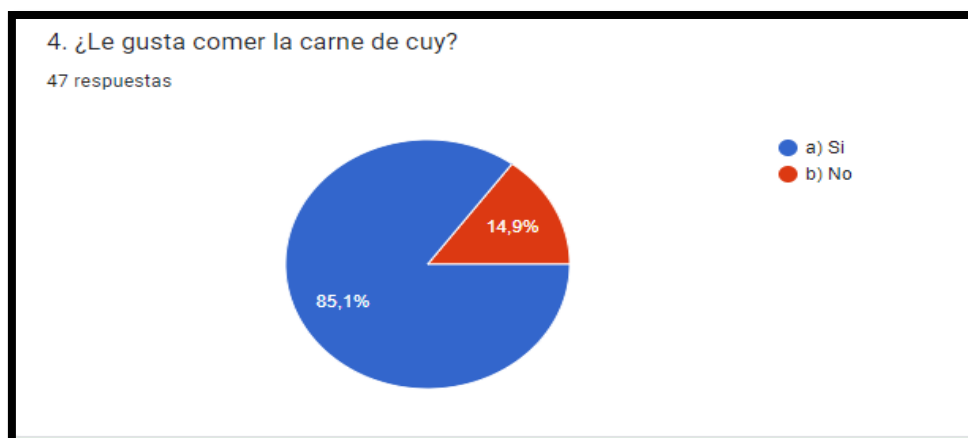


Figura 20

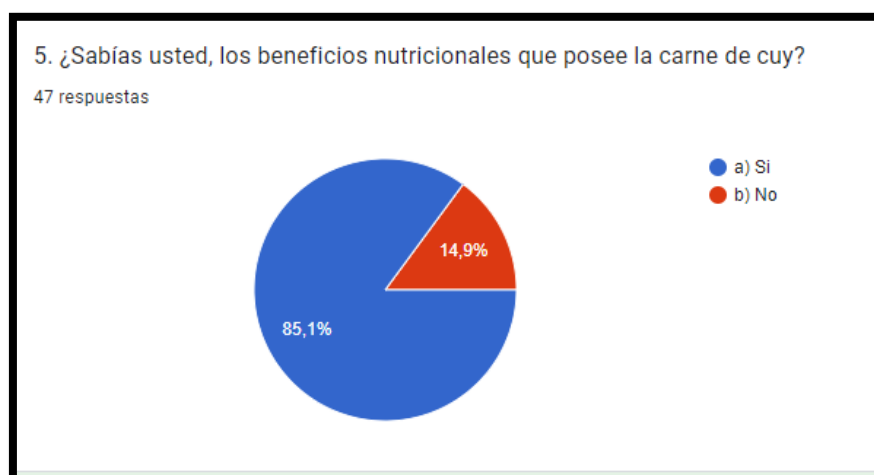


Figura 21

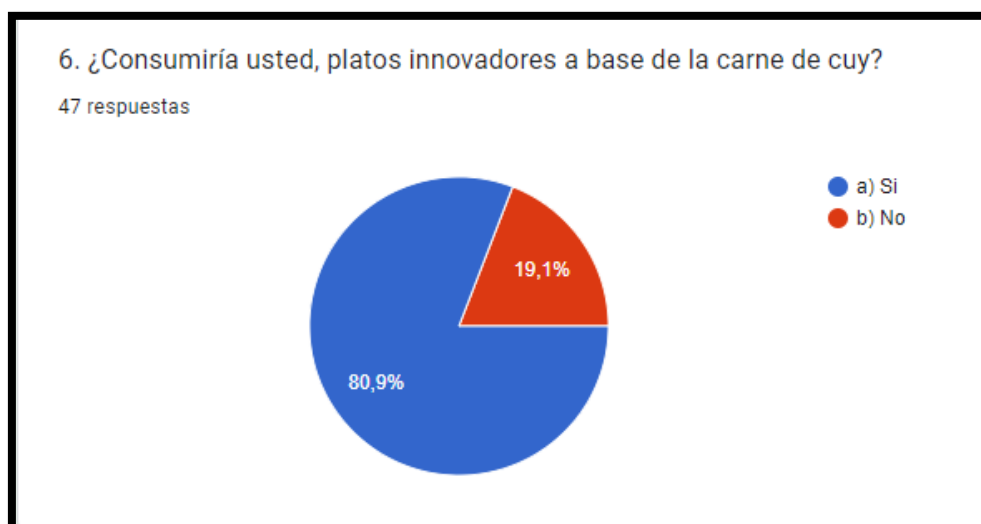


Figura 22

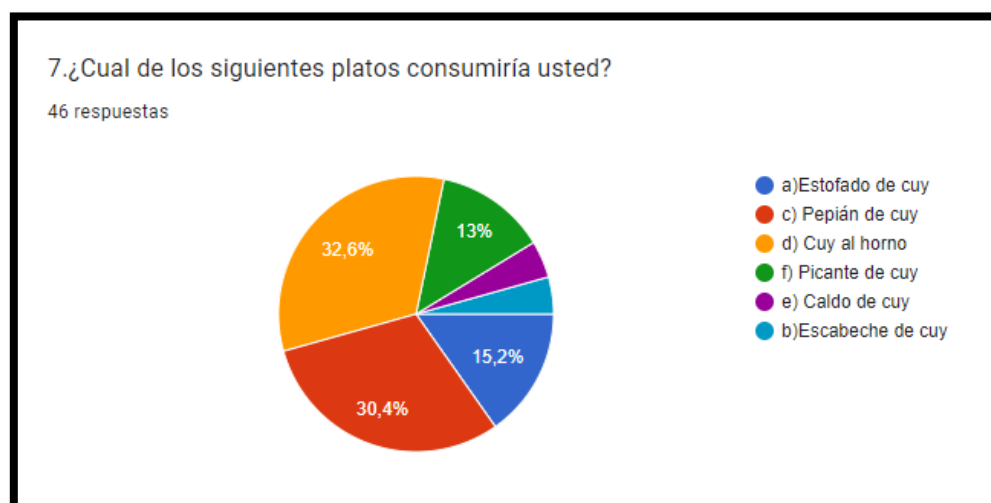


Figura 23

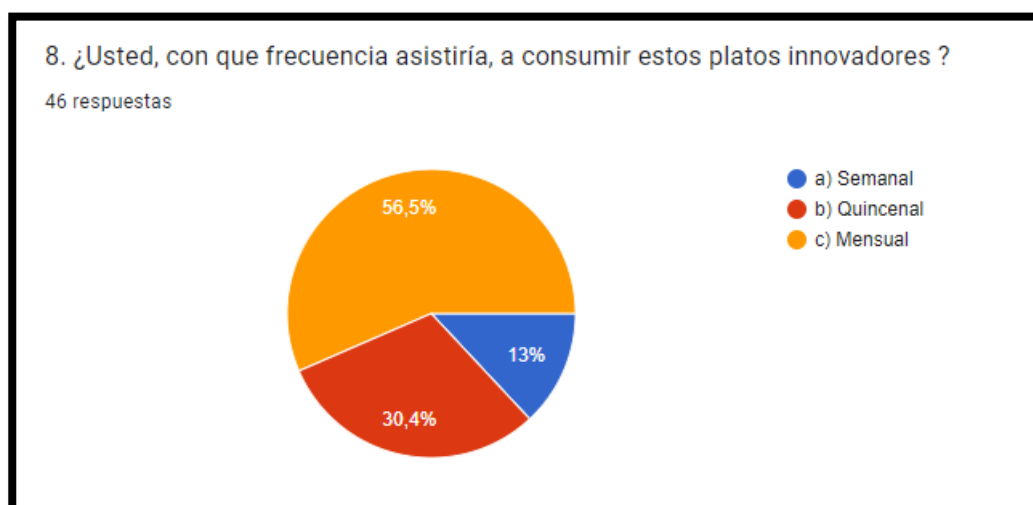


Figura 24

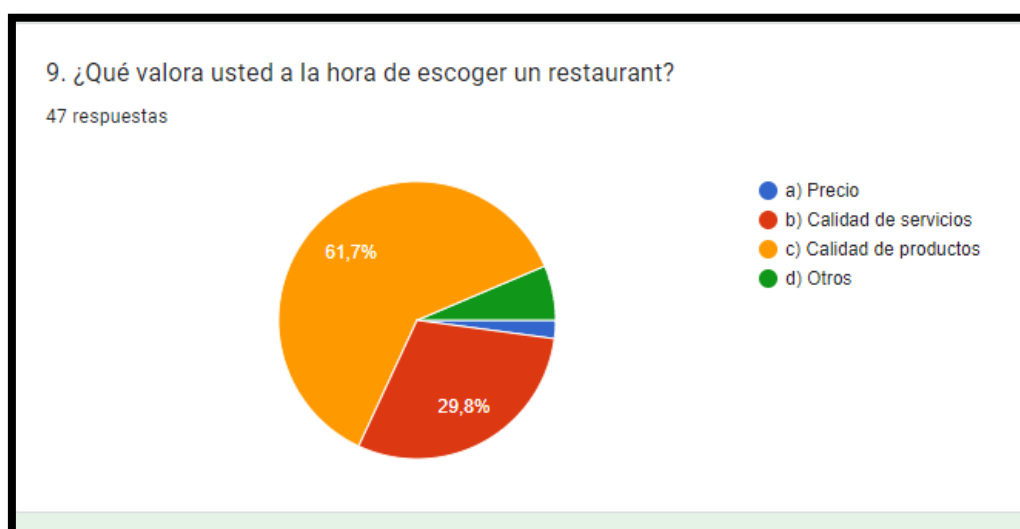


Figura 25

