

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO  
“MAGDA PORTAL-CIENEGUILLA”**



**Creación de una Juguería Natural “Green Wayu” en el  
Centro Poblado Rural Tambo Viejo - Cieneguilla 2021**

**AUTOR (A):  
GALLO QUISPE, Priscila Carmen**

**ASESOR:**

**Lic. PERALTA CAZAL, Roberto Jhair Alejandro**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE  
SERVICIOS DE HOSTELERÍA**

**PERÚ – 2021**

Dedico este trabajo primero a Dios y mis padres, por ser parte esencial en mi vida; motores de mis proyectos; guías; y ayuda presente en el momento de los problemas que se me presentaron.

## **Agradecimiento**

Mi agradecimiento a Dios, que en todo momento me acompaña, a mi familia, mis amigos que me brindaron su apoyo; a mis estimados profesores que me brindaron sus conocimientos y fueron guía, a todos aquellos que de alguna manera me apoyaron para concluir mis metas y ser mejor ser humano y profesional. Mi infinita gratitud a ellos.

## **Presentación**

Señores miembros del jurado calificador:

En cumplimiento al esquema de proyectos en el desarrollo y sustentación del Trabajo de aplicación profesional del I.E.S.T.P.” Magda Portal – Cieneguilla”, se pone a vuestra consideración el trabajo de aplicación profesional titulada: “Creación de una Juguería Natural “Green Wayu” en el Centro Poblado Rural Tambo Viejo - Cieneguilla 2020. Con el propósito de optar el Título profesional técnico de Administración de Servicios de Hostelería.

En este trabajo se ha realizado una descripción de los resultados hallados en torno a la medición de la viabilidad de la Creación de un Juguería natural.

La información se ha organizado en seis capítulos considerando el esquema de Proyectos propuesto por el I.E.S.T.P. “Magda Portal – Cieneguilla”.

La autora

## Índice

Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Índice de Figuras.....	vii
Índice de Tablas.....	ix
Resumen.....	xi
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
<b>I. Planteamiento de Problema .....</b>	<b>3</b>
1.1 Realidad Problemática.....	4
1.2 Objetivos.....	7
1.2.1. Objetivo General.....	7
1.2.2. Objetivos Específicos .....	7
1.3 Importancia y Justificación del Proyecto.....	7
1.4 Limitación Del Proyecto.....	8
<b>II. Marco Referencial.....</b>	<b>9</b>
2.1 Antecedentes.....	10
2.1.1. Antecedentes Nacionales .....	10
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	12
2.2 Marco Teórico.....	15
2.2.1. Antecedentes Generales .....	15
2.2.2. Clasificación del producto y/o servicio.....	17
2.2.3. Proceso del producto y/o servicio.....	18
2.2.4. Conceptos generales.....	19
2.2.5. Definición de términos básicos .....	20
<b>III. Marco Metodológico .....</b>	<b>22</b>
3.1. Tipos y Diseño de Investigación.....	23
3.2 Población, muestra y muestreo .....	24
3.3 Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos.....	27

3.4	Validación y confiabilidad del instrumento .....	31
3.5	Procedimientos de recolección de datos .....	32
3.6	Métodos de análisis e interpretación de datos.....	34
<b>IV.</b>	<b>Descripción del Proyecto.....</b>	<b>48</b>
4.1	Misión y Visión.....	49
4.1.1	Misión. ....	49
4.1.2	Visión.....	49
4.2	Ubicación Y Vías De Acceso.....	49
4.3	Reglamento Interno.....	52
4.4	Áreas de Establecimiento.....	58
4.5	Estructura organizacional .....	59
4.6	Manual de operación y funciones (MOF) .....	59
4.7	Análisis FODA.....	66
4.8	Marketing y Promoción. ....	67
<b>V.</b>	<b>Aspectos Administrativo.....</b>	<b>70</b>
5.1	Requisitos para la realización del proyecto.....	71
5.2	Cronograma de Actividades.....	72
5.3	Presupuesto .....	75
<b>VI.</b>	<b>Discusión.....</b>	<b>77</b>
6.1	Conclusión .....	78
6.2	Recomendaciones .....	78
6.3	Referencias .....	80
6.4	Anexos .....	82

## Índice de Figuras

<i>Figura 1:</i> Procesos del Servicio.....	21
<i>Figura 2:</i> ¿Cuál es la edad? .....	39
<i>Figura 3:</i> ¿En qué sector del distrito vive? .....	40
<i>Figura 4:</i> ¿Con que frecuencia consume jugos?.....	41
<i>Figura 5:</i> ¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta? .....	42
<i>Figura 6:</i> ¿Te gustaría que la Juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto? .....	43
<i>Figura 7:</i> ¿Te gustaría que existiera una juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional? .....	44
<i>Figura 8:</i> ¿Te gustaría que la Juguería te ofreciera un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?.....	45
<i>Figura 9:</i> ¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos?.....	46
<i>Figura 10:</i> ¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?.....	47
<i>Figura 11:</i> ¿Cuánto suele pagar usted por un jugo? .....	48
<i>Figura 12:</i> ¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos? .....	49
<i>Figura 13:</i> ¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento? .....	50
<i>Figura 14:</i> ¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento? .....	51

<i>Figura 15:</i> ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio? .....	52
<i>Figura 16:</i> Ubicación .....	56
<i>Figura 17:</i> Lugar del negocio... ..	56
<i>Figura 18:</i> Área del establecimiento.....	65
<i>Figura 19:</i> Organigrama.....	66
<i>Figura 20:</i> Logo.....	76
<i>Figura 21:</i> Afiche .....	76
<i>Figura 22:</i> Envases descartables .....	77
<i>Figura 23:</i> Envases de Servicios.....	77
<i>Figura 24:</i> Llaveros.....	77
<i>Figura 25:</i> Infografía.....	77
<i>Figura 26:</i> Redes Sociales .....	78

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1: Formula de la prueba piloto.....</i>	37
<i>Tabla 2: ¿Cuál es su edad?.....</i>	39
<i>Tabla 3: ¿En qué sector del distrito vive?.....</i>	40
<i>Tabla 4: ¿Con que frecuencia consume jugos?.....</i>	41
<i>Tabla 5: ¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta? .....</i>	42
<i>Tabla 6: ¿Te gustaría que la Juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto? .....</i>	43
<i>Tabla 7: ¿Te gustaría que existiera una juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional? .....</i>	44
<i>Tabla 8: ¿Te gustaría que la Juguería te ofreciera un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?.....</i>	45
<i>Tabla 9: ¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos? .....</i>	46
<i>Tabla 10: ¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto? .....</i>	47
<i>Tabla 11: ¿Cuánto suele pagar usted por un jugo?.....</i>	48
<i>Tabla 12: ¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos?.....</i>	49
<i>Tabla 13: ¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento?.....</i>	50
<i>Tabla 14: ¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento? .....</i>	51
<i>Tabla 15: ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio?.....</i>	52
<i>Tabla 16: Cronograma de Actividades.....</i>	83

<i>Tabla 17: Presupuesto inversión inicial .....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 18: Gastos de Funcionamiento .....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 19: Pago de servicios y Sueldos.....</i>	<i>85</i>

## Resumen

El presente trabajo se titula: Creación de Jugueria “Green Wayu” en el centro poblado rural de Tambo Viejo, Cieneguilla, 2020. En el desarrollo de la idea de negocio la finalidad fue analizar e investigar los pasos para la organización y constitución de una empresa en el distrito de Cieneguilla.

Se formará una empresa individual de responsabilidad limitada, la cual de acuerdo a las leyes actuales no requiere permisos especiales de funcionamiento. De igual manera se contemplará los protocolos de seguridad contra el covid 19, para prevenir y desacelerar la propagación del virus, buscando el bienestar de nuestros colaboradores y clientes.

Concerniente al nombre y el logo se ha considerado para este negocio reflejar los colores de nuestra naturaleza, así como también la variedad frutas y vegetales, con alto valor vitaminas y proteínas que existe en nuestro país, que muchas veces no valoramos ni cuidamos, la filosofía de nuestra empresa es crear conciencia del cuidado de nuestra salud y nuestro medio ambiente.

La estructura organizacional está conformada por el dueño, quien a su vez es el que administra y toma las decisiones para alcanzar los objetivos

Se presenta una idea innovadora que ofrece un producto de alta calidad dentro del mercado del distrito de Cieneguilla, buscando mejorar el valor nutritivo de nuestra materia prima que es la fruta.

Finalmente, a través de la propuesta se busca que el cliente sienta que tiene las mejores instalaciones a su disposición, para brindar el servicio de acuerdo a las exigencias

establecidas y en las cuales el cupo máximo será de 15 personas. Así mismo, las instalaciones contarán con servicios adicionales como: Internet, wifi para consultas, así como también asesoría nutricional para brindar un producto adecuado para cada cliente. Además, implementaremos el servicio de delivery. Por otra parte, queremos marcar la diferencia teniendo un gran equipo humano que trabaje con nosotros.

Palabras clave: Creación, Green Wayu

## **Abstract**

The present work is entitled: Creation "Jugueria Green Wayu" in the rural village center of Tambo Viejo, Cieneguilla, 2020. The aim of this business was to analyze and investigate the steps for the organization and establishment of a company in the Cieneguilla district.

I will form an individual limited liability company, which in accordance with current laws does not require special operating permits. The name and logo I have considered for the business, reflect the nature colors, what produces our land, which we often do not care for, the Company philosophy is to raise awareness of the care of our health and our environment around us.

The organizational structure is simple, since only the owner is the one who manages the Company, makes decisions and delegates specific functions. Is the main executive of the company, who in turn has responsibility for the commercial side and the follow-up to the team of sellers.

I present an innovative idea that offers a high quality product within the cieneguilla district market, seeking to improve the nutritional value of our raw material which is fruit.

Finally, through the proposal we want the customer to feel that they have the best facilities at their disposal, to provide the service according to the established requirements and in which the maximum quota will be 15 people.

In addition, the facilities will have additional services such as: Internet, wifi for consultations and nutritional advice to provide a suitable product for each client. In addition to

delivery service, we want to make a difference by having a great human team that works with us.                      Keywords: Creation, Green Wayu

## Introducción

En vista de la tendencia hacia una vida más sana, el consumo de alimentos naturales, el impulso a realizar actividades beneficiosas para el cuerpo humano y el auge que tiene el crecimiento de los productos dirigidos a la generación de bienestar y cuidado de salud personal, tendencias que marcan a la sociedad durante el coronavirus, la pandemia producida por el covid-19 marca un momento histórico en diferentes aspectos de la sociedad pero sobre todo en la salud, que no distingue ni estatus social, económico o profesional. Por tal razón queremos crear una empresa dedicada a ofrecer productos que promuevan dichas tendencias, con el fin de ayudar en la alimentación de las personas que puedan combatir de manera natural alguna enfermedad, así como todas aquellas interesadas en mantener un estilo de vida saludable.

La idea de negocio nace luego de trabajar con niños en un colegio y observar sus refrigerios que los padres de familia envían a sus niños, ya sea por falta de tiempo, dinero etc., me pude cerciorar que, casi siempre era una galleta, una gaseosa o un dulce y fruta, pues lógicamente los niños lo último que querían comer era una fruta, esto era lo que no comían, en consecuencia serán unos potenciales niños con enfermedades ya sea de obesidad, diabetes, etc. Y en la adultez no podrán corregir sus malos hábitos de alimentarse.

Por tal motivo el propósito de crear este negocio es ofrecer a los clientes una opción de bebidas que sean 100% saludables, así como snacks, un refrigerio balanceado, donde sus recetas sean originales. Además de que estas lleguen a cubrir las necesidades del consumidor como lo son los diferentes sabores y precios, que estén al alcance de cada uno de ellos.

De igual forma; crear una opción saludable para los refrigerios de niños y adultos; como es nuestra “Loncherita Saludable” que contiene lo necesario para equilibrar los nutrientes y proteínas que necesita un niño y adulto.

Es por ello, que se ofrecerá productos frescos a base de frutas y vegetales sin ningún conservante, para garantizar la calidad de nuestro producto final.

El negocio se desarrollara a través del delivery principalmente, con el propósito de hacerle llegar al cliente final el producto, ofreciendo comodidad, garantizando el buen estado de los productos y creando una relación de confianza con el consumidor.

Actualmente existen muchos establecimientos del mismo rubro a nivel local. Sin embargo la innovación, creatividad y buen servicio que brindaremos serán una de nuestras fortalezas para hacer crecer nuestro negocio, con la finalidad de que los residentes de nuestro distrito puedan tener una opción de comer sano.

## **I. Planteamiento de Problema**

## 1.1 Realidad Problemática

Las juguerías tienen como actividad principal la venta de jugos, obtenido de exprimir algunas clases de frutas frescas maduras y limpias, sin diluir, concentrar o fermentar. También se consideran jugos los productos obtenidos a partir de jugos concentrados o clarificados, congelados o deshidratados, a los cuales se les ha agregado solamente agua, en cantidad tal que restituya la eliminada en el proceso. Adicionalmente pueden ofrecer ensaladas de frutas, sándwich, postres, empanadas, etc., dependiendo de lo que los clientes quieran consumir.

La industria de jugos a nivel mundial se encuentra más dinámica que nunca. Desde el jugo de frutas tradicionales hasta los que mezclan verduras y hierbas, las oportunidades que se abren son enormes ya que los consumidores se encuentran buscando opciones ricas, saludables y naturales. Gracias a la creatividad, la innovación, una comprensión más matizada de los mercados desarrollados y emergentes, las empresas están respondiendo a estos requerimientos.

Estados Unidos fue el mercado más grande analizado en el Índice de jugo, con 6,7 mil millones de litros de jugo 100% consumidos en 2015, y fue un mercado donde se encontró que más de la mitad de sus habitantes (55%) beben algún tipo de jugo 100% en el desayuno (Pittaluga, 2016, parr. 1).

Según Slater (2018). “En 2017, el mercado de los jugos prensados en frío tenía un valor estimado de \$4.3 mil millones de dólares. Se prevé que para 2024 sobrepase los \$8 mil millones” (parr. 4).

En América Latina, dentro del Cono Sur, en Argentina el Jugo 100% muestra un desarrollo sostenido, creciendo a doble dígito en los últimos años. El mercado ha pasado de 19 millones de litros en 2009 a 51 millones de litros en 2015, principalmente de la mano del

jugo no de concentrado y con fuerte incidencia del canal moderno.

El consumo per cápita de Argentina alcanzó los 1.1 litros/año en 2015, un valor bajo respecto de otros países de la región como México y Brasil, con 1.4 y 1.9 litros per cápita respectivamente. Esto muestra que aún queda espacio para continuar el desarrollo del segmento (Pittaluga, 2016, parr. 2).

Por su parte Chile no ha estado ajeno de esta tendencia, y el consumo de jugos 100% se ha duplicado en 5 años; en este mercado la búsqueda de la naturalidad, lo saludable y el sabor han sido los “drivers” de crecimiento. Al igual que en el resto del mundo, y fiel reflejo a países desarrollados con categorías maduras, el segmento ha evolucionado del tradicional jugo de naranja a otras frutas, como piña, pera, berries, mix de frutas, entre otros (Pittaluga, 2016, parr. 3).

En Perú, actualmente las personas buscan alimentarse consumiendo productos naturales y bajos en calorías que ayuden a conservar y/o mejorar su salud; esta tendencia viene teniendo un incremento en los últimos años, considerando la actualidad ha tomado mayor relevancia y en Lima esto ya está siendo considerado el “Boom” de comer sano.

Como indica, el ex Presidente del Subcomité de Gastronomía de la Cámara de Comercio de Lima, en el Perú el mercado de las juguerías está en crecimiento, han dejado de ser un pequeño puesto dentro de los mercados, para encontrarse en la mayoría de los centros comerciales y en las principales avenidas. Esto se debe al nuevo estilo de vida que está acogiendo el peruano referente a su dieta y preocupándose por comer algo más natural como las frutas. Entre las cadenas más reconocidas en el medio son: Frutix, La Gran Fruta, Hijos de la fruta, Mi fruta y Disfruta (Stakeeff, 2009, parr. 4).

Por consiguiente, un negocio saludable y refrescante como una juguería, se ha vuelto rentable, en la actualidad las personas buscan consumir lo saludable y lo fresco. Siendo un país que cuenta con gran variedad de frutas y verduras, por lo cual podemos aprovechar los recursos que están al alcance, ya que es un producto para todas las edades desde niños y jóvenes hasta adultos mayores. Las personas hoy en día tienden a cuidarse más y están dispuestos a pagar por productos saludables. La gran mayoría de las personas no siempre disponen de tiempo para prepararse un jugo, ir al supermercado, o un local, viven acelerados.

En el distrito de Cieneguilla, en el centro poblado de Tambo Viejo es donde se presenta la oportunidad de poder desarrollar un negocio de juguería ubicados cerca al mercado Jhon Lyons, es el lugar céntrico y comercial del distrito, donde ofreceremos una variedad de jugos, asesorados por una nutricionista para realizar las mezclas correctas para cada consumidor, así como también ofreceremos desayunos nutritivos y nuestras loncheritas saludables, además contaremos con una juguería Móvil, que podrá llegar a la puerta de tu trabajo, escuela o donde te encuentres para poder brindarte un servicio instantáneo de elaboración de nuestros jugos, nuestro interés es contribuir con la salud de la población de nuestro distrito, buscando disminuir el consumo de comidas catalogadas como comida “chatarra”, por consecuencia la obesidad que viene en aumento, nuestros precios tendrán concordancia con lo que ofrecemos, sin embargo serán accesibles al público local, nuestro público objetivo son los niños y adultos mayores que son los más vulnerables. Contaremos con personal capacitado y brindaremos un servicio de calidad, implementando todos los protocolos que se necesita en la actualidad para la buena manipulación de alimentos.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General.**

Desarrollar una empresa de jugos en el distrito de Cieneguilla, para dar un buen servicio con nuestros productos orgánicos de alta calidad y buen sabor, crear una cultura de comer sano para beneficio de nuestra salud.

### **1.2.2. Objetivos Específicos.**

Determinar las fuentes de financiamiento y el presupuesto para llevar a cabo el proyecto.  
Diseñar un modelo de procesos de negocio que permita optimizar las operaciones y distribución de los productos.

## **1.3 Importancia y Justificación del Proyecto**

En el presente trabajo dentro del análisis de la viabilidad para la creación de una juguería natural, se plantea una estrategia importante en su micro comercialización, ya que la creación de esta, tiene como particularidad brindar asesoría nutricional, así como establecerse en el lugar donde se ubica el mayor número de la población consumidora y donde se encuentran ubicados las principales centros y canales de abastecimiento del distrito.

El objeto sobre el cual se realiza el análisis de viabilidad, busca cumplir con una necesidad en el área de alimentación, pues busca una tendencia a eliminar las bebidas a base de elementos no naturales, sustituyéndolas por bebidas totalmente naturales; así como también brindar una opción para las loncheritas de nuestros niños, se buscan entonces brindar una alternativa dentro del mercado orientada a lograr el bienestar alimentario de las personas, disminuyendo problemas

salud como la obesidad y la diabetes; lograr llevar al mercado productos totalmente naturales, hacer un aporte en la necesidad de implementar la rutina saludable de consumo de jugo de fruta natural dentro de la dieta de todas las edades.

Se quiere beneficiar al cliente en el momento que consuma nuestro producto ya que se le está ofreciendo un producto 100% natural y saludable.

Finalmente, la creación de la empresa que se está planteando, constituye una oportunidad de laboral para los pobladores del distrito de Cieneguilla, como hemos visto cada día las personas buscan el bienestar en la salud, lo que hace que la empresa sea un sector con oportunidades de crecimiento

#### **1.4 Limitación Del Proyecto**

En el presente proyecto los recursos económicos fueron limitados, además de la situación de inestabilidad política, la crisis económica por la pandemia del covid-19 en nuestro país; de igual manera, la escasa información sobre procesos y funcionamiento en el rubro de juguerías. Así como no ser una marca reconocida han sido algunas de las limitaciones del proyecto.

## **II. Marco Referencial**

## 2.1 Antecedentes

### 2.1.1. Antecedentes Nacionales.

Caycho (2019), en su investigación, *Hábitos de consumo de frutas y verduras y estado nutricional de escolares adolescentes. Lima, Perú.*

Objetivo: Demostrar que los buenos hábitos de consumo de frutas y verduras están relacionados con el estado nutricional de adolescentes, entre los 12 y 14 años de edad, que acuden a un centro educativo el distrito de Comas. Población, material y métodos: Estudio tipo mixto, observacional y transversal cuya muestra fue de 108 adolescentes que cursaban el segundo año de secundaria y a quienes se les realizó la medida de circunferencia de cintura, peso y talla y aplicación de una encuesta de hábitos de consumo de frutas y verduras.

Resultados: El 57.4% de los adolescentes evaluados presentó un consumo insuficiente de frutas y verduras reportándose una ingesta promedio de 233.6 g/día de estos alimentos. Se observó una prevalencia de sobrepeso de 28.57% y obesidad 23.1%. Se evidenció un riesgo alto (17.6%) y riesgo muy alto (10.2%) de padecer enfermedad cardiometabólica en la población estudiada. Conclusión: Con un valor  $p = 0.042$  se afirma que la ingesta de frutas y verduras es insuficiente promoviendo el sobrepeso y obesidad en escolares adolescentes, de 12 a 14 años de edad, de la I.E.E Estados Unidos del distrito de Comas. Más de la mitad de la población presenta IMC de sobrepeso y obesidad respectivamente y casi un 30% podría padecer enfermedades cardiometabólicas, según el indicador de medida de cintura.

Calvera (2018), en su investigación. *Buenas prácticas en gestión sostenible de juguerías.*

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo identificar las buenas prácticas en gestión sostenible aplicadas en las juguerías de Lima, Perú en el 2018. La investigación realizada fue no experimental con un enfoque mixto, diseño transeccional y alcance descriptivo. La muestra utilizada fue tomada de manera no probabilística debido a que se basó en el interés voluntario de los participantes, así como en la disponibilidad de

información pública disponible sobre gestión sostenible de los mismos. El instrumento de medición aplicado fue desarrollado en base a herramientas públicas y ampliamente reconocidas de gestión sostenible y fue adaptado a las características del sector juguerías. La aplicación de este instrumento permitió que los resultados de los diferentes participantes fuesen comparables. En este sentido, se observó que la totalidad de las empresas analizadas han desarrollado únicamente 34 de las 82 buenas prácticas en gestión sostenible propuestas, del mismo modo, su implementación se ha dado en diferentes proporciones según el aspecto. El aspecto social fue el que contó con un mayor número de buenas prácticas implementadas (18), seguido del aspecto económico-empresarial (12), y por último, el aspecto ambiental (cuatro). En consecuencia, basado en el análisis de los resultados obtenidos se recomienda que las empresas participantes ejecuten un mayor número de buenas prácticas en el aspecto ambiental de la gestión sostenible el cual presenta grandes oportunidades de mejora. Asimismo, se recomienda realizar mayores investigaciones sobre el sector juguerías en Lima, Perú debido a que la información que se encuentre permitirá entender mejor el estado del sector. De igual modo, la información permitirá tanto a las empresas establecidas, como a las que deseen entrar al sector, conocer a mayor detalle las fortalezas y debilidades del sector, así como las oportunidades existentes.

(Durand (2018) en su investigación, *La calidad de las empresas del subsector de juguerías*.

Resumen: El propósito de la presente investigación es identificar el nivel de cumplimiento de los nueve factores de éxito con relación del TQM (Total Quality Management) en la gestión de calidad del sub sector de juguerías en Lima Metropolitana. Para ello se han propuesto dos preguntas de investigación que buscan conocer cuál es el nivel de cumplimiento global de los factores de éxito de la calidad (TQM) del subsector de juguería, en función de las empresas más representativas que operan principalmente en Lima Metropolitana; y cuál es el nivel de cumplimiento específico de cada factor de

calidad (TQM). Para la realización de este estudio cualitativo se adaptó el modelo de los nueve factores de éxito de la calidad (TQM) propuesto por Benzaquen (2013). El instrumento intenta estimar el nivel de calidad en las siguientes dimensiones: (a) alta gerencia, (b) planeamiento de la calidad, (c) auditoría y evaluación de la calidad, (d) diseño del producto, (e) gestión de la calidad del proveedor, (f) control y mejoramiento del proceso, (g) educación y entrenamiento, (h) círculos de la calidad, y (i) enfoque hacia la satisfacción del cliente; analizando y describiendo cada uno de ellos. Para el levantamiento de datos se hicieron entrevistas semiestructuradas a Gerentes y Jefes de tienda de las empresas más representativas de Lima Metropolitana. Los resultados mostraron que el nivel de cumplimiento global, en una escala likert de 1 a 5, es de 3.9 que representa a “Cumple Casi Siempre”. Para los resultados específicos, el factor con mayor valor es planeamiento de la calidad con un resultado de 4.5 que representa “Cumple Siempre” y el factor con el menor valor es enfoque a la satisfacción del cliente con un resultado de 2.7 que representa a “Cumple Muchas Veces”.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales.**

Gomez, Quezada, & Chinnock, (2020), *Consumo de frutas y vegetales en la población urbana costarricense: Resultados del Estudio Latino Americano de Nutrición y Salud (ELANS)-Costa Rica*.

Resumen: Introducción: El consumo suficiente de frutas y vegetales ha sido ampliamente asociado con diversos beneficios para la salud, entre ellos, el actuar como factor protector contra el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles, cáncer y enfermedades mentales. La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda un consumo diario de 400 gramos entre frutas y vegetales. Este estudio tuvo como objetivo la caracterización del consumo de frutas y vegetales, según variables sociodemográficas en la población costarricense y el cumplimiento de la recomendación de la OMS.

Metodología: Los datos se obtuvieron del Estudio Latino Americano de Nutrición y Salud (ELANS)-Costa Rica. Se reclutaron 798 sujetos de 15 a 65 años, residentes en zonas urbanas del país, y se evaluó el consumo de alimentos mediante dos recordatorios de 24 horas. El consumo de frutas y vegetales se analizó según el sexo, el grupo de edad y el nivel socioeconómico. Resultados: Se encontró un consumo promedio de frutas y vegetales de 220g/d/p; el cual incrementó con la edad ( $p=0.035$  entre el grupo de 15 a 19 años y el grupo de 50 a 65 años) y con el nivel socioeconómico ( $p=0.004$  entre el NSE bajo y medio). Sin asociación con el sexo y al nivel educativo ( $p>0.05$ ). Solamente el 12.0 % de la población urbana costarricense cumple con la recomendación de la OMS. Conclusiones: Los datos obtenidos ponen en evidencia la necesidad de la implementación de programas e intervenciones adaptados a las características y preferencias de la población costarricense para la promoción del aumento en el consumo de frutas y vegetales. Es necesario extender estos estudios a la población rural de Costa Rica, pues el consumo y los factores asociados a este, podría ser diferente entre regiones. Palabras clave: Costa Rica, consumo de frutas, consumo de vegetales, hábitos alimentarios, población urbana.

Martinez, Zavala, & Velez, (2019) En su, *“Plan de negocio para la creación de una franquicia de elaboración y comercialización de smoothies en la ciudad de Guayaquil”*.

Resumen: La presente investigación propone un modelo de franquicia que elabore y comercialice Smoothies producidos a base de frutas naturales, yogurt light y endulzados con stevia, como parte de una solución al consumo de alimentos sanos, nutritivos y sabrosos. En base a esto, se elabora un plan de negocio en el que se realiza un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de las personas de la ciudad de Guayaquil y determinar las estrategias de marketing más eficientes en base a una estructura organizacional determinada. En el proyecto de investigación se empleó un tipo de investigación descriptiva y un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. Se

tomaron en cuenta la elaboración de entrevista, dirigida a dueños de marcas conocidas en el sector de la Alborada y encuestas a una muestra determinada por la población infinita. Consiguientemente, los resultados demostraron que existe competencia directa con más de 10 años en el mercado con precios competitivos entre \$1,75 a \$2,50. Este tipo de negocios que fueron ejecutados por consecuencia de la falta de oportunidades laborales y empleo. En las encuestas se determinó que la innovación en este tipo de productos alimenticios es fundamental para el éxito, sobre todo por la preocupación de las personas en mejorar su alimentación y su salud. En esta parte influye la preferencia de stevia, como endulzante de las bebidas y la publicidad como medio llamativo para dar a conocer el servicio y el nombre de la franquicia. Finalmente se determinó la rentabilidad del proyecto en un TIR de 268.12% y un VAN de aproximadamente de \$300.000, lo cual genera aceptación del Proyecto.

**Palabras Clave:**

Smoothies - Plan de Negocios – Franquicia - Frutas y vegetales - Factibilidad - La Alborada – Distribución – Comercialización.

Nuñez, Collante, & Galeano, (2019) en su investigación. *Impacto de la estrategia de entrega de frutas con educación nutricional sobre el estado nutricional y consumo frutas en escolares de la Escuela pública héroes luqueños de la comunidad de Jukyry Luque, Paraguay*. Resumen: En Paraguay, más del 50% de la población adulta presenta sobrepeso y obesidad, lo cual a su vez es un detonante para la génesis de otras afecciones como la diabetes y las enfermedades cardiovasculares. Hacer hincapié en la prevención es importante para disminuir la incidencia de las enfermedades crónicas no trasmisibles. Es importante desarrollar intervenciones que incidan en la formación de hábitos alimentarios saludables en niños y adolescentes de manera que contribuyan a la prevención de enfermedades. El objetivo del estudio fue evaluar el impacto de la entrega de frutas con educación nutricional sobre el estado nutricional y consumo de frutas,

además de evaluar la aceptabilidad de la intervención en adolescentes del séptimo grado de la Escuela Héroes Luqueños. Estudio cuasi- experimental en el que se realizó la evaluación de una intervención educativa que consistió en talleres sobre la importancia de consumir frutas para alumnos, docentes y padres con posterior entrega de frutas. Se realizó la evaluación pre y post intervención del estado nutricional y del conocimiento sobre consumo de frutas. Se hallaron diferencias significativas ( $p < 0,05$ ) entre antes y después de la intervención en el promedio de circunferencia de cintura de los adolescentes, no así los indicadores IMC y talla. La entrega de frutas tuvo gran aceptación entre los adolescentes que participaron del estudio, por lo que se recomienda seguir con este tipo de intervenciones.

Palabras clave: educación nutricional, alimentación escolar, obesidad.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1. Antecedentes Generales.**

#### **Historia de las Juguería Natural**

La relevancia de la fruta en la alimentación humana se adaptó de forma muy efectiva desde la prehistoria, hasta el punto de que los antiguos la consideraban de comida de los dioses y le concedían propiedades mágicas o divinas.

De igual manera, constan muchas referencias de ofrendas a los dioses y de templos colmados de fruta y, aún en nuestra época, se realizan votos de fruta a los dioses en algunas culturas como la India.

Según (Asozumos, 2011, p. 15). La historia de la fruta y de sus jugos es, en su origen, la historia de dos zumos fermentados, el vino de la uva y la sidra de la manzana y también de la tecnología aplicada para la extracción del jugo de otro cultivo mediterráneo, el olivo, mediante las prensas de aceite. La fermentación de los jugos de la uva y la manzana no es más que un método de conservación.

Los jugos son alimentos que se han adaptado a las necesidades de los consumidores. Ha sido así desde su origen antes de la revolución industrial, a partir de entonces, los alimentos naturales adquirieron mayor protagonismo debido a que la población comenzó a buscar alternativas para consumir nuevos productos. Por otra parte, en la evolución de la humanidad, la dieta ha sido uno de los factores determinantes. A partir de entonces la alimentación ha experimentado diversas transformaciones.

Los smoothies no son una creación norte americana ni nada por el estilo. Se remontan siglos de culturas de todo el mundo, y a los famosos «granizados de frutas» de Suramérica. Sin embargo es más fácil decir que los batidos son del norte de nuestro continente, una bebida hecha a base de puré de frutas, Se inició en la década de 1920, cuando Julius Freed, un joven con un estómago sensible, comenzó a buscar una manera de disfrutar de zumo de naranja recién exprimido.

Su estómago no podía manejar la acidez de naranjas recién exprimidos, así que encontró una forma y unos pocos ingredientes escogidos para que fuera menos ácido y un poco espumoso. Abrió también una tienda, “Orange Julius”.

Aprovechando la idea y el concepto de zumos de fruta licuada de Brasil y otros países, diferentes personas crearon diferentes recetas. La invención de la licuadora y el refrigerador simplemente hizo la bebida más popular y más accesible a más personas.

En 1970, un adolescente intolerante a la lactosa llamado Steven Kuhnau comenzó a hacer batidos con el fin de ser capaz de disfrutar de algo similar a los batidos que bebían la mayoría de sus compañeros. Incapaz de digerir batidos normales debido a su intolerancia a la lactosa, creó mezclas frías de fruta fresca, hielo, con los nutrientes y el jugo de fruta en su punto justo.

Se puso contentísimo al ver que no solamente sabían muy ricos, sino que le ayudaron a controlar sus alergias, así como los niveles de azúcar en sangre. Emocionado por su propio

invento, Kuhnau abrió una tienda de alimentos saludables llamada “Smoothie King” (El rey Smoothie), y empezó a vender vitaminas junto a sus bebidas saludables.

Sin embargo, Kuhnau no inventó el nombre. Simplemente lo convirtió en una marca, diciendo que la primera vez que escuchó la palabra en referencia a las bebidas a base de zumos de frutas y frutas hechas por «hippies» a finales de los 60.

No fue hasta que Kuhnau abrió su tienda de alimentos saludables y llamó a sus bebidas «smoothies», para atraer a los hippies que ya eran conscientes de la salud y que sabían lo que significaba el término, que el nombre se disparó como la espuma. Ahora, con más de 600 tiendas «Smoothie King» en todo el país hoy en día, es poco probable que el nombre vaya a cambiar (Rada, 2019, párr. 1, 2, 3).

### **2.2.2. Clasificación del producto y/o servicio.**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda consumir cinco porciones o 400gramos diarios entre frutas y verduras para fomentar una buena salud.

Así mismo, la clasificación y compatibilidad entre las frutas y los alimentos que consumimos diariamente es un reto adicional.

Sin embargo, obtenemos la manera adecuada de realizarlo, lograremos hacer que nuestro organismo pueda asimilar mejor, y generar la aceptación por parte de los niños.

Según Morales (2007), creador de la frutoterapia y presidente de la Asociación Mundial de Frutoterapia y Medio Ambiente, “las frutas se clasifican en 4 grandes grupos; dulces, ácidas, semiácidas y neutras” (párr. 6).

**Dulces:** Son el grupo más amplio y se distinguen por ser compatibles entre sí excepto la patilla y el melón que se deben consumir solas. Son ricas en Vitaminas A, C, E, Complejo B12 y B15.

**Ácidas:** Se caracterizan por ser ricas en ácidos complejos. Son de gran ayuda para

disminuir triglicéridos, colesterol y ácido úrico.

**Semiácidas:** Tienen ácidos menos fuertes y más simples que las ácidas. Son ricas en proteínas de alto valor biológico.

**Neutras:** son las más ricas en proteínas, vitaminas, sales minerales

### 2.2.3. Proceso del producto y/o servicio.

#### *Producto:*

**Compra** de la materia prima y verificación que se encuentre en buenas condiciones. Se tiene que verificar que nos estén golpeadas, cortadas, y que no presenten manchas oscuras.

**Recepción** de la materia prima, desinfección aplicando los protocolos contra covid-19, verificación que se encuentre en buenas condiciones. Se tiene que verificar que nos estén golpeadas, cortadas, y que no presenten manchas oscuras.

**Almacenado** de la materia prima, desinfección y separación de los productos por variedad.

**El cortado** de la fruta en trozos pequeños para hacerlo más manejables en el proceso de licuado. En este proceso se quitará las semillas y la cascara que cubre el fruto.

**Licuado** de la fruta desmenuzar al máximo la parte sólida. En este proceso se adicionará la miel, leche y el agua.

**Colado.** Eliminación de la pulpa y hebras que no se lograron desmenuzar.

**Servir.** Aplicar el envasado o servido de acuerdo a los protocolos contra covid-19 para finalmente llegar al cliente.

#### **Servicio:**

La Juguería contará con el mobiliario adecuados para que las personas puedan ir al establecimiento disfruten nuestros productos y puedan tener un tiempo de relax ya sea acompañados o solos, contarán con internet para trabajar o simplemente pausar en su rutina diaria.

El cliente podrá visualizar la variedad de nuestros jugos, el cual se le brindará información

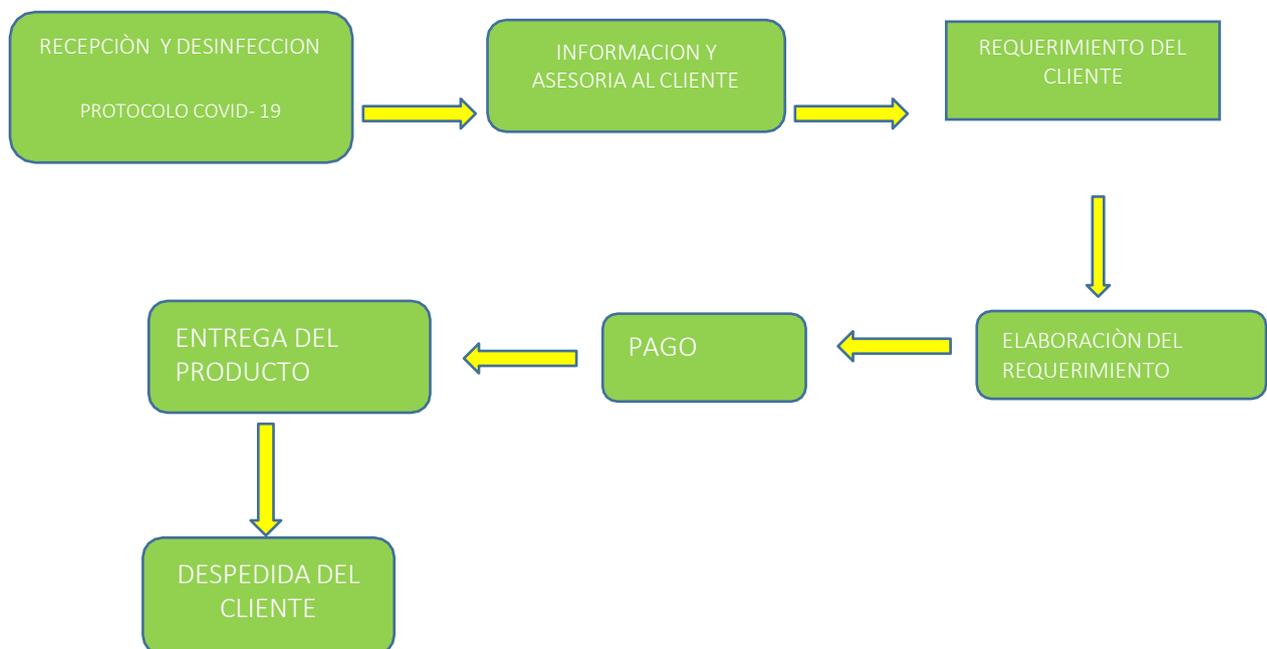
y asesoría para que pueda quedar satisfecho con el producto.

Se brindará degustaciones y promociones con el fin de fidelizar clientes.

Los productos se cancelarán con diferentes medios de pago como: tarjeta (visa y MasterCard) o se utilizaran los sistema de yape, plim o en efectivo, para que no tenga ninguna dificultad a la hora de querer acceder algún producto que ofrecemos.

Así mismo se ofrecerá pedidos por delivery.

### *Flujograma de Atención*



*Figura 1: Proceso de Atención*

*Fuente: Elaboración Propia.*

#### **2.2.4. Conceptos generales.**

**Jugo:** El zumo, o jugo, es la sustancia líquida que se extrae de los vegetales o frutas, normalmente por presión, aunque el conjunto de procesos intermedios puede suponerla cocción, molienda o centrifugación de producto original. Generalmente, el término hace referencia al líquido resultante de exprimir un fruto. Así, el jugo o zumo de naranja es el

líquido extraído de la fruta del naranja. A menudo se venden zumos envasados, que pasan por un proceso durante su elaboración que les hace perder parte de sus beneficiosas propiedades nutricionales (RAE, boletinagrario.com, s.f.).

**Loncherita Saludable:** La Lonchera es una comida muy importante, debe cumplir ciertos requisitos nutricionales con el fin de que los niños crezcan sanos y fuertes.

En la infancia y la niñez se forman los hábitos alimentarios para toda la vida, si desde pequeños aprenden a consumir alimentos nutritivos tendrán una mejor calidad de vida, ya que está demostrada la estrecha relación entre la alimentación y la prevención de enfermedades (sobrepeso, diabetes, cardiovasculares, etc.) (Vidal, s.f.).

**Negocio:** Es una actividad económica que busca obtener utilidades a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Puede incluir una o varias etapas de la cadena de producción tales como: extracción de recursos naturales, fabricación, distribución, almacenamiento, venta o reventa (Roldán, s.f.).

**Producto:** Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (Marketing – Free, 2009, párr.1).

**Vida Saludable:** Se entiende por vida saludable a aquella forma de vida en la cual la persona mantiene un armónico equilibrio en su dieta alimentaria, actividad física, intelectual, recreación (sobre todo al aire libre) descanso, higiene y paz espiritual (DeConceptos.com, s.f.).

### **2.2.5. Definición de términos básicos.**

**Calidad:** Es un conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere satisfacer una necesidad explícita (Marrero, 2016 párr, 42).

**Cliente:** Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa (Enclave RAE, 2018, párr. 1).

**Capacitar:** Hacer alguien apto, habilitarlo para algo (Enclave RAE, 2018, párr. 1).

**Fruta:** Fruto comestible de ciertas plantas cultivadas; p. ej., la pera, la guinda, la fresa, etc. (RAE, [dle.rae.es](http://dle.rae.es), 2019).

**Refrigerio:** Pequeña cantidad de comida que se toma entre horas, generalmente para aguantar el hambre hasta el momento de la comida (RAE, 2019, párr. 1).

### **III. Marco Metodológico**

### 3.1. Tipos y Diseño de Investigación

La Metodología de mi investigación es cuantitativa.

#### **Tipo: Descriptiva**

Según Tamayo (2006). Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones (párr. 11).

Refiere Bernal (2006), en la investigación descriptiva, se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos o características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones del porqué de las situaciones, de los hechos, fenómenos, etcétera; la investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental (párr. 5).

Según Arias (2012), define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (p.24).

## **Diseño de investigación:**

### **No Experimental:**

Kerlinger y Lee (2002) nos dicen que la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente (p. 504).

Arnau (1995) utiliza el término investigación no experimental para denominar genéricamente a un conjunto de métodos y técnicas de investigación distinto de la estrategia experimental y cuasi-experimental (p. 35).

Para Sampieri (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante el cual se recolectan los datos, estos son: diseño transversal, donde se recolectan los datos, en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir las variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, y el diseño Longitudinal, donde se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y sus consecuencias.

## **3.2 Población, muestra y muestreo**

### **Población:**

Según Arias (2006) define población o población objetivo a:

Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio (p. 81).

También expresa Palella y Martins (2008), que la población es: “un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones” (p.83).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

### **Muestra:**

La muestra según Arias (2006). La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible (p. 83).

Según Zorrilla y Torres (1992). Señalan que el muestreo es una técnica que consiste en la selección de una muestra representativa de la población o del universo que ha de investigarse, el muestreo establece los pasos o procedimientos mediante los cuales es posible hacer generalizaciones sobre una población, a partir de un subconjunto de la misma, con ayuda de las muestras inferimos: a) alguna o algunas propiedades del universo donde se obtienen, y b) no tener que estudiar exhaustivamente todos los elementos que lo componen, además las dos grandes ventajas del muestreo son la economía y la rapidez en la obtención de los datos (p. 76-77).

En consecuencia, según Rodríguez (2005), define la población finita “como el momento que se conoce cuantos elementos tiene la población” (p.85).

Colocar la fórmula de muestra y mencionar el total a aplicar

- Muestra = (n)
- Población = 23,503.00
- Porcentaje de confianza 95% = 1.96
- Variabilidad positiva = 0.5
- Variabilidad negativa = 0.5
- Porcentaje de error de 15% = 0.15

Se determina en mi investigación que la muestra (44) a la cual hago referencia estará comprendida dentro de la población del distrito de Cieneguilla quien cuenta con una población de 34,684.00 habitantes según el INEI.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 34,684}{34,684 \times 0.15^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.25 \times 34,684}{34,684 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.2}$$

$$n = \frac{3.84 \times 34,684}{324 + 0.96}$$

$$n = \frac{23,503.00}{325} = n = 44$$

### **Muestreo:**

Según el autor Arias (2006), define muestreo como “un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra” (p. 83).

Así mismo el autor Mata (1997). Nos dice que, el muestreo estratificado busca respetar para la muestra esa distribución de la población. "La ventaja de este procedimiento es que se reduce posibles desbalances, (la posibilidad de que en la muestra de nuestro poblado, salgan seleccionados más hombres que mujeres, o más personas de una edad que los debidos" (p. 47).

Del mismo modo, según la autora Gallego (2006), define muestreo no probalístico accidental como “la selección de los sujetos de estudio, que se hace sobre la base de su presencia o no, en un lugar y momento determinado” (p. 59).

### 3.3 Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos

#### Encuesta

Según Malhotra (2004), las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (p. 115 y 168).

Para Trespalacios, Vázquez y Bello (2005), las *encuestas* son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo (p. 95).

Del mismo modo para Visauta (1989), las encuestas es, "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes" (p. 259). Cuestionario

Según la tesis defendida por Sudman y Bradburn (1982), es el elemento esencial para maximizar la validez de los datos obtenidos en la evaluación o en la investigación por encuesta (p. 317).

Hurtado (2000), señala que "el cuestionario es una serie de preguntas relativas a una temática, para obtener información" (p. 469).

Según Autores Arias Fidiás (2004) señala que "el cuestionario es una modalidad de encuesta. Se realiza de forma escrita con serie de preguntas" (p. 72).

**Encuesta**

Buen día, estamos realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de una Empresa de jugos “GREEN WAYU”. En el Distrito de Cieneguilla. Le agradeceremos brindar unos minutos de su tiempo y responder sinceramente las siguientes preguntas.

**Marque las alternativas que usted prefiera.**

Sexo      F      M

1).- ¿Cuál es su edad?

- a) De 18 a 30.
- b) De 30 a 45.
- c) De 45 a 60.
- d) De 60 a más.

2).- ¿En qué sector del distrito vive?

- a) Sector 01.
- b) Sector 02
- c) Sector 03.
- d) Sector 04.

3).- ¿Con que frecuencia consume jugos?

- a) Todos los días
- b) Cada tres días
- c) Muy rara vez.
- d) No consumo.

4).- ¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta?

- a) Sabor.
- b) Cantidad.
- c) Calidad.
- d) Costo.

5).- ¿Te gustaría que la Juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto?

- a) Me parece buena idea que me ofrecieran combinaciones.
- b) Prefería elegir mis propias combinaciones.
- c) Me gustaría que ofrecieran las dos opciones.
- d) Otro \_\_\_\_\_

6).- ¿Te gustaría que existiera una juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional?

- a) Totalmente de acuerdo.
- b) De acuerdo.
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- d) En desacuerdo.

7).- ¿Te gustaría que la Juguería te ofrecieran un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?

- a) Totalmente de acuerdo.
- b) De acuerdo.
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- d) En desacuerdo.

8).- ¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos?

- a) Decoración del local.
- b) Higiene del local y de personal.
- c) El servicio.
- d) Otro \_\_\_\_\_.

9).- ¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?

- a) El empaque sea llamativo.
- b) Que este de oferta.
- c) Que me lo recomiende un amigo

d) Otros \_\_\_\_\_

10).- ¿Cuánto suele pagar usted por un jugo?

- a) Entre S/3.50 a S/5.00
- b) Entre S/6.00 a S/8.00
- c) Entre S/9.00 a S/15.00
- d) Entre S/15.00 a más.

11).- ¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos?

- a) Por los medios de comunicación (radio, tv)
- b) Por las redes Sociales (facebook, Instagram, whatsapp)
- c) Por volantes, afiches
- d) Otros \_\_\_\_\_

12).- ¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento?

- a) Buena atención
- b) Calidad del producto
- c) Higiene
- d) Precios

13.- ¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento?

- a) De 7:00 am a 10 am
- b) De 11:00 a 14:00 pm
- c) De 15:00 pm a 18:00 pm
- d) De 19:00 pm a 22:00 pm

14.- En la actualidad se han implementado diferentes protocolos de seguridad para la salud contra el covid-19, ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio?

- a) Lavado de manos y desinfección de zapatos
- b) Lavarse la mano, desinfección de zapatos, Toma de Temperatura

- c) Tomado de temperatura, desinfección con alcohol gel y desinfección de zapatos
- d) Solo desinfección de manos con alcohol y zapatos.

### **3.4 Validación y confiabilidad del instrumento**

#### **Validación**

Según lo indica Chávez (2001) la validez “Es la eficacia con que un instrumento mide lo que se pretende” (p. 75).

Referente a la validez, Hernández et al. (2005) la definen como “el grado en el que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 277).

Según Hernández (2003) indican que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados (p. 243).

#### **Confiabilidad**

Rusque (2003). La fiabilidad, confiabilidad, consistencia y credibilidad de la investigación se logra a través del análisis de la información, lo cual permite internalizar las bases teóricas, el cuerpo de ideas y la realidad (p.134).

Hernández et al (2003), indican que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados (p. 243).

Como señala Hidalgo, la confiabilidad depende de procedimientos de observación para describir detalladamente lo que está ocurriendo en un contexto determinado, tomando en cuenta para ello el tiempo, lugar y contexto objeto de investigación o evaluación, para poder así intercambiar juicios con otros observadores sean estos investigadores o evaluadores. De allí que la confiabilidad representa el grado de similitud de las respuestas observadas entre el contexto del investigador o evaluador y el investigado o evaluado.

## Prueba Piloto

Tabla 1: Formula de la prueba piloto

<b>K</b>	14
<b><math>\sum V_i</math></b>	10.0
<b><math>V_t</math></b>	5.684
<b>SECCION 1</b>	1.077
<b>SECCION 2</b>	-0.767
<b>ABSOLUTOS S2</b>	0.767
<b><math>\alpha</math></b>	0.825

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

### 3.5 Procedimientos de recolección de datos

Se ejecutó la aplicación de la prueba piloto a un total de 15 personas pobladores del distritode Cieneguilla, mediante el formulario Google enviado por la red social Whatsapp, fue realizada el día sábado 07 de Noviembre a las 11:00 am, a personas de diferentes edades entrevarones y mujeres que desarrollaron el formulario sin ningún problema, esta prueba piloto tuvo una duración de cuatros horas aproximadamente. Después se procesaron los

resultados en una base de datos con el alfa de Cronbach para ver la confiabilidad del proyecto.

Posterior a la prueba piloto, se ejecutó la recolección de datos de la muestra real donde se encuestó a 44 pobladores de Cieneguilla de sus distintos sectores. Las encuestas fueron aplicadas el día domingo 08, hasta el viernes 13 de Noviembre, fueron entregadas a personas que oscilan de 20 a 50 años de edad entre hombres y mujeres. Usando las redes sociales como: Whatsap y Messenger para realizar el envío de cada cuestionario. Finalmente los formularios fueron desarrollados sin ningún problema e interrogante del mismo.

### 3.6 Métodos de análisis e interpretación de datos

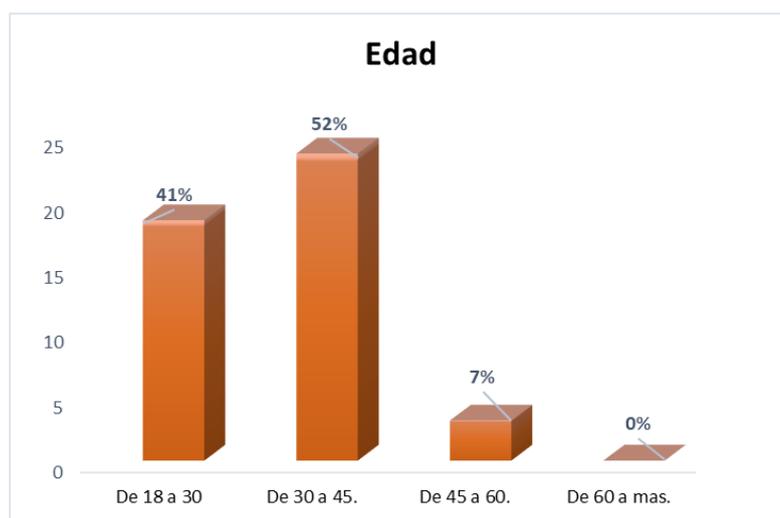
#### Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 2 y la figura 2 se observa que el resultado obtenido es que el 41% (18 personas) manifiestan tener de 18 a 30 años, el 52% (23 personas) manifiestan tener de 30 a 45 años, el 7% (3 personas) manifiestan tener de 45 a 60 años y el 0% (0 personas) manifiestan tener de 60 a más años. Lo cual determina que las personas que tienen de 30 años a más serán mis potenciales consumidores.

**Tabla 2:** ¿Cuál es su edad?

*Resultados de la pregunta 1*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
De 18 a 30	18	41%
De 30 a 45.	23	52%
De 45 a 60.	3	7%
De 60 a mas.	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 2:* ¿Cuál es su edad?

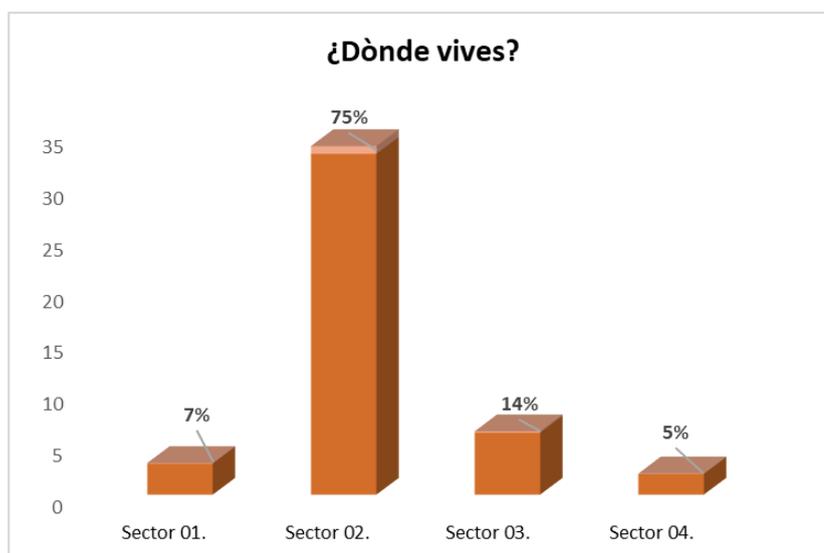
**Pregunta 2:** *¿En qué sector del distrito vive?*

A partir de la encuesta aplicado a las 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 3 y la figura 3 se observa que el resultado obtenido es que el 75% (33 personas) que vive en el sector 2 (Centro Poblado Rural Tambo Viejo), el 14% (6 personas) manifiesta que vive en el Sector 3 (La tercera Etapa, Colca), el 7% (3 personas) vive en el Sector 1 (Asc. Viv. Industriales, Las Cumbres) y el 5% (2 personas) manifiestan que vive en el sector 4 (La libertad, Tinajas). Lo cual determina que más del 50% de personas encuestadas viven en el sector donde se ubicaría el negocio, siendo favorable para mi proyecto.

*Tabla 3: ¿En qué sector del distrito vive?*

*Resultados de la pregunta 2*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Sector 01.	3	7%
Sector 02.	33	75%
Sector 03.	6	14%
Sector 04.	2	5%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 3: ¿En qué sector del distrito vive?*

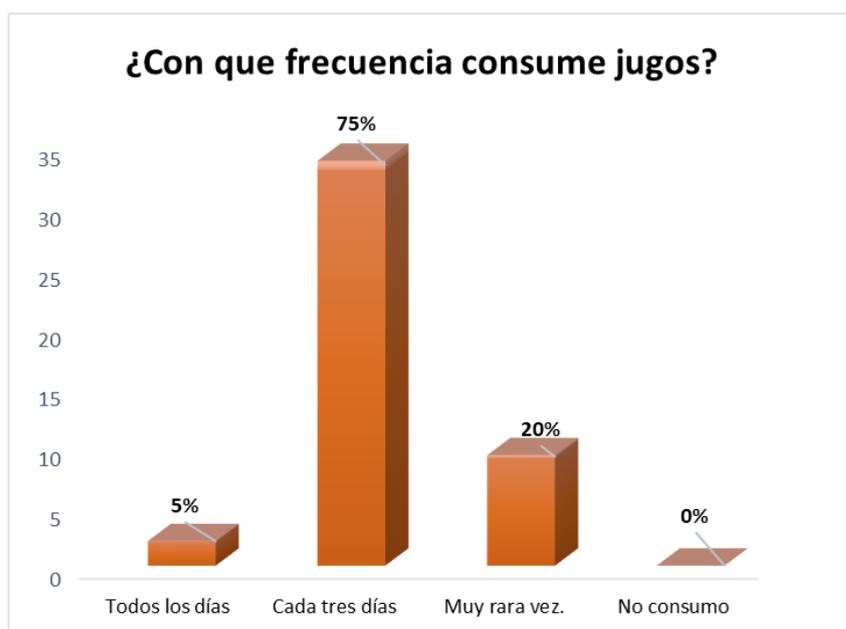
**Pregunta 3:** *¿Con que frecuencia consume jugos?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 4 y la figura 4 se observa que el resultado obtenido es que el 75% (33 personas) son que, consume jugos cada tres días, el 20% (9 personas) manifiesta que muy rara vez los consume, el 5% (2 personas) los consume todos los días y 0% (0 personas) manifiestan que no consume. Lo cual determina que más del 50% encuestada consume algún tipo de jugo y 0% de personas manifestó que no consume.

*Tabla 4: ¿Con que frecuencia consume jugos?*

*Resultados de la pregunta 3*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Todos los días	2	5%
Cada tres días	33	75%
Muy rara vez.	9	20%
No consumo	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 4: ¿Con que frecuencia consume jugos?*

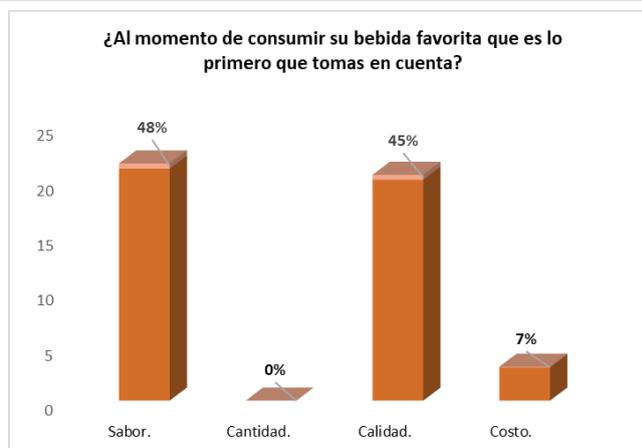
**Pregunta 4:** *¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 5 y la figura 5 se observa que el resultado obtenido es que el 48% (21 personas) son que consideran que es importante el sabor y con 47% (20 personas) manifiesta que la calidad es importante para consumir un jugo; siendo así que solo el 7% (3 personas) piensa que es el costo y 0% (0 personas) considera que la cantidad. Lo cual determina que las personas prefieren el sabor y calidad para consumir un jugo y 0% de personas manifestó que no es importante el costo.

*Tabla 5: ¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta?*

Resultados de la pregunta 4

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Sabor.	21	48%
Cantidad.	0	0%
Calidad.	20	45%
Costo.	3	7%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 5: ¿Al momento de consumir su bebida favorita que es lo primero que tomas en cuenta?*

**Pregunta 5:** *¿Te gustaría que la juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 6 y la figura 6 se observa que el resultado obtenido es que el 57% (25 personas) les gustaría que les ofrecieran las dos opciones, el 23% (10 personas) manifiesta que le parece buena idea que ofrecieran combinaciones; siendo así que solo el 20% (9 personas) piensa crear sus propias combinaciones y 0% (0 personas) otro. Lo cual determina que las personas les gusta crear sus propios sabores; así como que les brinden nuevas experiencias de sabor en los jugos, lo cual es importante para nuestro negocio ya que ofrecemos jugos de distinta variedad.

*Tabla 6: ¿Te gustaría que la Juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto?*

#### Resultados de la pregunta 5

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Me parece buena idea que me ofrecieran combinaciones	10	23%
Prefería elegir mis propias combinaciones.	9	20%
Me gustaría que ofrecieran las dos opciones.	25	57%
Otro	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 6: ¿Te gustaría que la Juguería le ofreciera las combinaciones de frutas para su jugo o prefería elegir las de acuerdo a su gusto?*

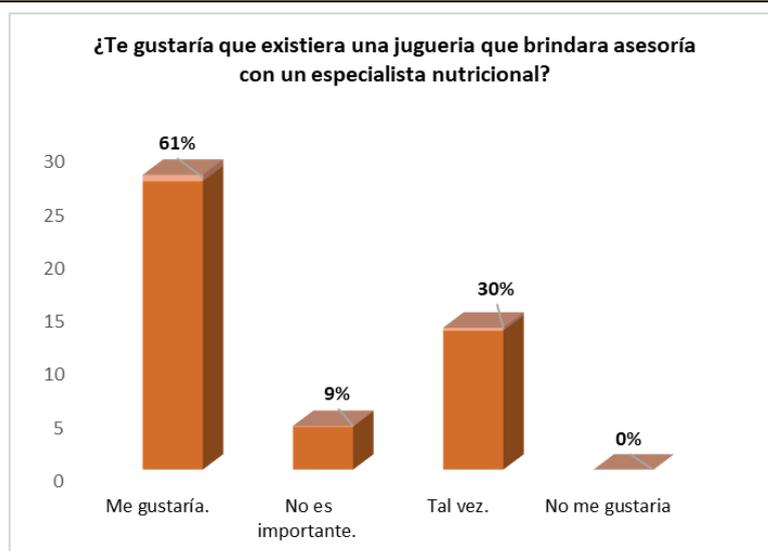
**Pregunta 6:** *¿Te gustaría que existiera una juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 7 y la figura 7 se observa que el resultado obtenido es que el 61% (27 personas) les gustaría que existiera en el distrito una juguería con asesoría nutricional, el 30% (13 personas) manifiesta que tal vez sea buen idea; el 9% (4 personas) piensa no es importante y 0% (0 personas) no le gustaría. Lo cual confirma que cada día las personas toman conciencia de cómo se alimentan; lo cual resulta motivante para nuestro proyecto.

*Tabla 7: ¿Te gustaría que existiera una juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional?*

Resultado de pregunta 6

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Me gustaría.	27	61%
No es importante.	4	9%
Tal vez.	13	30%
No me gustaria	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 7: ¿Te gustaría que existiera una Juguería que brindara asesoría con un especialista nutricional?*

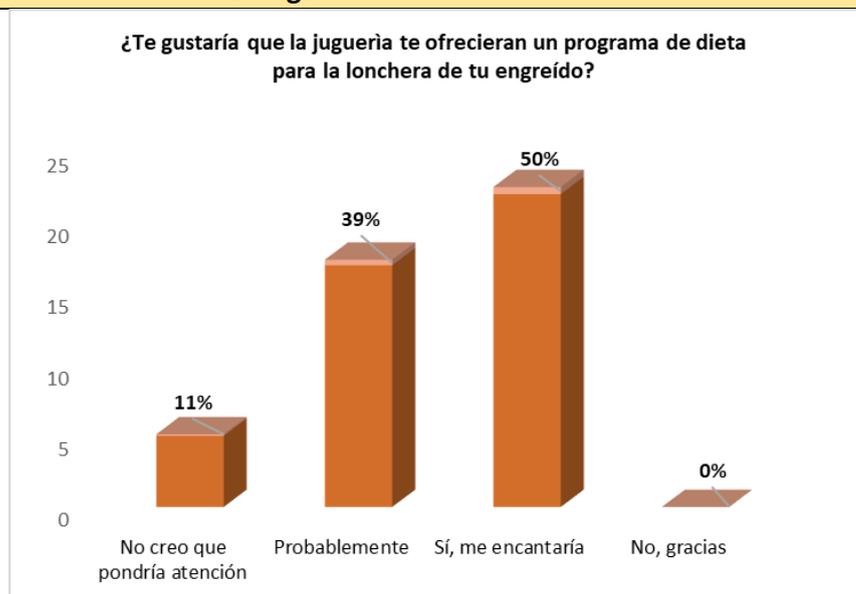
**Pregunta 7:** *¿Te gustaría que la Juguería te ofreciera un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 8 y la figura 8 se observa que el resultado obtenido es que el 50% (22 personas) les gustaría que se ofreciera un programa de dieta para sus niños en el distrito, el 39% (17 personas) manifiesta que probablemente; el 11% (5 personas) piensa no es importante y 0% (0 personas) no le gustaría. Lo cual muestra que se interesarían por nuestra línea de loncheritas saludables.

*Tabla 8: ¿Te gustaría que la Juguería te ofreciera un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?*

Resultado de pregunta 7

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
No creo que pondría atención	5	11%
Probablemente	17	39%
Sí, me encantaría	22	50%
No, gracias	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 8: ¿Te gustaría que la Juguería te ofreciera un programa de dieta para la lonchera de tu engreído?*

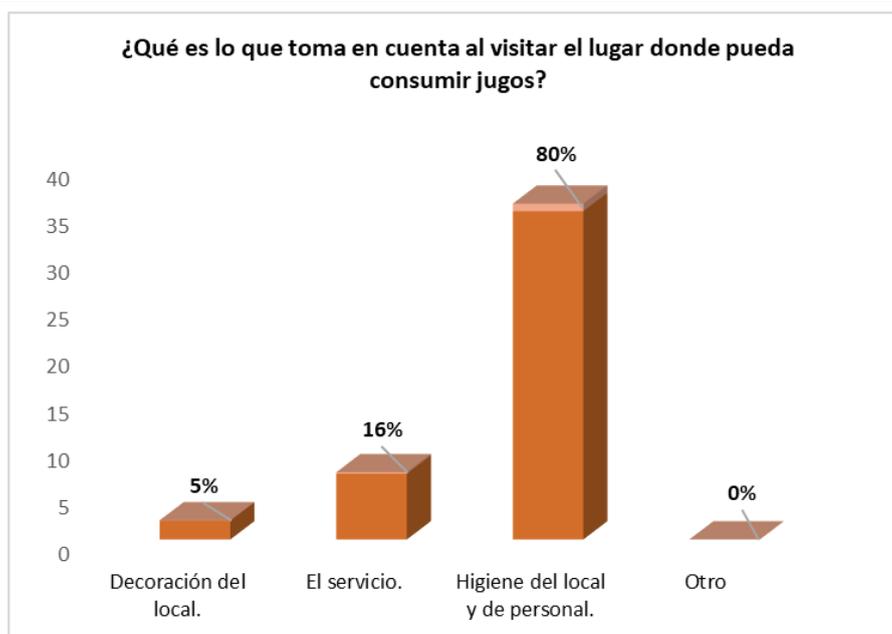
**Pregunta 8:** *¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla en la tabla 9 y la figura 9 se observa que el resultado obtenido es que el 80% (35 personas) toma en cuenta la higiene para consumir un jugo en algún establecimiento, por otro lado solo el 16% (7 personas) es importante el servicio; el 5% (2 personas) piensa que la decoración del local influye para ir a un local y el 0% (0 personas) no manifiesta otra opción. Lo cual confirma que toman en cuenta su salud e higiene.

*Tabla 9: ¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos?*

Resultado de pregunta 8

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Decoración del local.	2	5%
El servicio.	7	16%
Higiene del local y de personal.	35	80%
Otro	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 9: ¿Qué es lo que toma en cuenta al visitar el lugar donde pueda consumir jugos?*

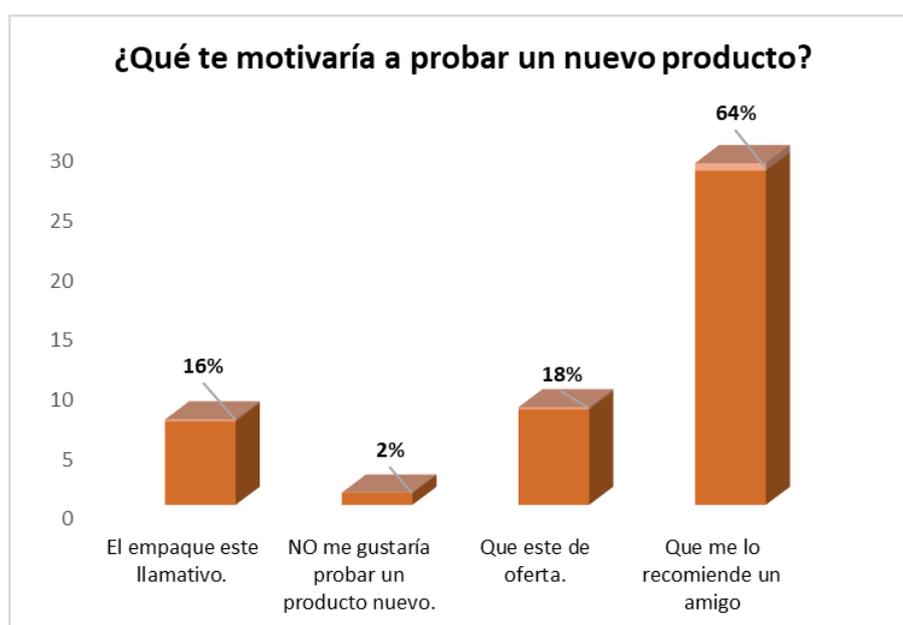
**Pregunta 9:** *¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 10 y la figura 10 se observa que el resultado obtenido es que el 64% (28 personas) toma en cuenta la recomendación de un amigo para poder decidirse a probar un nuevo producto, el 18% (8 personas) si se encuentra de oferta, por otro lado solo el 16% (7 personas) se interesa por un producto por el empaque y el 2% (1 persona) manifiesta no interesarle probar un nuevo producto.

*Tabla 10: ¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?*

*Resultado de pregunta 9*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
El empaque este llamativo.	7	16%
NO me gustaría probar un producto nuevo.	1	2%
Que este de oferta.	8	18%
Que me lo recomiende un amigo	28	64%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



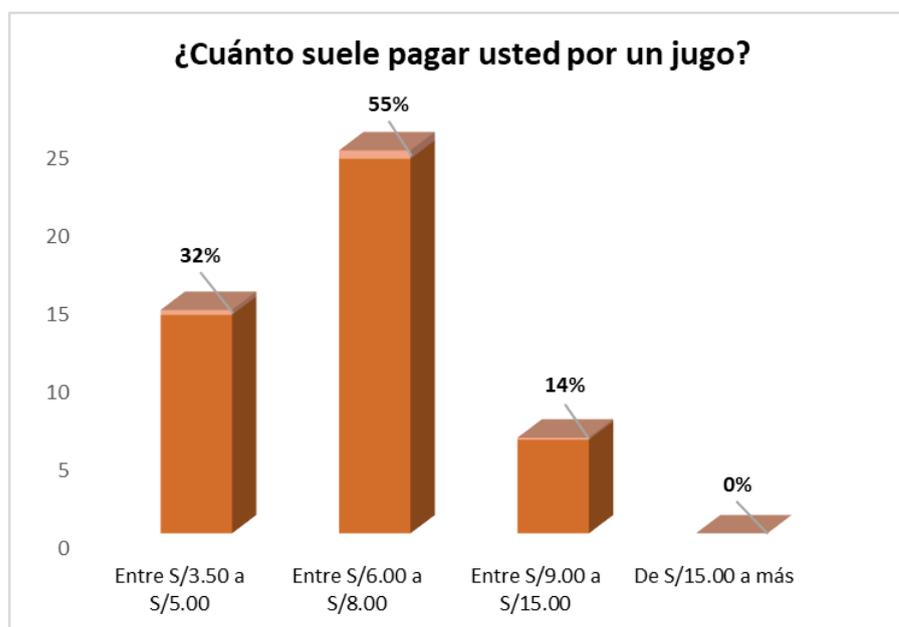
*Figura 10: ¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?*

**Pregunta 10:** *¿Cuánto suele pagar usted por un jugo?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 11 y la figura 11 se observa que el resultado obtenido donde el 55% (24 personas) suelen pagar entre S/. 6.00 a S/. 8.00 soles por un jugo, el 32% (14 personas) nos dice que paga de S/. 3.50 a S/.5.00; el 14% (6 personas) paga entre S/9.00 a S/15.00 y el 0% (0 personas) no paga más de S/.15.00 soles. Por lo tanto nos demuestra que los precios que estamos considerando están en el margen que la población puede acceder a gastar en nuestra juguería.

*Tabla 11: ¿Cuánto suele pagar usted por un jugo? Resultado de pregunta 10*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Entre S/3.50 a S/5.00	14	32%
Entre S/6.00 a S/8.00	24	55%
Entre S/9.00 a S/15.00	6	14%
De S/15.00 a más	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 11: ¿Cuánto suele pagar usted por un jugo?*

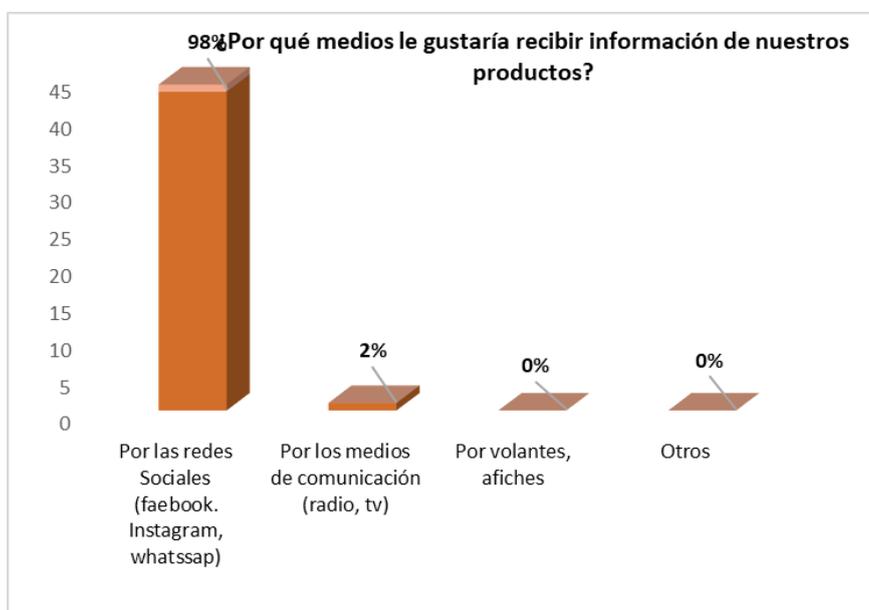
**Pregunta 11:** *¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 12 y la figura 12 se observa que el resultado obtenido donde al 98% (43 personas) casi al 100% prefiere recibir alguna información por las redes sociales y solo el 2% (1 persona) ha considerado recibir información por los medios de comunicación. Esto comprueba que solo se gastaría lo necesario para realizar el marketing y publicidad para mi proyecto.

*Tabla 12: ¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos?*

*Resultado de pregunta 11*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Por las redes Sociales (faebook. Instagr	43	98%
Por los medios de comunicación (radio,	1	2%
Por volantes, afiches	0	0%
Otros	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 12: ¿Por qué medios le gustaría recibir información de nuestros productos?*

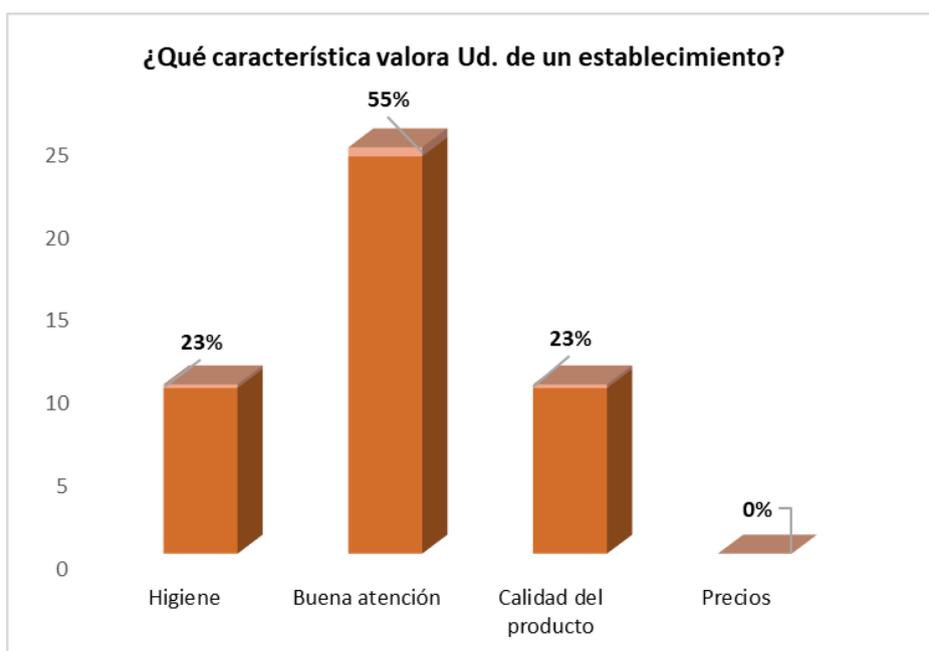
**Pregunta 12:** *¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 13 y la figura 13 se observa que el resultado obtenido donde el 55% (24 personas) manifiestan que lo que valoran de un establecimiento es su buena atención; el 23% (10 personas) valoran la higiene; del mismo modo con el 23% (10 personas) han considerado la calidad del producto y 0% (0 personas) el precio, la mayoría considera que la higiene es el valor de un establecimiento de juguería.

*Tabla 13: ¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento?*

*Resultado de pregunta 12*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Higiene	10	23%
Buena atención	24	55%
Calidad del producto	10	23%
Precios	0	0%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 13: ¿Qué característica valora Ud. de un establecimiento?*

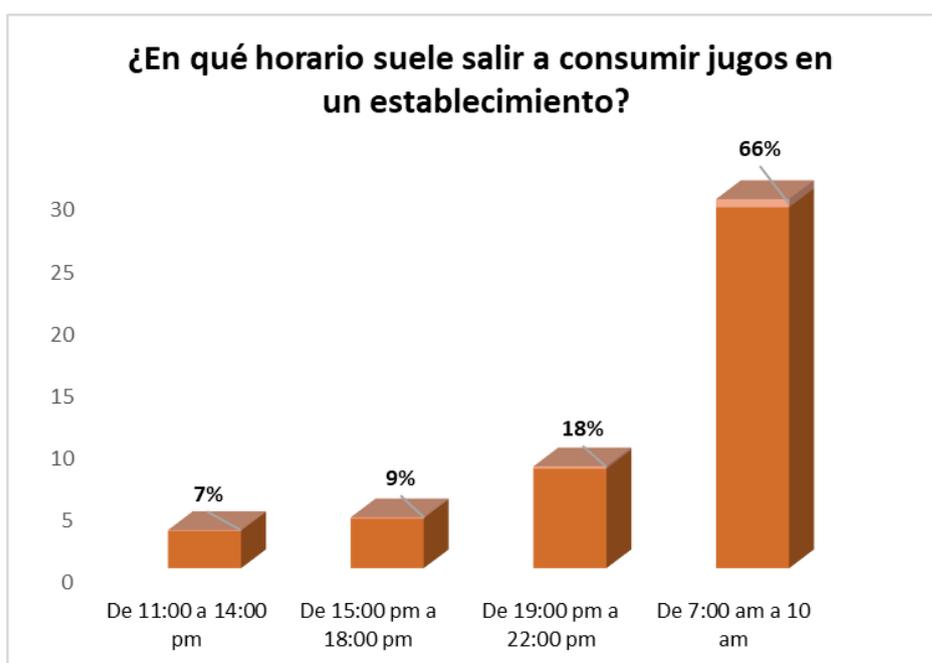
**Pregunta 13:** *¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 14 y la figura 14 se observa que el resultado obtenido donde el 66% (29 personas) manifiestan que el horario para consumir un jugo en un establecimiento es de 7.00 a 10:00 am; le sigue el 18% (8 personas) que lo prefiere realizar en la noche de 19:00 a 22:00; el 9% (4 personas) considera ir de las 15:00 a 18:00, y 0% (0 personas) descarta ir de 11:00 a 14:00 a un establecimiento a consumir un jugo.

*Tabla 14: ¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento?*

*Resultado de pregunta 13*

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
De 11:00 a 14:00 pm	3	7%
De 15:00 pm a 18:00 pm	4	9%
De 19:00 pm a 22:00 pm	8	18%
De 7:00 am a 10 am	29	66%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 13: ¿En qué horario suele salir a consumir jugos en un establecimiento?*

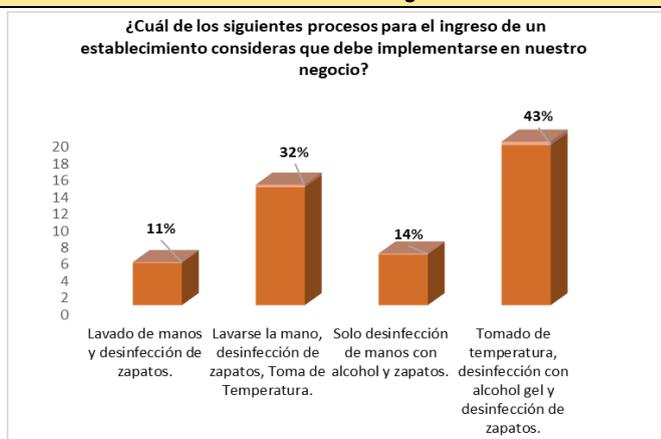
**Pregunta 14:** *En la actualidad se han implementado diferentes protocolos de seguridad para la salud contra el covid-19, ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio?*

A partir de la encuesta aplicada a 44 personas del distrito de Cieneguilla, en la tabla 15 y la figura 15 se observa que el resultado obtenido donde el 43% (19 personas) manifiesta que el proceso de ingreso debe ser; tomado de temperatura, desinfección con alcohol las manos, y la desinfección de los zapatos; el 32% (14 personas) prefiere lavarse las manos, desinfectarse los zapatos y toma de temperatura; 14% (6 personas) solo desinfección de manos y los zapatos con alcohol; el 11% (5 personas) considera que lavarse las mano y desinfectarse los zapatos es suficiente.

*Tabla 15: ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio?*

Resultado de pregunta 14

Alternativas	N° de Personas	Porcentaje
Lavado de manos y desinfección de zapatos.	5	11%
Lavarse la mano, desinfección de zapatos, Toma de Temperatura	14	32%
Solo desinfección de manos con alcohol y zapatos.	6	14%
Tomado de temperatura, desinfección con alcohol gel y desinfección	19	43%
<b>Total general</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>



*Figura 15: ¿Cuál de los siguientes procesos para el ingreso de un establecimiento consideras que debe implementarse en nuestro negocio?*

#### **IV. Descripción del Proyecto**

## **4.1 Misión y Visión**

### **4.1.1 Misión.**

Es brindar un servicio de calidad en todo el proceso, desde la producción a la comercialización de fruta adaptándonos a las necesidades de cada cliente, del mismo modo incentivar lo natural brindando alternativas de vida saludable en un entorno atractivo, relajante e innovador para el bienestar integral de nuestros clientes, además implicar a nuestros empleados trabajando en equipo para lograr la excelencia y posicionarnos como una marca reconocida.

### **4.1.2 Visión.**

Ser una empresa líder a nivel local, nacional e internacional en cuanto a calidad, servicio, productos naturales, sanos y deliciosos. Así mismo, crecer a través de la innovación, la mejora continua y la generación de valor a nuestros grupos de interés.

## **4.2 Ubicación Y Vías De Acceso**

La empresa se desarrollara en la ciudad de Lima, distrito de Cieneguilla. Se cuenta con local propio. El abastecimiento de agua y energía en este lugar es constante y pocas veces presenta interrupciones.

El distrito de Cieneguilla se sitúa en la provincia de Lima Metropolitana, a unos 20 minutos al este de Lima (25 km), a lo largo de la cuenca baja del río Lurín. Limita al Norte con Ate-Vitarte y Chaclacayo, al Sur y Oeste con Pachacámac, y al Este con Antioquía (Provincia de Huarochirí). Tiene una Superficie Total de 240.33 km<sup>2</sup>, Altitud de 300 m.s.n.m.

Tenemos una ubicación estratégica ya que se encuentra en la zona comercial del distrito que es el Centro Poblado Rural Tambo Viejo, exactamente en la Av. Bolivar zn. D, al lado del

Mercado Cooperativo Jhon Lyons, donde la distancia de los consumidores es afluente.

### **Cómo llegar en auto particular**

Para llegar en auto particular se debe ir por la avenida Javier Prado Este cruce con la Av. Aviación, en dirección al distrito de Ate. Luego en el Óvalo Monitor debe tomar la avenida Golf los Incas. Luego tiene que ir por la avenida Raúl Ferrero hasta la avenida La Molina. Esta última avenida deberá recorrerla, seguirla en su totalidad, también cuando cambie a la carretera Cieneguilla. Finalmente deberá voltear, terminada esta vía, hacia la derecha por la avenida San Martín, hasta paradero la cruz, voltear a la izquierda después doblar a la derecha hasta llegar hasta la juguería “Green Wayu Juice”.

**Distancia:** 40 kilómetros.

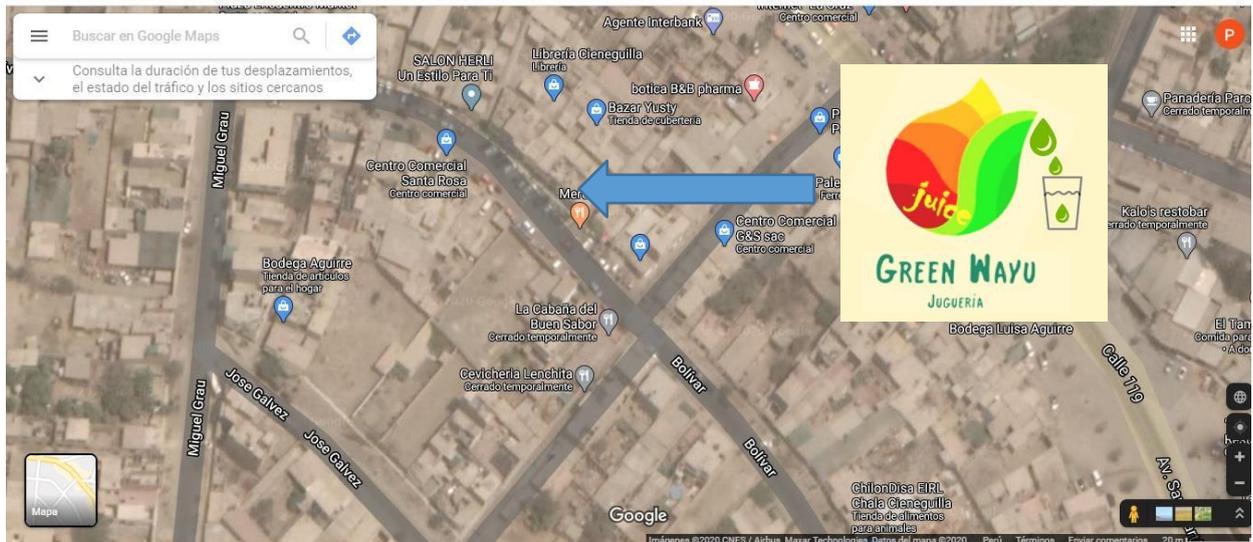
**Tiempo:** 1 hora y media a 2 horas.

### **Cómo llegar en transporte público**

Es sencillo llegar en transporte público, lo que deberás hacer es tomar el microbús que pasapor la avenida Javier Prado Este cruce con Av. La Molina con destino a Cieneguilla, el costo de pasaje es de unos 3 a 4 soles, el carro te dejará en el mismo distrito exactamente en el paradero la cruz, luego caminar por pasaje Santa Rosa, voltear a la izquierda hasta av. Bolívar hasta llegar hasta la juguería “Green Wayu Juice”.

**Distancia:** 38 kilómetros

**Tiempo:** 2 a 3 horas



*Figura 16: Ubicación*

*Fuente: Google Maps*



*Figura 17: Lugar del negocio*

### **4.3 Reglamento Interno**

La Empresa Green Wayu tiene por objeto dedicarse a las actividades de ventas de jugos y snack a base de productos naturales.

El presente Reglamento Interno de Trabajo determina las condiciones a que deben sujetarse los trabajadores de Green Wayu, en el cumplimiento de sus labores. El presente Reglamento se formula respetando las disposiciones legales y convenciones laborales vigentes. En el supuesto no previsto que algún artículo del Reglamento entrara en conflicto con disposiciones legales, pactos y convenios, primarán estos últimos sobre aquel.

#### **Requisitos de Ingreso al Servicio**

Para ser admitido como trabajador de GREEN WAYU es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

1. Ser mayor de 18 años.
2. Contar con la competencia requerida en cada caso de acuerdo a las estipulaciones o requisitos señalados para el puesto.
3. Presentar los documentos de identificación personal, certificado de antecedentes penales y otros exigidos por la Empresa.
4. Obtener la aprobación de ingreso de los niveles correspondientes.
5. Toda persona que ingrese a prestar servicios a la Empresa estará sometida al período de prueba conforme a ley. El derecho a la estabilidad laboral se regirá por las disposiciones legales vigentes.

**Horario:**

Hora de ingreso 8:00 am, hora de salida 5:00 pm cumpliendo las ocho horas de trabajo establecido conforme a ley.

Los colaboradores firmaran su ingreso y salida en un registro de asistencias.

Si se llegara a realizar horas extras serán remuneradas conforme a ley.

Trabajaran de lunes a domingo con un día de descanso rotativo.

Los colaboradores contarán con una hora de refrigerio.

**Derechos y Obligaciones del Trabajador**

El trabajador tiene entre otras, las siguientes obligaciones:

1. Desempeñar sus labores con honestidad, eficiencia y oportunidad, de acuerdo a las funciones que le sean asignadas y a las instrucciones impartidas por su jefatura.
2. Velar porque se cumplan las disposiciones, normas, procedimientos y similares comprendidos en el Sistema de Gestión Integrado de la Empresa, a fin de garantizar la adecuada operatividad de los Sistemas de Gestión de la Calidad, Gestión Ambiental y de Seguridad y Salud Ocupacional.
3. Informar a sus superiores de la necesidad de introducir modificaciones al mejoramiento y seguridad en su trabajo.
4. Informar a su jefe inmediato, de toda anomalía y emergencia en el proceso de producción a su cargo o falla mecánica.
5. Acatar los procedimientos establecidos por la Empresa, estando totalmente prohibido que los trabajadores por iniciativa propia realicen cambios no autorizados.
6. Permanecer en su puesto durante el horario de trabajo, dedicando el íntegro de sus horas de labor a la atención de las funciones que le han sido encomendadas, no pudiendo abandonar éste sin autorización de su jefe inmediato.

7. Comunicar a la empresa cualquier cambio o variación de sus datos personales, familiares, domicilio, etc. caso contrario la Empresa tendrá por cierta la última información proporcionada por el trabajador.
8. Leer los avisos y comunicaciones de la Empresa.
9. El pago de remuneraciones se hará efectivo en las fechas designadas previamente por la Empresa.

**Amonestaciones Y/O Sanciones:**

Se descontará por falta injustificada.

Las tardanzas serán computadas en su totalidad para efectos legales y de registro; sin embargo sólo se descontará de los haberes los minutos de tardanza que excedan a 30 minutos en el mes.

Sera motivo de sanción a los trabajadores que no usen correctamente el uniforme con dos horas más de trabajo sin remuneración.

Se le retirara del trabajo por faltas a la moral.

**Uniforme.**

Se le dará uniforme al colaborador del cual se hará responsable del cuidado y limpieza del buen uso.

El uniforme es uso exclusivo de la empresa, no debe de exhibirse o ser usado fuera.

Se le brindara los EPP necesarios para su seguridad y protección contra el covid - 19.

**Pagos y Gratificaciones:**

Los colaboradores recibirán un pago mensual de acuerdo al contrato establecido.

Los colaboradores recibirán sus gratificaciones de acuerdo a ley.

## **Contratos.**

Los colaboradores serán contratados después de haber cumplido tres meses de laborar en la empresa con todos los beneficios conforme a ley.

Los colaboradores tienen derecho a un mes de vacaciones después de haber cumplido un año en la empresa de acuerdo a ley.

El colaborador deberá de presentar un documento justificado si desea pedir permiso.

El colaborador deberá firmar un contrato de confidencialidad.

## **Valores**

**Orientación al cliente:** Nos preocupamos por satisfacer las necesidades de nuestros clientes, así como de cumplir con sus pedidos y superar sus expectativas.

**Integridad:** Entre nuestros valores defendemos la honestidad, la credibilidad y la equidad.

**Calidad en el producto:** La calidad de nuestros productos es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

**Trabajo en equipo:** Promovemos la colaboración de nuestros trabajadores, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de un objetivo común.

**Bienestar de la sociedad:** Una de nuestras prioridades es generar valor a nuestros productores y a la sociedad en general ya que es vital para la trayectoria de nuestra empresa.

**Conciencia Medioambiental:** La conservación del medioambiente es importante, por ello estamos desarrollando continuamente políticas internas que reduzcan nuestro impacto.

**Confiabilidad;** hacer las cosas bien desde un inicio y todo el tiempo, sin necesidad de ser observados.

**Eficiencia:** satisfaciendo los requerimientos del cliente, tanto en nuestro producto como en el servicio que le brindemos.

**Cabe resaltar que:** como empresa privada dentro de las normas jurídicas del estado

peruano, nos debemos regir en función al D.L. N° 728, el cual regula las normas para trabajadores en sectores privados, el cual detallamos a continuación.

### **Higiene y hábitos del personal:**

Los manipuladores de alimentos deben de mantener una esmerada higiene personal especialmente en el lavado de manos, de la siguiente forma:

- Antes de iniciar la manipulación de alimentos.
- Inmediatamente después de haber usado los servicios higiénicos.
- Después de toser y estornudar utilizando las manos o un pañuelo.
- Después de rascarse la cabeza u otra parte del cuerpo.
- Después de manipular cajas, envases, bultos y otros artículos contaminados.
- Después de barrer, trapear pisos y manipular los recipientes de residuos, limpiar las mesas y todas las veces que sea necesario.
- Los manipuladores de alimentos también deben de observar hábitos de higiene estrictos durante la preparación de los alimentos, tales como evitar comer, fumar o escupir. Ellos deberán tener uñas cortas limpias y sin esmalte y sus manos estarán libres de objetos o adornos personales como joyas, relojes, etc.

### **Vestimenta.**

Los manipuladores de alimentos deben de usar ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, llevar completamente cubierto el cabello y tener calzado apropiado.

Toda vestimenta debe ser lavable, mantenerla limpia y en buen estado de conservación, a menos que ser desechable. El resto del personal debe usar ropa protectora mantenida en buen estado de conservación e higiene. Los operarios de limpieza y desinfecciones los establecimientos deben de usar delantales y calzados impermeables.

### **La Capacitación Sanitaria.**

La capacitación sanitaria de los manipuladores de alimentos es responsabilidad de la administración del establecimiento y tiene carácter obligatorio para el ejercicio de

la actividad, pudiendo ser brindada por las municipalidades, entidades públicas y privadas o personas naturales especializadas. Dicha capacitación debe de efectuarse por los menos cada seis meses mediante un programa que incluya Los Principios Generales de Higiene, Las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas, entre otros.

### **Características de los equipos**

- Los equipos y utensilios que se empleen deben de ser de material de fácil limpieza y desinfección resistente a la corrosión, que no transmita sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos. Deben de ser capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.
- Las tablas de picar deben de ser de material inobservante, de superficie lisa y mantenerse en buen estado de conservación e higiene.

### **Lavado y Desinfección**

Para el lavado y desinfección de la vajilla cubiertos y vasos se debe tomar las siguientes precauciones:

- Retirar primero los residuos.
- Utilizar agua potable corriente, caliente o fría y detergente.
- Enjuagados con agua potable corriente.
- Todo menaje de cocina, así como las superficies de azafates bandejas recipientes de mesa deben de limpiarse lavarse y desinfectarse por lo menos una vez al día.
- La vajilla cubiertos y vasos deben de guardarse en lugar cerrado protegido de polvos e insectos.
- Guardar los vasos y copas y tazas colocándolos hacia abajo.

#### 4.4 Áreas de Establecimiento

- Área de producción: En esta área se elaboraran los diferentes jugos y productos que brindaremos.
- Área de almacén: Es el área donde se hará el control de todos los insumos para la preparación de los productos.
- Área de desplazamiento: Esta área estará libre para poder realizar todas las actividades sin riesgo de algún accidente y para la rapidez del servicio.
- Área de atención: En esta área se realizará la atención al cliente desde la toma de pedido, consumo y pagos del servicio brindado.
- Cada área será debidamente señalizada y se cumplirá el distanciamiento que es requerido para el cuidado y protección contra el covid- 19.

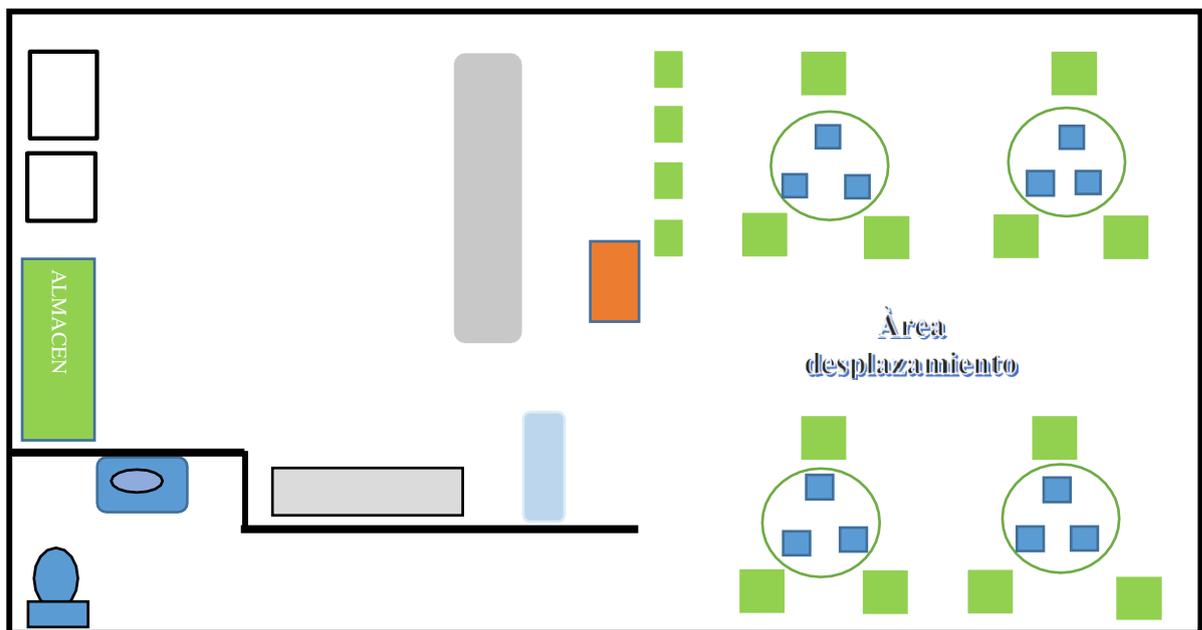
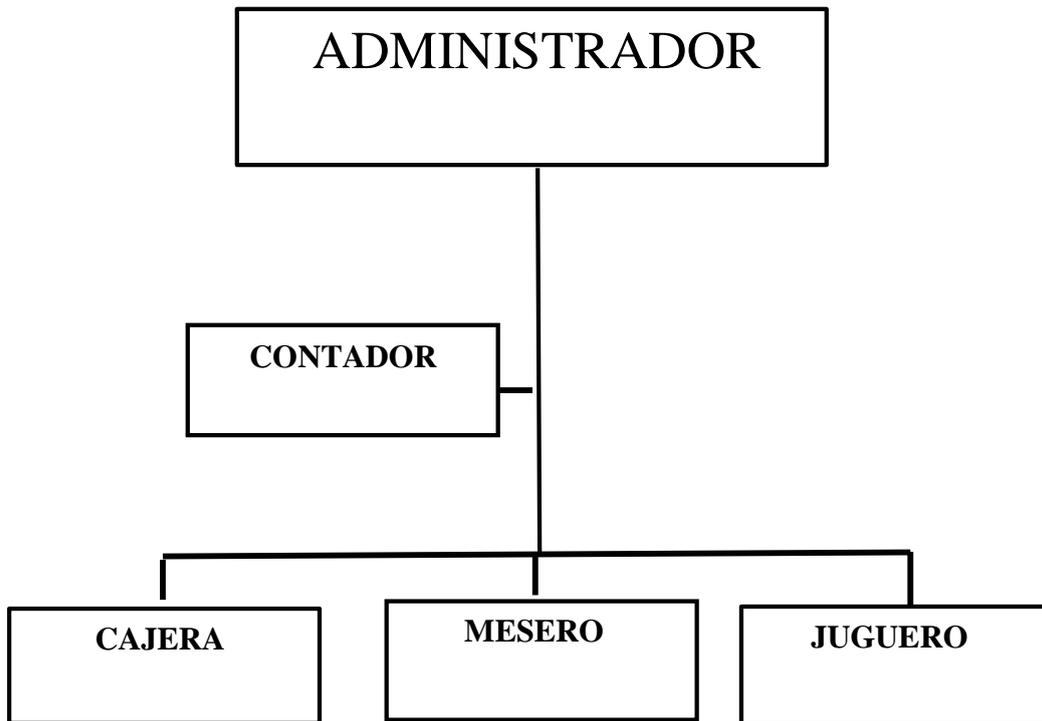


Figura 18: Área de establecimiento.

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5 Estructura organizacional



*Figura 19: Organigrama*

*Fuente: Elaboración propia*

#### 4.6 Manual de operación y funciones (MOF)

##### **Administrador**

El Administrador se ocupa principalmente, de administrar el servicio de la juguería, incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente. Debe ser un formador de personal el 100% de su tiempo y que debe fomentar su liderazgo con el ejemplo, por lo cual debe ser una persona que siempre busca dar solución a los problemas generando situaciones de aprendizaje en el restaurante para fomentar el trabajo en equipo de los colaboradores.

##### **Perfil**

Para ser el administrador de nuestra juguería, se necesita:

Excelente capacidad de comunicación, para estar en contacto con el personal y

con los clientes.

Capacidad de organización para coordinar distintos aspectos del trabajo y para asegurarse de que la empresa sea productiva.

Dotes de liderazgo y motivación.

Disposición para el uso y manejo de equipo y tecnología

Responsabilidad para alcanzar el bienestar común

Capacidad de trabajar con miras a lograr los objetivos de ventas y de rentabilidad.

Es útil saber hablar, como mínimo, una lengua extranjera.

### **Funciones**

- El administrador representa a la Sociedad frente a terceros.
- Controlar el adecuado manejo de los recursos físicos, económicos y humanos de la compañía.
- Participa en el reclutamiento y selección de nuevos individuos para la organización y contratar personal.
- Dirigir la marcha de las operaciones del negocio siguiendo los lineamientos establecidos.
- Definir la política de calidad y servicio de acuerdo con los objetivos de la organización y las expectativas de los clientes asegurando su adecuada participación.
- Fijar los parámetros generales para la elaboración de los presupuestos y planes de negocios.
- Cumplir y hacer cumplir las normas legales, los estatutos y las resoluciones del reglamento.
- Establecer las normas para la aplicación de políticas en las diferentes áreas de la empresa.
- Lograr los objetivos para cumplir las metas.

## **Contador**

Tendrá la responsabilidad de organizar, clasificar, dar seguimiento y crear un registro histórico de los movimientos financieros de las compañías y/o personas físicas (particulares) si es el caso.

Elabora reportes que presentarán siempre cantidades precisas, desglosados hasta en centavos, y deberán coincidir siempre con el total de gastos, ingresos o sea cual sea el tipo de seguimiento que se esté llevando a cabo.

## **Perfil**

- Tener la habilidad de realizar análisis y síntesis
- Proponer soluciones de negocios
- Interpretación de hechos económicos y financieros de una empresa.
- Capacidad de negociación.
- Ser creativo y llegar a formar un líder.
- Capacidades analíticas para el trabajo bajo presión y en equipo, así como para tomar decisiones.

## **Funciones**

- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Registro de asientos contables por Centros de Costos y Gastos.
- Inventarios Generales (Análisis de Variaciones e Informes)
- Conciliación del Inventario en Proceso de las órdenes de producción.
- Liquidación de costos de Producción.
- Análisis de los costos de producción.
- Asignación y revisión de los costos, gastos y presupuesto.

- Estructurar y mantener el plan de cuentas de la contabilidad de costos y los manuales de procedimientos de costos de la empresa
- Controlar el Inventario
- Análisis de costos por productos
- Presupuestos

### **Cajero**

Los Cajeros administran y procesan las transacciones financieras de establecimientos comerciales. Estos individuos se encargan de calcular la cantidad de dinero a ser pagada en virtud de la compra o el consumo del cliente; asimismo, reciben los pagos y entregan las facturas correspondientes. Los Cajeros se sirven de cajas registradoras, escáneres ópticos, computadores, entre otros dispositivos para poder desempeñar sus funciones. El cajero representa una pieza clave y fundamental en cualquier tipo de establecimiento comercial, ya sea un supermercado, un pequeño comercio o unos grandes almacenes.

### **Perfil**

- Secundaria concluida
- Buena Presencia y pulcritud
- Experiencia de 2 años en el ramo
- Responsabilidad y honestidad a toda prueba
- Habilidades numéricas
- Conocimientos en Office y Manejo de sistemas.
- Atención al cliente y ventas.

### **Funciones**

- Cobrar en todas las forma de pago (efectivo y tarjeta de crédito)
- Entregar invariablemente nota de ventas y factura para los clientes que así

lo requieran.

- Registrar todas las ventas en el formato de ingresos.
- Elaborar corte de caja en el cambio de turno y entregar a lacajera del turno vespertino con el formato establecido.
- Atender e informar al cliente lo que necesite saber de nuestros productos y servicios.
- Mantener en excelente presentación su área de trabajo.
- Apoyar a la dirección en cualquier actividad de mejor que se requiera.
- Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameriten.

### **Mesero**

El mesero deberá ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio, simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio a clientes, como: servicio de comedor y bar, conocimientos básicos de nuestros productos.

El mesero no debe actuar de manera servil, sino anticiparse a las necesidades y deseos de los clientes, siempre debe tener cuidado cuando trata con un cliente difícil, no debe discutir jamás con los clientes pues agravaría la situación, sino que debe referir todas las quejas a alguien con autoridad en el área de servicio.

### **Perfil**

- Secundaria completa
- Experiencia a lo menos 2 años
- Cursos en servicio al cliente
- Responsable y trabajo en equipo
- Honestidad y puntualidad
- Inglés básico preferente

### **Funciones**

- Atención al cliente y buen servicio en la mesa

- Conoce todos los tipos de bebidas
- Corta fruta, y se encarga de otros objetos básicos en la decoración de bebidas.
- Se encarga de la limpieza de mesas, estaciones de servicio
- Es responsable del montaje de las mesas.
- Sirve las bebidas a la mesa.
- Recoge vasos y utensilios sucios.
- Mantener la limpieza en el local
- Solicita las cuentas al cajero, y las presenta al cliente.
- Paga al cajero la cuenta y despide al cliente.

## **Juguero**

Es la encargada de preparar y realizar las mezclas de los jugos en el establecimiento similares, a petición de los meseros o directamente a clientes en la barra. Deberá estar capacitado para realizar preparar adecuadamente las bebidas con los diversos ingredientes. Cuida del lavado y secado de vasos, copas y demás recipientes.

### **Perfil**

- Conocimiento en frutas y vegetales.
- Conocimiento con experiencia en la preparación de jugos y bebidas refrescantes.
- Conocimiento en buenas prácticas de manipulación.
- Experiencia mínima de 1 año en juguerías.
- Responsable y proactivo.

### **Funciones**

- Verifica el mise en place de la estación que le correspondey lo completa si fuera necesario.
- Solicita al encargado los insumos según necesidad del área.
- Realiza el inventario de los productos.
- Realiza la preparación de jugos y bebidas requeridas
- Periódicamente realiza charlas para brindar información a los meseros de las bebidas y sus mezclas.

## 4.7 Análisis FODA

### *Fortalezas*

- La empresa se encuentra en una zona accesible al consumidor.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Producto Innovador dentro del mercado del distrito.
- Elaboración de nuestra carta realizada por un nutricionista.
- Calidad de Servicio.

### *Oportunidades:*

- Tendencia hacia un estilo de vida sana y consumo creciente de jugos naturales.
- Realizar foros de capacitación para dar a conocer nuestros productos.
- Poca oferta de negocios que ofrezcan productos saludables en el distrito.
- Capacitar al personal en servicio al cliente.

### *Debilidades:*

- Falta de conocimiento de la empresa por ser un negocio nuevo.
- Falta de Financiamiento.
- Algunos insumos son estacionales.
- Los insumos se descomponen en corto tiempo.

***Amenazas:***

- Presencia de productos sustitutos en la zona.
- Ingreso de nuevos competidores.
- Inestabilidad en los precios de la materia prima.
- Factores climáticos que afecte la producción de la materia prima.
- Epidemias y virus

**4.8 Marketing y Promoción.****Promoción de Ventas y Publicidad**

Se repartirán volantes en el Distrito de Cieneguilla, para dar a conocer nuestro local y nuestros productos. Utilizaremos comunicación visual, a través de afiches y banner con el nuevo diseño de la marca. Elaboraremos folletos, estos deben tener un buen diseño para que sean atractivos a la vista del consumidor. Diseñaremos llaveros con la marca y el logo de la juguería, los cuales serán obsequiados a todos los clientes.

Así mismo se realizara nuestra página web y a través de las redes sociales podremos publicitar nuestro negocio.

Se realizarán promociones para atraer mayor número de clientes, por ejemplo:

Crear combos (un sándwich más un jugo, una empanada más un jugo, un postre más un jugo, un sándwich más postre y jugo, etc.). Elegiremos un día de la semana, donde se puedan realizar todas las combinaciones que el cliente desee, este es un buen sistema de venta para atraer más consumidores. Se otorgarán descuentos y ofertas (dos por uno) a los clientes habituales. Se realizarán sorteos y regalos en fechas especiales (Día del Niño, Día de la Mujer, Día de la Madre, Día del Padre, Día de la Secretaria, Día de los Enamorados, Día del Amigo, etc.). Se brindará a todos los clientes un correo electrónico de la juguería, para recibir sugerencias, reclamos y/o quejas del comportamiento del negocio.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 20: Logo



Fuente: Elaboración Propia

Figura 21: Afiche



Fuente: Elaboración Propia

Figura 22: Envases descartables



Fuente: Elaboración Propia

Figura 23: Envase de servicio



Fuente: Elaboración Propia

Figura 24: Llaveros



Fuente: Elaboración Propia

Figura 25: Infografía



*Figura 26: Redes Sociales para Publicidad*

## **V. Aspectos Administrativo**

## 5.1 Requisitos para la realización del proyecto

- Requisitos de la Municipalidad
- Formulario de solicitud para la obtención de Licencia de Funcionamiento para ser descargado e impreso.
- Licencia Municipal de Funcionamiento.
- Declaración Jurada de Condiciones Básicas de Seguridad Legislación.
- Requisitos generales para licencia de funcionamiento.

Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada que incluya:

- Numero de RUC y DNI o carnet de extranjería del solicitante, tratándose de persona jurídica o natural, según corresponda.
- DNI o carnet de extranjería del representante legal en caso de persona jurídica, u otros entes colectivos o tratándose de presentación de personas naturales, se requeriría carta poder legalizada.
- Copia de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de persona jurídica u otros entes colectivos. Tratándose de representación de persona naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en las edificaciones calificadas con riesgo bajo o medio, o la documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones (ITSE), para el caso de las que están calificadas con riesgo alto o muy alto.
- Adicionalmente, de ser el caso serán exigibles los siguientes requisitos:
- Copia simple del título profesional, en el caso de servicios relacionados con la salud.

- Informar sobre el número de estacionamiento de acuerdo con la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- Copia simple de la Autorización Sectorial respectiva, en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la ley N\* 28296-Ley general del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

#### **Requisitos de Sunarp para la constitución:**

- Se constituye con un mínimo de dos socios, que pueden ser personas naturales o jurídicas, las cuales acuerdan aportar bienes para el ejercicio en común de actividades económicas.
- Solicitud de inscripción de título (distribución gratuita).
- Copia simple del documento de identidad (DNI) del presentante, con la constancia de (sello) de haber votado en las últimas elecciones o la dispensa respectiva.
- La escritura pública, otorgado ante Notario Público.
- Pago de derechos registra.

#### **5.2 Cronograma de Actividades**

- Planeación de las actividades
- Planteamiento De Las Investigación

- Búsqueda Del Nombre Del Proyecto
- Planteamiento Del Problema
- Objetivo Del Proyecto
- Justificación Del Proyecto
- Marco Referencial
- Marco Metodológico
- Descripción Del Proyecto

Tabla 16: Cronograma de Actividades

MES	PRELIMINARES			AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE					DICIEMBRE				
	MAYO	JUNIO	JULIO	#	#	#	31	14	17	24	27	01	06	12	15	29	03	04	07	08	15	28	29				
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	REALIDAD PROBLEMÁTICA	X	X				X	X	X																		
	OBJETIVOS: General y Especifico			X				X	X																		
	IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN DEL								X	X																	
	LIMITACIÓN DEL PROYECTO									X	X																
MARCO REFERENCIAL	ANTECEDENTES NACIONALES, INTERNACIONALES Y GENERALES										X	X															
	CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO												X	X													
	PROCESO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO												X	X													
	CONCEPTOS GENERALES													X	X												
MARCO METODOLÓGICO	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS														X												
	TIPOS Y DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN															X											
	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO															X	X										
	APLICACIÓN PRUEBA PILOTO																X				X						
	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS																X				X						
	PROCESAMIENTO PRUEBA PILOTO																X		X		X						
	VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN																	X	X								
	APLICACIÓN DE LA MUESTRA EN PRUEBA PILOTO																	X	X								
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS																				X	X					
	MÉTODOS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN																							X			
	MISIÓN Y VISIÓN		X														X										
	UBICACIÓN Y VÍAS DE ACCESO			X																					X		
	REGLAMENTO INTERNO																									X	
	ÁREAS DEL ESTABLECIMIENTO			X															X	X							
	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL			X																	X						
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	MANUAL DE OPERACIONES Y FUNCIONES (MOF)			X																	X						
	ANÁLISIS FODA			X														X									
	MARKETING Y PROMOCIÓN										X	X				X											
	REALIZACIÓN DE PROYECTO																		X	X							
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					X	X				
	PRESUPUESTO																				X	X					

### 5.3 Presupuesto

Tabla 17: Presupuesto inversión inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>					
DETALLES DE EQUIPOS Y MAQUINARIA					
	CANTIDAD	PRECIO UNIT	IMPORTE TOTAL		
INVERSIONES FIJAS					
<b>TANGIBLES</b>					<b>30957.20</b>
<b>EQUIPOS Y MAQUINARIA</b>				<b>23189.90</b>	
REFRIGERADORA MABE 420LT	1	1299.00	1299.00		
EXTRACTOR DE JUGOS THOMAS	1	499.00	499.00		
LICUADORA 2L OSTER	1	809.00	809.00		
LICUADORA HAMILTON BEACH	1	6550.00	6550.00		
EXHIBIDORA	1	7600.00	7600.00		
CONGELADORA DE 100L	1	499.90	499.90		
BALANZA ELECTRONICA AQUA 60KL	1	369.00	369.00		
EQUIPO DE TELEFONO PANTALLA DIGITAL	1	160.00	160.00		
COMPUTADORA PORTATIL	1	1566.00	1566.00		
MICROONDAS	1	270.00	270.00		
TERMOMETRO DIGITAL	1	95.00	95.00		
CAJA ESTERILIZADORA GERMICIDA	1	119.00	119.00		
PLANCHA GRILL	1	265.00	265.00		
Tv Samsung UHD 50 UN50TU8000GXPE	1	1799.00	1799.00		
PURIFICADOR DE OZONO	1	1290.00	1290.00		
<b>MUEBLES</b>				<b>6520.00</b>	
ESCRITORIOS	1	400.00	400.00		
SILLAS DE ESCRITORIO	2	100.00	200.00		
JUEGO DE MESAS Y SILLAS X4	5	520.00	2600.00		
BARRA DE ATENCION 2MT	1	1400.00	1400.00		
MESAS DE TRABAJO ACERO	2	650.00	1300.00		
MUEBLE ORGANIZADOR	1	350.00	350.00		
ESTANTE ORGANIZADOR	2	135.00	270.00		
<b>UTENSILIOS</b>				<b>1247.30</b>	
CORONA PLATO PANDO BLANCO 16 CM	15	9.90	148.50		
CORONA SALSERO LISA BLANCO	15	3.90	58.50		
SET DE CUBIERTOS * 36	1	179.90	179.90		
SET DE VASOS * 6	15	8.90	133.50		
VASO DE JUGO 15 OZ	15	4.50	67.50		
PASABACHE BOTELLA 250CC	15	9.90	148.50		
PASABACHE BOTELLA 1000CC	10	15.90	159.00		
COLADOR DE METAL TRAMONTINA	2	29.90	59.80		
CUCHILLO FRUTAS Y LEGUMBRES	2	24.90	49.80		
THERMO DE ACERO INOXIDABLE	2	53.90	107.80		
PINZAS	2	14.90	29.80		
SET DE TAPERS VIDRIO X 8 PIEZAS	3	34.90	104.70		

Tabla 18: Gastos de Funcionamiento

GASTOS DE FUNCIONAMIENTO			
N°	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	BÚSQUEDA DE NOMBRE	S/ 5.00	S/ 5.00
2	RESERVA DE NOMBRE	S/ 18.00	S/ 18.00
3	ELABORACIÓN DE MINUTA	S/ 300.00	S/ 300.00
4	INSCRIPCIÓN EN REGISTROS P.	S/ 69.20	S/ 69.20
5	LIBROS CONTABLES	S/ 236.00	S/ 236.00
6	EXTINTOR + SEÑALES	S/ 92.00	S/ 92.00
7	BOTIQUIN	S/ 40.00	S/ 40.00
TOTAL MENSUAL			S/ 760.20

Tabla 19: Pago de servicios y Sueldos

PAGO DE SERVICIOS			
N°	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	AGUA	S/ 50.00	S/ 50.00
2	LUZ	S/ 80.00	S/ 80.00
3	INTERNET	S/ 100.00	S/ 100.00
4	TELEFONÍA	S/ 69.90	S/ 69.90
5	CABLE	S/ 50.00	S/ 50.00
TOTAL MENSUAL			S/ 349.90

SUELDOS				
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
1	ADMINISTRADOR	1	S/1,200.00	S/1,200.00
2	CONTADOR	1	S/300.00	S/300.00
3	CAJERO (A)	1	S/930.00	S/930.00
4	MESERO	1	S/930.00	S/930.00
5	JUGUERO	1	S/1,000.00	S/1,000.00
TOTAL		5		S/4,360.00

## **VI. Discusión**

## 6.1 Conclusión

Para la creación de la Juguería Natural “Green Wayu”, se concluye lo siguiente:

**Primero:** El estudio de mercado efectuado para el presente proyecto, concluye que es viable la creación de una Juguería Natural en el distrito de Cieneguilla.

**Segundo:** Se tendrá en consideración los periodos estacionales para cada fruta.

**Tercero:** Se observa que hay demanda por consumir productos naturales, por la importancia que ha tomado la salud en la actualidad.

**Cuarto:** El proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Los indicadores obtenidos, reflejan que la creación de Juguería Natural, está en la capacidad de retornar la inversión.

**Quinto:** EL proyecto también generaría puestos de trabajo dentro del distrito.

## 6.2 Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

**Primero.** Se debe tomar en cuenta las opiniones de los entrevistados ya que son los futuros clientes.

**Segundo.** El posicionamiento y el reconocimiento de la juguería natural “Green Wayu” es crucial para el primer año, es necesario el desarrollo de una acción de marketing digital, principalmente en las redes sociales, Además, para estimular la visita del público a la Juguería, es necesario ofrecer degustaciones y programas de fidelidad con descuentos son buenas opciones.

**Tercero.** Se debe tomar en cuenta la estacionalidad de las frutas, con la finalidad de tener un adecuado stock y realizar promociones de acuerdo a la fruta de temporada.

**Cuarto.** Tener un personal capacitado, ya que nuestro negocio se quiere distinguir por su servicio y producto, con la finalidad de atraer a nuevos clientes por las recomendaciones de nuestros consumidores.

**Quinto.** Llevar el presente proyecto negocio a cabo, ya que la venta de jugos naturales resulto financieramente viable y factible.

## Referencias

Asozumos. (2011). El Libro del Zumo. En Asozumos. Agrícola Española.

Calvera. (17 de 09 de 2018). *Buenas prácticas en gestión sostenible de juguerías*.

Recuperado el 02 de Agosto de 2020, de <http://tesis.pucp.edu.pe/>:

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12661>

Caycho. (2019). *Hábitos de consumo de frutas y verduras y estado nutricional de escolares adolescentes. Lima, Perú*. Recuperado el 20 de Julio de 2020, de

<http://repositorio.unife.edu.pe/>:

[http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.11955/537/Caycho  
%20Tes%C3%A9n\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.11955/537/Caycho%20Tes%C3%A9n_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

*DeConceptos.com*. (s.f.). Obtenido de <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/vida-saludable>

Durand. (2018). *La calidad de las empresas del subsector de juguerías*. Recuperado el 03 de Agosto de 2020, de <https://alicia.concytec.gob.pe/>:

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP\\_1f68090348e7f97cd3cc553e6ca8  
1853](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_1f68090348e7f97cd3cc553e6ca81853)

Gomez, Quezada, & Chinnock. (2020). *Consumo de frutas y vegetales en la*. Recuperado el Septiembre de 2020, de Doi: <https://doi.org/10.15517/psm.v18i1.42383>: Doi:

<https://doi.org/10.15517/psm.v18i1.42383>

Martinez, Zavala, & Velez. (2019). *Plan de negocio para la creación de una franquicia de elaboración y comercialización de Smoothies en la ciudad de Guayaquil*. Recuperado el Septiembre de 2020, de <https://www.semanticscholar.org/>:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Plan-de-negocio-para-la-creaci%C3%B3n-de-una-franquicia-Jim%C3%A9nez-Mora/108f7b04a4e6323fdbfbfdd44da5fe51ff609279>

Nuñez, Collante, & Galeano. (2019). *mpacto de la estrategia de entrega de frutas con educación nutricional sobre el estado nutricional y consumo frutas en escolares de la Escuela pública héroes luqueños de la comunidad de Jukyry Luque, Paraguay.*

Recuperado el Septiembre de 2020, de <https://pesquisa.bvsalud.org/>:

<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1047985>

Pittaluga, J. P. (noviembre de 2016). *envasandoideas*. Obtenido de

<http://www.envasandoideas.com/>

Rada, A. (Septiembre de 2019). *El Espectador*. Obtenido de

<https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/el-poder-de-los-batidos-de-fruta/>

RAE. (2019). *dle.rae.es*. Obtenido de [https://www,dle.rae.es/fruta](https://www.dle.rae.es/fruta)

RAE. (s.f.). *boletinagrario.com*. Obtenido de <https://www.boletinagrario.com>

Roldán, P. N. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de

<https://www.economipedia.com/definiciones/negocio.html>

Slater, H. (septiembre de 2018). *entrepreneur*. Obtenido de

<https://www.entrepreneur.com/article/320613>

Stakeeff, N. (10 de agosto de 2009). Juguerías al paso aumentan a nivel nacional por interés de peruanos de llevar vida más sana. (Andina, Entrevistador)

Vidal, M. B. (s.f.). *clnicasanfelipe*. Obtenido de

<https://www.clnicasanfelipe.com/articulos/loncheras-escolares-saludables>

**ANEXOS**

## Anexo 1

## Resultado de Prueba Piloto

BASE DE DATOS															
ENCUESTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total
1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	4	24
2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	1	1	2	26
3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	1	2	1	1	3	29
4	2	3	3	1	1	3	1	3	3	2	2	2	1	3	30
5	1	2	2	1	3	1	1	1	3	3	2	1	1	3	25
6	2	1	2	3	3	2	1	2	3	2	2	1	4	3	31
7	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	21
8	2	4	3	3	2	1	1	3	3	2	2	1	1	3	31
9	1	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	1	4	1	29
10	2	2	3	1	2	2	1	2	3	3	2	1	3	4	31
11	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	1	1	4	32
12	1	4	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	1	3	29
13	1	3	2	1	3	3	1	2	3	2	4	4	3	2	34
14	2	2	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	4	33
15	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	44
<b>Estadísticos</b>															
<i>Varianza</i>	0.3	1.0	0.3	0.9	0.8	0.7	0.9	0.4	0.5	0.5	0.6	0.7	1.5	0.9	

(Número de Items)K	11
$\sum V_i$	5.2
Vt	13.2
Sección 1	1.1
Sección 2	0.6
Absoluto	0.6
$\infty$	0.7

**Anexo 2**

**LA MINUTA EIRL**

**ESCRITURA PÚBLICA N° 1308.===== MINUTA N° 1189.**

**KARDEX N° 1308-2015.===== FOJAS N° 2371.**

ESCRITURA PUBLICA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DENOMINADA:  
**"GREEN WAYU JUICE**  
**E.I.R.L."**=====

\*\*\*\*\*IRQ\*\*\*\*\*  
 \*\*\*\*\*

**I N T R O D U C C I Ò N**

EN LA CIUDAD DE LIMA, A **VEINTIOCHO DÍAS DEL MES MAYO DEL AÑO DOS MIL VEINTE**, ANTE MI: DALMACIO D. MENDOZA AZPARRENT, ABOGADO - NOTARIO DE ESTA CIUDAD, CON DNI N° 28204569, CON RUC N° 10282045694, Y REGISTRO N° 07 DEL COLEGIO DE NOTARIOS DE LIMA, COMPARECE:

=====

**PRISCILA CARMEN GALLO QUISPE**, PERUANA, IDENTIFICADA CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° 40444007, DE ESTADO CIVIL SOLTERA, EMPRESARIA, DOMICILIADA EN LA AVENIDA BOLIVAR ZN. D MZ. D LT. 10 TAMBO VIEJO CIENEGUILLA, DISTRITO Y PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, DE TRÁNSITO POR ESTA CIUDAD.=

INTERVINIENDO POR SU PROPIO DERECHO.- LA COMPARECIENTE ES HÁBIL PARA CONTRATAR, EN EJERCICIO DE SUS DERECHOS CIVILES, A QUIEN HE IDENTIFICADO UTILIZANDO LA COMPARACIÓN BIOMÉTRICA DE LAS HUELLAS DACTILARES, A TRAVÉS DEL SERVICIO QUE BRINDA EL REGISTRO NACIONAL DE IDENTIDAD Y ESTADO CIVIL - RENIEC, DE LO QUE DOY FE, CONFORME ESTABLECE EL INCISO A) DEL ARTÍCULO 55 DEL DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, MODIFICADO POR EL DECRETO LEGISLATIVO N° 1232, ASÍ COMO DE PROCEDER CON CAPACIDAD, LIBERTAD Y CONOCIMIENTO CONFORME DISPONE EL INCISO "H" DEL ARTICULO 54 Y DEMÁS PERTINENTES DEL DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CON LA CONSTANCIA DE HABER SUFRAGADO EN LAS ULTIMAS ELECCIONES; ME ENTREGÓ UNA MINUTA FIRMADA Y AUTORIZADA POR LETRADO COLEGIADO A FIN DE QUE SU CONTENIDO SEA ELEVADA A ESCRITURA PUBLICA, LA MISMA QUE QUEDA ARCHIVADA EN SU LEGAJO CORRESPONDIENTE, CUYO TENOR LITERAL ES COMO SIGUE: =====

MINUTA

**SEÑOR NOTARIO:** SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PUBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, QUE OTORGA **PRISCILA CARMEN GALLO QUISPE**, PERUANA, IDENTIFICADA CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° 40444007, DE ESTADO CIVIL SOLTERA, EMPRESARIA, DOMICILIADA EN LA AVENIDA BOLIVAR ZN. D MZ. D LT. 10 TAMBO VIEJO CIENEGUILLA, DISTRITO Y PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA; EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES SIGUIENTES: =====

**PRIMERO.**- POR EL PRESENTE ACTO JURÍDICO, LA OTORGANTE CONVIENE EN CONSTITUIR UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA CON LA DENOMINACIÓN DE: **"GREEN WAYU JUICE E.I.R.L."**=====

**SEGUNDO.**- EL CAPITAL ES DE **VEINTE MIL CIENTO TREINTA Y 00/100 NUEVOS SOLES (S/.20,130.00)**, SUSCRITOS Y PAGADOS TOTALMENTE CON BIENES MUEBLES, CONFORME A LA DECLARACIÓN JURADA QUE USTED, SEÑOR NOTARIO, SE SERVIRÁ INSERTAR EN LA ESCRITURA PUBLICA QUE ORIGINE ESTA MINUTA.=====

**TERCERO.**- SE DESIGNA COMO PRIMER GERENTE DE LA EMPRESA A **PRISCILA CARMEN GALLO QUISPE**, IDENTIFICADA CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° 40444007, QUIEN EN EJERCICIO DE SU CARGO ESTA FACULTADO A EJERCER LOS ACTOS SEÑALADOS EN LA PARTE PERTINENTE DEL ESTATUTO DE LA EMPRESA.=====

**CUARTO.**- LA EMPRESA EN REFERENCIA SE CONSTITUYE DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES PERTINENTES DEL DECRETO LEY N° 21621 Y DEMÁS NORMAS LEGALES COMPLEMENTARIAS Y/O CONEXAS; Y, SE REGIRÁ ESPECIALMENTE POR EL SIGUIENTE

ESTATUTO: =====

DEL ESTATUTO

**PRIMERO.**- **DEL ESTATUTO.**- LA EMPRESA SE SUJETARA AL SIGUIENTE ESTATUTO:

=====

ESTATUTO

CAPITULO PRIMERO

**ARTICULO 1°.- DENOMINACIÓN.-** LA  
EMPRESA SE DENOMINA: "GREEN WAYU  
E.I.R.L.

**E.I.R.L.** "=====

**ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.-** LA EMPRESA QUE SE CONSTITUYE  
TIENE POR OBJETO DEDICARSE A:  
=====

1. ELABORACIÓN y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS TALES COMO JUGOS, SUMOS, EXTRACTOS Y SANGUCHES O ACOMPAÑAMIENTO DE FRUTA ASI COMO LAS LOS SNACKS SALUDABLES DENOMINANDAS LONCHERITAS SALUDABLES. CAPACITADOS E IMPLEMENTADOS CON MAQUINARIA DE ALTA TECNOLOGIA PARA OFRECER UN PRODUCTO Y SERVICIO DE CALIDAD, ASI MISMO BRINDAR SERVICIO DE ENTREGA RAPIDA TIPO DELIVERY.

PARA LA CONSECUCIÓN DE SUS FINES, LA SOCIEDAD TAMBIÉN PODRÁ REPRESENTAR A OTRAS EMPRESAS NACIONALES O EXTRANJERAS EN TODO TIPO DE ACTIVIDADES SIN RESERVA NI LIMITACIÓN ALGUNA.- ASIMISMO PODRÁ DEDICARSE A TODOS LOS ACTOS CONEXOS O COMPLEMENTARIOS CON EL OBJETO SOCIAL, Y QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES, AUNQUE NO ESTÉN EXPRESAMENTE INDICADOS EN EL PACTO SOCIAL O ESTE ESTATUTO.=====

**ARTICULO 3°.- DOMICILIO.-** EL DOMICILIO DE LA EMPRESA QUEDA ESTABLECIDO EN LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES Y REPRESENTACIONES EN CUALQUIER LUGAR DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ O EN EL EXTRANJERO, BASTANDO PARA ELLO LA DECISIÓN DEL TITULAR Y LA RESPECTIVA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL.=====

**ARTICULO 4°.- DURACIÓN.-** LA EMPRESA INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO CORRESPONDIENTE, SIENDO SU PLAZO DE DURACIÓN INDETERMINADO.=====

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **CAPITAL**

**ARTICULO 5°.- CAPITAL.-** EL CAPITAL DE LA EMPRESA ASCIENDE A VEINTE MIL CIENTO TREINTA Y 00/100 NUEVOS SOLES (S/.20,130.00), SUSCRITOS Y PAGADOS TOTALMENTE MEDIANTE BIENES MUEBLES.=====

**ARTICULO 6°.- RESPONSABILIDAD DEL TITULAR.-** LA RESPONSABILIDAD DEL TITULAR ESTA LIMITADA AL PATRIMONIO APORTADO A LA EMPRESA, NO RESPONDIENDO PERSONALMENTE DE LAS DEUDAS U OBLIGACIONES DE LA EMPRESA.=====

CAPITULO TERCERO

DE LOS ÓRGANOS DE LA EMPRESA

ARTICULO 7°.- ÓRGANOS DE LA EMPRESA.- LA EMPRESA QUE SE CONSTITUYE TENDRÁ COMO ÓRGANOS AL TITULAR Y LA GERENCIA.=====

ARTICULO 8°.- DEL TITULAR.- EL TITULAR ES EL ÓRGANO MÁXIMO DE LA EMPRESA Y TIENE A SU CARGO LA DECISIÓN SOBRE LOS BIENES Y ACTIVIDADES DE ESTA.=====

ARTÍCULO 9°.- ATRIBUCIONES DEL TITULAR.- CORRESPONDE AL TITULAR: - 1.- APROBAR O DESAPROBAR LAS CUENTAS Y EL BALANCE GENERAL DE CADA EJERCICIO ECONÓMICO.- 2.- RESOLVER SOBRE LA FORMACIÓN DE RESERVAS FACULTATIVAS.- 3.- DESIGNAR Y SUSTITUIR A LOS GERENTES Y LIQUIDADORES.- 4.- DISPONER INVESTIGACIONES, AUDITORIAS Y BALANCES.- 5.- MODIFICAR LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.- 6.- MODIFICAR LA DENOMINACIÓN, EL OBJETO Y EL DOMICILIO DE LA EMPRESA.- 7.- AUMENTAR O DISMINUIR EL CAPITAL.- 8.- TRANSFORMAR, FUSIONAR, DISOLVER Y LIQUIDAR LA EMPRESA.- 9.- DECIDIR SOBRE LOS DEMÁS ASUNTOS QUE REQUIERA EL INTERÉS DE LA EMPRESA O QUE LA LEY DETERMINE.=====

ARTICULO 10°.- LIBRO DE ACTAS.- LAS DECISIONES DEL TITULAR REFERIDAS A LOS ASUNTOS MENCIONADOS EN EL ARTICULO ANTERIOR Y LAS DEMÁS QUE CONSIDERE CONVENIENTE DEJAR CONSTANCIA ESCRITA, DEBEN CONSTAR EN UN LIBRO DE ACTAS LEGALIZADO CONFORME A LEY. EN UN MISMO LIBRO DEBEN ASENTAR LAS ACTAS DE LAS DECISIONES DEL TITULAR Y LAS DE LA GERENCIA.=====

ARTICULO 11°.- GERENCIA.- LA GERENCIA ES EL ÓRGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.=====

ARTICULO 12°.- FACULTADES REPRESENTATIVAS.- EL GERENTE TENDRÁ LA REPRESENTACIÓN COMERCIAL, JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA Y TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES: A.- DIRIGIR LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA, DE CONFORMIDAD AL ESTATUTO Y CON LAS DECISIONES DEL TITULAR.- B.- EJERCER LA REPRESENTACIÓN JUDICIAL DE LA EMPRESA ANTE EL FUERO ORDINARIO Y FUEROS PRIVATIVOS CON LAS FACULTADES GENERALES DEL PODER PARA PLEITOS Y LAS ESPECIALES DE PRESTAR CONFESIÓN, RECONOCER DOCUMENTOS, INTERVENIR EN AUDIENCIAS, DEMANDAR, RECONVENIR, CONTESTAR DEMANDAS NUEVAS Y RECONVENIONES, DESISTIRSE DEL PROCESO Y DE LA PRETENSIÓN, ALLANARSE, CONCILIAR, TRANSIGIR JUDICIAL O EXTRAJUDICIALMENTE, Y SOMETER A ARBITRAJE LAS CUESTIONES PENDIENTES O POR PROMOVER, Y EN GENERAL, LAS FACULTADES SEÑALADAS POR LOS ARTÍCULOS 74° Y 75° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL.- C.- REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LAS AUTORIDADES POLÍTICAS, ADMINISTRATIVAS, MUNICIPALES,

TRIBUTARIAS, CON LA FACULTAD DE PRESENTAR TODA CLASE DE RECURSOS Y RECLAMACIONES, DESISTIRSE DE ELLAS Y COBRAR DEVOLUCIONES.- D.- EJERCER LA REPRESENTACIÓN MERCANTIL DE LA EMPRESA, CON LAS FACULTADES Y LAS LIMITACIONES QUE ESTABLECE LA LEY.- E.- SUSCRIBIR CORRESPONDENCIA. F.- ORDENAR Y RECIBIR PAGOS, EN EFECTIVO Y/O CON OTROS MEDIOS DE PAGO INCLUSIVE TÍTULOS VALORES; Y OTORGAR LOS RESPECTIVOS RECIBOS Y CANCELACIONES.- G.- GIRAR CHEQUES, YA SEA SOBRE SALDO DEUDORES (EN SOBREGIRO) O ACREEDORES; COBRAR CHEQUES EN EFECTIVO, POR CAJA, Y/O ENDOSAR CHEQUES PARA SU ABONO EN CUENTA DE LA SOCIEDAD O A FAVOR DE TERCEROS.- H.- GIRAR, EMITIR, ACEPTAR, ENDOSAR, COBRAR AVALAR, AFIANZAR, RENOVAR, INCLUIR CLÁUSULAS DE PRÓRROGA Y/O DESCONTAR LETRAS DE CAMBIO, PAGARÉS, FACTURAS CONFORMADAS, WARRANTS, TÍTULOS DE CRÉDITO HIPOTECARIO NEGOCIABLES Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.- I.- ENDOSAR CERTIFICADOS DE DEPÓSITO, CERTIFICADOS BANCARIOS EN MONEDA EXTRANJERA O NACIONAL, CONOCIMIENTOS DE EMBARQUE PÓLIZAS DE SEGUROS Y/O WARRANTS, ASÍ COMO CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR O DE DOCUMENTO COMERCIAL O DE CRÉDITO TRANSFERIBLE; DEPOSITAR RETIRAR VALORES AL PORTADOR O VALORES MOBILIARIOS EN CUSTODIA; ASIMISMO GRABARLOS Y ENAJENARLOS.- J.- REALIZAR CUALQUIER OPERACIÓN BANCARIA, INCLUSIVE LA APERTURA, RETIRO Y/O CIERRE DE CUENTAS CORRIENTES, CUENTAS A PLAZO, CUENTAS DE AHORRO, CUENTAS DE CUSTODIA Y/O DEPÓSITO, DEPOSITAR O RETIRAR FONDOS, GIRAR CONTRA LAS CUENTAS, GIRAR CONTRA SOBREGIROS; SOLICITAR CARTAS DE CRÉDITO, SOLICITAR Y CONTRATAR CARTAS FIANZAS O FIANZAS BANCARIAS, CELEBRAR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO O "LEASING", "LEASE BACK", FACTORING Y/O UNDERWRITING, MUTUOS DINERARIOS EN TODAS SUS MODALIDADES, DESCUENTOS, ANTICIPOS, EN FORMA INDIVIDUAL Y/O MEDIANTE LÍNEAS DE CRÉDITO; OBSERVAR ESTADOS DE CUENTA CORRIENTE, ASÍ COMO SOLICITAR INFORMACIÓN SOBRE OPERACIONES REALIZADAS EN CUENTAS Y/O DEPÓSITOS DE LA SOCIEDAD. K.- EFECTUAR COBROS DE GIROS Y TRANSFERENCIAS, EFECTUAR CARGOS Y ABONOS EN CUENTAS, EFECTUAR PAGOS DE TRANSFERENCIAS Y OTORGAR CANCELACIONES Y RECIBOS.- L.- CELEBRAR CONTRATOS DE COMPRAVENTA, PUDIENDO VENDER Y/O COMPRAR BIENES INMUEBLES Y/O MUEBLES, INCLUYENDO ACCIONES, BONOS Y DEMÁS VALORES MOBILIARIOS, ASÍ COMO REALIZAR OPERACIONES DE REPORTE RESPECTO DE ESTOS ÚLTIMOS, PERMUTA, FORWARD, SWAP.- M.- CELEBRAR CONTRATOS DE PRÉSTAMO, ARRENDAMIENTO, DACIÓN EN PAGO, FIDEICOMISO, FIANZA O CARTA FIANZA, COMODATO, USO, USUFRUCTO, OPCIÓN, CESIÓN DE DERECHOS Y DE POSICIÓN CONTRACTUAL; TANTO EN MANERA ACTIVA COMO PASIVA, PARA LA ADQUISICIÓN, DISPOSICIÓN Y GRAVAMEN DE TODA CLASE DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES, INCLUYENDO EL ALQUILER Y POSTERIOR MANEJO DE CAJAS DE SEGURIDAD; ASÍ COMO CUALQUIER TIPO DE CONTRATO BANCARIO; ASÍ COMO ACORDAR LA VALIDEZ DE LAS TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS DE FONDOS, POR FACSIMIL U OTROS MEDIOS SIMILARES, ENTRE CUENTAS PROPIAS O A FAVOR DE TERCEROS, CON CUALQUIER ENTIDAD FINANCIERA NACIONAL O EXTRANJERA.- N.- PRESTAR AVAL Y OTORGAR FIANZA A NOMBRE DE LA EMPRESA, A FAVOR DE LA EMPRESA, DEL MISMO REPRESENTANTE Y/O DE TERCEROS; ASÍ COMO CONSTITUIR GARANTÍA MOBILIARIA O HIPOTECA O GRAVAR DE CUALQUIER FORMA LOS BIENES MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA A FAVOR DEL MISMO REPRESENTANTE Y/O DE TERCEROS, PUDIENDO AFECTAR CUENTAS, DEPÓSITOS, TÍTULOS VALORES O VALORES MOBILIARIOS EN GARANTÍA,

INCLUSIVE EN FIDEICOMISO EN GARANTÍA.- O.- CELEBRAR CONTRATOS DE CRÉDITO EN GENERAL, A SEA CRÉDITO EN CUENTA CORRIENTE, CRÉDITO DOCUMENTARIO, PRÉSTAMOS MUTUOS, TARJETAS DE CRÉDITO, ADVANCE ACCOUNT, FACTORING Y OTROS QUE CONSTITUYAN CRÉDITOS DIRECTOS O INDIRECTOS BAJO CUALQUIER OTRA MODALIDAD; ASÍ COMO CEDER DERECHOS Y CRÉDITOS.- P.- CONSTITUIR GARANTÍAS REALES SOBRE BIENES DE PROPIEDAD DE LA SOCIEDAD, BAJO LA MODALIDAD DE GARANTÍA MOBILIARIA, HIPOTECA Y OTRAS QUE PERMITA LA LEY, CON FACULTAD DE SOLICITAR SOBRE ELLAS LA EMISIÓN DE TÍTULOS VALORES O VALORES CON ANOTACIÓN EN CUENTA, COMO WARRANTS O TÍTULO DE CRÉDITO HIPOTECARIO NEGOCIABLE.- Q.- SUSCRIBIR DOCUMENTOS QUE FORMALICEN LOS ACTOS Y/O CONTRATOS DE LA EMPRESA, SEGÚN LOS ACÁPITES ANTERIORES, INCLUYENDO LAS ESCRITURAS PÚBLICAS, DE SER NECESARIO.- R.- FINANCIAMIENTO DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES, ADELANTO DE CUENTA ESPECIAL ME/MN, ADELANTO DE CUENTA CORRIENTE, ME/MN, CARTAS FIANZAS Y AVALES, PAGARES NO DESCONTADOS, FORWARDS, SWAP, COMPRA DE CHEQUES, FINANCIAMIENTO DOCUMENTARIOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN, TARJETAS DE CRÉDITO EMPRESARIALES Y TARJETAS DE CRÉDITO EN GENERAL, CRÉDITOS PERSONALES, CRÉDITOS HIPOTECARIOS, STAND BY, LETTER O CREDIT, SOBREGIROS, LÍMITE DE CRÉDITOS, EN CUENTA CORRIENTE, ADVANCE EN CUENTA 004/005, CONFORT, LETTER, FORFAITING, CRÉDITOS SINDICADOS; ASÍ COMO LAS DEMÁS OPERACIONES DIRECTAS E INDIRECTAS QUE EN GENERAL OFREZCAN LAS ENTIDADES FINANCIERAS.- S.- PRESENTARSE A LICITACIONES PUBLICAS Y CONCURSO DE PRECIOS CONVOCADOS POR EL ESTADO, ENTIDADES ESTATALES, Y/O PARTICULARES, Y EN GENERAL PARTICIPAR EN TODA CLASE DE LICITACIONES, CUALESQUIERA QUE SEA LA ENTIDAD CONVOCANTE, SIN EXCEPCIÓN NI LIMITACIÓN ALGUNA, PUDIENDO PRESENTAR OFERTAS, ENTRAR EN NEGOCIACIONES Y CELEBRAR LOS CORRESPONDIENTES CONTRATOS POR DOCUMENTO PUBLICO O PRIVADO.=====

**ARTÍCULO 13°.- REMOCIÓN Y RESPONSABILIDAD DEL GERENTE.**- EL GERENTE PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO POR LA DECISIÓN DEL TITULAR. EL GERENTE RESPONDE FRENTE A LA EMPRESA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS CAUSADOS POR DOLO, ABUSO DE FACULTADES O NEGLIGENCIA GRAVE.=====

=====**ARTICULO 14°.- PROHIBICIÓN.**- NO PUEDEN SER GERENTES LOS QUE SE ENCUENTREN INCURSOS EN ALGUNA DE LAS CAUSALES: 1.- LOS INCAPACES.- 2.- LOS QUEBRADOS.- 3.- LOS QUE POR RAZÓN DE SU CARGO O FUNCIONES ESTÉN IMPEDIDOS DE EJERCER EL COMERCIO.- 4.-LOS FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS DE LA ADMINISTRACIÓN PUBLICA Y DELAS ENTIDADES DEL SECTOR EMPRESARIAL EN QUE EL ESTADO TENGA ELCONTROL Y CUYAS FUNCIONES TENGAN RELACIÓN CON LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD, SALVO QUE ESTA SEA UNA EMPRESA DEL ESTADO DE DERECHO PUBLICO O PRIVADO, O LA PARTICIPACIÓN DEL ESTADO EN LAEMPRESA SEA MAYORITARIA.- 5.- LOS QUE TENGAN PLEITO PENDIENTE CON LA EMPRESA EN CALIDAD DE DEMANDANTES O ESTÉN SUJETOS A ACCIÓN SOCIAL DE RESPONSABILIDAD INICIADA POR LA EMPRESA Y LOS QUE ESTÉN IMPEDIDOS POR MANDATO DE UNA MEDIDA CAUTELAR DICTADA POR LA AUTORIDAD JUDICIAL O ARBITRAL.- 6.- LOS QUE SEAN DIRECTORES, ADMINISTRADORES, REPRESENTANTES LEGALES O APODERADOS DE SOCIEDADES O SOCIOS DE SOCIEDADES DE PERSONAS QUE TUVIERAN EN FORMA PERMANENTE INTERESES OPUESTAS A LOS DE LA EMPRESA O QUE PERSONALMENTE TENGAN CON ELLA OPOSICIÓN PERMANENTE.- 7.- LOS QUE SE DEDIQUEN POR CUENTA PROPIA O AJENA, AL MISMO GENERO DE NEGOCIOS QUE CONFORMAN EL OBJETO DE LA

EMPRESA.=====

**ARTICULO 15°.- DEL TITULAR GERENTE.**- EL TITULAR PUEDE ASUMIR EL CARGO DE GERENTE, EN CUYO CASO ASUMIRÁ LAS FACULTADES DEBERES Y RESPONSABILIDADES DE AMBOS CARGOS, DEBIENDO EMPLEARSE PARA TODOS LOS CASOS LA DENOMINACIÓN "TITULAR-GERENTE".=====

#### **CAPITULO CUARTO**

##### **MODIFICACIÓN DEL ACTO CONSTITUTIVO Y DEL ESTATUTO**

**ARTICULO 16°.- COMPETENCIA.**- EL TITULAR DE LA EMPRESA PUEDE MODIFICAR EN CUALQUIER MOMENTO EL ACTO CONSTITUTIVO Y EL ESTATUTO.

**ARTICULO 17°.- AUMENTO DE CAPITAL.**- EL AUMENTO DEL CAPITAL ES DECISIÓN DEL TITULAR, Y PUEDE ORIGINARSE EN NUEVOS APORTES, CAPITALIZACIÓN DE CRÉDITOS CONTRA LA EMPRESA, CAPITALIZACIÓN DE UTILIDADES, RESERVAS, BENEFICIOS, PRIMAS DE CAPITAL, O EXCEDENTE DE REVALUACIÓN, Y LOS DEMÁS CASOS PREVISTOS EN LA LEY. EL ACUERDO SE ELEVA A ESCRITURA PUBLICA Y SE INSCRIBE EN EL REGISTRO.=====

**ARTICULO 18°.- REDUCCIÓN DEL CAPITAL.**- LA REDUCCIÓN DEL CAPITAL ES DECISIÓN DEL TITULAR, Y SE REALIZARA MEDIANTE LA ENTREGA DE PARTE DEL VALOR NOMINAL AMORTIZADO, LA ENTREGA DE PARTE DEL IMPORTE CORRESPONDIENTE A SU PARTICIPACIÓN EN EL PATRIMONIO NETO DE LA EMPRESA U OTRO MEDIO ESPECÍFICAMENTE ESTABLECIDOS AL ACORDAR LA REDUCCIÓN DEL CAPITAL. EL ACUERDO SE ELEVA A ESCRITURA PUBLICA Y SE INSCRIBE EN EL REGISTRO RESPECTIVO.=====

#### **CAPITULO QUINTO**

##### **CUENTAS SOCIALES Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES**

**ARTICULO 19°.- MEMORIA E INFORMACIÓN FINANCIERA.**- EL GERENTE ESTA OBLIGADO A PRESENTAR AL TITULAR, DENTRO DEL PLAZO DE SESENTA DÍAS, CONTADOS A PARTIR DEL CIERRE DEL EJERCICIO ECONÓMICO, EL BALANCE GENERAL CON LA CUENTA DE RESULTADOS Y LA PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS. EL EJERCICIO ECONÓMICO COINCIDE CON EL AÑO CALENDARIO.=====

**ARTICULO 20°.- UTILIDADES.**- LAS UTILIDADES SE REPARTEN CUANDO EFECTIVAMENTE EXISTAN Y MEDIE DECISIÓN DEL TITULAR.=====

CAPITULO SEXTODE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA

ARTICULO 21°.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA.- LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA SE REGISTRÁ POR LO, PREVISTO EN EL DECRETO LEY 21621.=====

DISPOSICIÓN FINAL

ARTICULO 22°.- SUPLETORIEDAD.- EN TODO LO NO PREVISTO EN EL PRESENTE ESTATUTO, REGISTRÁ EL DECRETO LEY 21621, Y TODA OTRA NORMA MODIFICATORIA, CONEXA O COMPLEMENTARIA.=====

AGREGUE USTED, SEÑOR NOTARIO, LAS DEMÁS CLÁUSULAS E INSERTOS DE LEY Y PASE LOS PARTES AL REGISTRO MERCANTIL DE LA OFICINA REGISTRAL CORRESPONDIENTE PARA LOS FINES CONSIGUIENTES.=====

LIMA, VEINTIOCHO DE MAYO DEL AÑO DOS MIL VEITE.=====

FIRMA Y HUELLA DIGITAL DE: **PRISCILA CARMEN GALLO QUISPE.-**  
FIRMADO: EDGAR IVÁN RAMÍREZ QUISPE.- ABOGADO.- REGISTRO DEL COLEGIO DE ABOGADOS DE LIMA N° 1767.=====

DECRETO NOTARIAL.- EXTIÉNDASE LA ESCRITURA.- LIMA, FECHA LA MISMA.- FIRMADO: DALMACIO D. MENDOZA AZPARRENT.- ABOGADO NOTARIO.- UN SELLO DE NOTARIA.=====

INSERTO.- DALMACIO D. MENDOZA AZPARRENT, ABOGADO-NOTARIO DE LA PROVINCIA DE LIMA.

CERTIFICO: HABER TENIDO A LA VISTA UNA DECLARACIÓN JURADA QUE A CONTINUACIÓN SE TRANSCRIBE: =====

DECLARACIÓN JURADA

YO, **GALLO QUISPE PRISCILA CARMEN**, PERUANA, IDENTIFICADA CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° 40444007, DE ESTADO CIVIL SOLTERA, EMPRESARIA, DOMICILIADA EN LA DOMICILIADA EN LA AVENIDA BOLIVAR ZN. D MZ. D LT. 10 TAMBO VIEJO CIENEGUILLA Y PROVINCIA LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA; EN MI CONDICIÓN DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA "**GREEN WAYU JUICE.I.R.L.**", Y CONFORME ESTABLECE EL ARTÍCULO 21° DEL DECRETO LEY N° 21621, DECLARO BAJO JURAMENTO DAR EN CALIDAD DE APOORTE A MI REPRESENTADA LOS BIENES QUE A CONTINUACIÓN SE DETALLAN: =====

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN S/.	PRECIO TOTAL EN S/.
LICUADORA INDUSTRIAL, SERIE 000450-20283-2778, DE 1500 WATS, PANTALLA DIGITAL Y ESTABILIZADOR.	01	3,100.00	3,100.00
HORNO NOVA DE SERIE 000454	01	4,200.00	4,200.00
UTENCILIOS DE COCINAS	01	650.00	650.00
EXTRACTOR INDUSTRIAL	01	520.00	520.00
VASOS Y CUBIERTOS.	40	300.00	300.00
MESAS	10	150.00	1500.00
SILLAS	20	80.00	1600.00
CONSERVADORA	2	1200.00	2400.00
REFRIGERADORA	1	3000.00	3000.00
MESAS DE TRABAJO	2	700.00	1400.00
PANTALLA LC DE 50 PULGADAS	1	1100.00	1100.00
PC CON PANTALLA LCD	01	560,00	360.00
TOTAL EN S/.			<b>20,130.00</b>

DECLARO QUE TODOS LOS BIENES LOS HE VALORIZADO TENIENDO EN CUENTA EL BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN, Y QUE LA VALORIZACIÓN SE REALIZÓ DE ACUERDO A LA DEPRECIACIÓN POR EL TRANCURSO DEL TIEMPO, ASÍ COMO LA VALORIZACIÓN DE ÉSTOS EN EL MERCADO.=====

LIMA, 28 DE MAYO DEL AÑO DOS MIL VEINTE.=====

FIRMADO.- **PRISCILA CARMEN GALLO**  
**QUISPE.**=====

### CONCLUSIÓN:

Y, HABIENDO YO, EL NOTARIO, LEÍDO ESTE INSTRUMENTO A LA COMPARECIENTE, ÉSTA SE RATIFICÓ Y AFIRMÓ EN SU CONTENIDO Y FINES DE LA PRESENTE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, DESPUÉS DE LA CUAL PROCEDÍ A FIRMAR E IMPRIMIR SU HUELLA DIGITAL, EN ESTA MISMA FECHA JUNTAMENTE CON EL SUSCRITO NOTARIO, DE LO QUE DOY FE.- ASIMISMO, LA COMPARECIENTE DECLARA BAJO JURAMENTO QUE EL ORIGEN DE LOS FONDOS, BIENES U OTROS ACTIVOS INVOLUCRADOS EN EL PRESENTE ACTO JURÍDICO, SON DE ORIGEN LÍCITO Y NO PROVIENEN DEL LAVADO DE ACTIVOS.- DEL MISMO MODO, DEJO CONSTANCIA QUE EN EL PRESENTE ACTO JURÍDICO HE EFECTUADO LAS MÍNIMAS ACCIONES DE CONTROL Y DEBIDA DILIGENCIA EN MATERIA DE PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS, CONFORME ESTABLECE EL INC. K) EL ARTÍCULO 59° DEL DECRETO LEGISLATIVO N° 1232, QUE MODIFICA EL DECRETO LEGISLATIVO N° 1049.- TAMBIÉN DEJO CONSTANCIA QUE HE CUMPLIDO CON ADVERTIRA

LA INTERESADA SOBRE LOS EFECTOS LEGALES DEL PRESENTE INSTRUMENTO PÚBLICO QUE AUTORIZO, CONFORME ESTABLECE EL ARTÍCULO 27 DEL DECRETO LEGISLATIVO N° 1049.- FINALMENTE, DOY FE QUE ESTE INSTRUMENTO COMIENZA EN LA FOJA CON SERIE 10000-B.- N° 025671, Y CONCLUYE EN LA FOJA CON SERIE 10000-B.- N° 025675; DE TODO LO QUE DOY FE.=====

FIRMA Y HUELLA DIGITAL DE: **PRISCILA CARMEN GALLO QUISPE**.- FIRMADO: DALMACIO D. MENDOZA AZPARRENT.- ABOGADO NOTARIO.- UN SELLO DE NOTARIA.=====

**C O N C U E R D A :**

CON SU MATRIZ QUE CORRE EXTENDIDA A FOJAS **2371**, BAJO EL NÚMERO 1308, DE MI QUINTO PROTOCOLO DE ESCRITURAS PÚBLICAS DEL ANUARIO DOS MIL QUINCE.- ASIMISMO, LA PRESENTE ESCRITURA SE ENCUENTRA FIRMADA POR LA OTORGANTE Y AUTORIZADA POR EL SUSCRITO NOTARIO, DE TODO LO QUE DOY FE; Y, A SOLICITUD DE PARTE INTERESADA, EXPIDO EL PRESENTE

=====

EN LA CIUDAD DE LIMA, A VEITIOCHO DÍAS DEL MES DE MAYO DEL AÑO DOS MIL VEINTE.=====

## Anexo 03



[Privacidad y Seguridad](#) | [Ayuda](#) | [Términos y Condiciones](#) | [Contáctenos](#) | [Tarifas](#) | [Inicio](#)

## Publicidad Registral en Línea

USUARIO: WAYUJUICE
SALDO DISPONIBLE: 0.0 Soles
¿QUÉ TE PARECIÓ EL SERVICIO? 

**Resultado de la búsqueda**

Código	Usuario	Fecha Actual	Ahora tenemos un nuevo medio de publicidad registral, de libre acceso para todos: www.sunarp.gob.pe.
91.5	WAYUJUICE	20/05/2020 10:17	

**Criterio de Búsqueda**  
**ÁREA REGISTRAL:** Personas Jurídicas  
**ZONA(S) SELECCIONADA(S):** ZONA REGISTRAL IX - SEDE LIMA  
**DATOS INGRESADOS:** RAZÓN SOCIAL = OMBRA WAYU JUICE, S/ASAS

**Activo:** Titular Registral (Propietario)  
**Inactivo:** Ya no es Titular Registral (Antecesor Registral)

Total de registros encontrados: 0

Registro Público	Oficina Registral	Partida	Folio	Tasa	Folio	Área Registral	Registro de	Participante	Participación	Documento Identidad	Número Documento	Prescripción	Estado	Copias Libera de Partida
0	0	0	0	0	0	0	de	0	0	0	0	0	0	0

No Existe Ningun Dato para esta Consulta

Mostrando 0 registros

Impresión
Regresar

**SERVICIOS**

- Busqueda por Partida
- Consulta de Títulos
- Busqueda por Nombres
- Solicitar Certificado/Venta de BGR
- Estado de Solicitud de Certificados
- Reserva de nombre
- Índice Nacional de Personas Jurídicas
- Índice Nacional de Registro Personal
- Índice Nacional de Sucesiones
- Consulta de Solicitud en Línea

**DATOS PERSONALES**

- Editar Datos Personales

**PREPAGAR**

- Incremento de Saldo

**REPORTES**

- Reporte de Abonos
- Reporte de Transacciones

**SALIR**

## Anexo 04



**Licom**  
Linea Industrial y comercial S.A.C

📞 996442165 // 993675620 [ventas@lineaindustrial.com](mailto:ventas@lineaindustrial.com)

1 - S/6.550,00 

BLOG INICIO NOSOTROS MARCAS TIENDA SERVICIOS CONTACTANOS MI CUENTA

Producto	Precio	Cantidad	Subtotal
	S/6.550,00	1	S/6.550,00

PRODUCTO	MÉTODOS DE ENTREGA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
 <p style="font-size: 8px;">MIRAY Aire Acondicionado Miray 12000 BTU MAS- 1259MA SKU: 115042</p>	 Despacho a domicilio	<input type="button" value="-"/> <input type="text" value="1"/> <input type="button" value="+"/>	S/ 1,299.00	S/ 1,299.00

Resumen de tu compra  
- No incluye costos de envío

Total a pagar **S/ 1,299.00**

[Comprar](#)



Nuevo

### Balanza Electrónica Digital De 60 Kg Qua + Modelo2019 Tienda

S/ 369

Publicación pausada

**Información sobre el vendedor**

 Ubicación  
Lima, Lima

 **MercadoLider Gold**  
¡Es uno de los mejores del sitio!

## Anexo 05



**miércoles, 05 de agosto de 2020**

PRODUCTOS	Volumen de ingreso (t)				Precios S/ x Unidad de medida				
	Ayer	Hoy	Promedio		Unidad de medida	Equiv en Kg.	Precio promedio		
			Últ. 7 días	Últ. 4 miércoles			Ayer	Hoy	Últimos 7 días
Aguaje	3	4	:	:	Bandeja	10.00	29.25	28.50	29.04
Aguaymanto	3	5	2	1	Kilogramo	1.00	3.75	3.83	3.70
Albaricoque	8	3	:	6	Kilogramo	1.00	2.93	2.93	3.08
Arándano	3	:	3	2	Kilogramo	1.00	6.33	6.20	6.09
Camu Camu	1	1	1	1	Bolsa	1.00	5.75	5.77	5.60
Carambola	14	12	12	11	Cajon	10.00	13.25	12.75	13.62
Chirimoya Criolla O Huayco	4	3	3	4	Kilogramo	1.00	3.25	3.25	3.33
Chirimoya Cumbe	16	12	16	14	Kilogramo	1.00	3.33	3.33	3.46
Ciruela Nectarina (Importada)	6	5	6	8	Cajon	10.00	56.25	55.75	56.36
Ciruela Santa Rosa/Nacional	8	7	7	7	Cajon	10.00	28.75	29.50	29.12
Coco	12	5	7	7	Unidad	1.50	1.43	1.38	1.49
Cocona	21	19	14	11	Bandeja	15.00	22.75	22.75	22.25
Datil Melado	3	2	:	2	Cajon	10.00	57.50	57.50	57.33
Fresa Cama Rosa	:	5	:	:	Kilogramo	1.00	...	4.35	...
Fresa San Andreas	48	58	47	37	Kilogramo	1.00	4.08	3.93	4.26
Granadilla (Costa)	12	4	8	8	Ciento	8.00	21.25	21.25	21.46
Granadilla (Selva)	52	40	46	34	Cajon	13.00	33.75	34.75	33.71
Guanabana (Costa)	4	4	:	3	Kilogramo	1.00	3.33	3.28	3.18
Guanabana (Selva)	4	4	4	4	Kilogramo	1.00	3.58	3.58	3.46
Kake/Kaki	2	2	:	:	Cajon	10.00	57.75	57.75	55.86
Kiwi Importado Chileno	4	5	6	7	Caja	12.00	90.75	94.25	91.50
Lima Dulce	10	5	5	5	Kilogramo	1.00	2.38	2.43	2.33
Limon Dulce - Selva	10	14	9	8	Jaba	20.00	24.25	24.50	24.14
Lucuma Beltran	5	3	3	3	Kilogramo	1.00	4.35	4.35	4.25
Lucuma De Seda	4	3	3	2	Kilogramo	1.00	4.58	4.35	4.45
Mandarina Clementina	30	24	27	22	Kilogramo	1.00	1.48	1.48	1.46
Mandarina Dancy	16	17	19	:	Kilogramo	1.00	1.53	1.53	1.56
Mandarina Malvacea	49	28	50	44	Kilogramo	1.00	1.45	1.58	1.49
Mandarina Murcott	37	24	30	33	Kilogramo	1.00	1.43	1.43	1.40
Mandarina Nova	35	20	26	25	Kilogramo	1.00	1.38	1.43	1.38
Mandarina Satsuma	45	39	34	41	Kilogramo	1.00	1.50	1.53	1.52
Mandarina Tangerina	11	13	13	13	Jaba	16.00	10.75	9.75	10.86
Mango Criollo	22	21	21	13	Kilogramo	1.00	4.08	4.08	4.18
Mango Edward	7	10	7	7	Kilogramo	1.00	6.08	6.13	5.84
Mango Haden /Hayde	8	7	6	7	Kilogramo	1.00	5.88	5.93	5.66
Mango Kafro	5	4	6	7	Kilogramo	1.00	6.33	6.33	6.30
Mango Kent	2	4	4	7	Kilogramo	1.00	6.58	6.58	6.58
Mango Tommy Aki	8	8	6	6	Kilogramo	1.00	6.38	6.38	6.23
Manzana Cte/Para Agua	34	18	25	24	Cajon	24.00	36.75	35.50	37.50
Manzana Delicia	84	73	80	70	Cajon	24.00	41.75	41.75	40.89
Manzana Golden	12	3	9	9	Kilogramo	1.00	2.35	2.38	2.38
Manzana Importada	15	14	14	14	Caja	20.00	88.50	87.50	88.64
Manzana Israel	31	21	27	23	Kilogramo	1.00	3.08	3.08	3.16
Manzana Winter	13	6	10	10	Cajon	24.00	44.75	44.75	45.14
Maracuya	17	10	10	12	Kilogramo	1.00	1.35	1.35	1.38
Melocoton Blanquillo	19	24	18	16	Cajon	12.00	37.50	37.25	37.21
Melocoton Durazno Huayco	45	29	32	32	Cajon	12.00	36.50	36.75	36.96
Melon Coquilo	48	38	40	33	Bandeja	12.00	15.75	15.75	16.46
Melon Esmeralda	9	6	:	:	Cajon	10.00	17.75	17.75	17.75
Membrillo Criollo	15	4	11	13	Kilogramo	1.00	1.83	1.88	1.74
Membrillo Serrano	20	15	18	19	Cajon	24.00	47.25	48.75	47.25
Naranja Miniola	86	44	60	48	Kilogramo	1.00	1.28	1.33	1.27

Anexo 06

Logo de la Entidad	<b>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> LEY N° 28071 - Ley General de Gestión de Recursos Humanos y Afines	Número de _____ N° de expediente Página N° de _____ Fecha de recepción N° de folios de _____	
<b>VEA INSTRUCCIONES ANTES DE LLENARLO (página 6)</b>			
<b>DECLARACIÓN DEL INTERESADO (página 6) (página 6) (página 6) (página 6) (página 6)</b>			
<b>Modalidad de funcionamiento:</b> <input type="checkbox"/> Permanente <input type="checkbox"/> Temporal  <input type="checkbox"/> Servicio de funcionamiento con características de servicio (particular) Tipo de servicio (especificar) _____  <input type="checkbox"/> Servicio por sustrato  <input type="checkbox"/> Servicio para miembros de sistema, gestión, servicios de apoyo, etc.	<b>Condición profesional:</b> <input type="checkbox"/> Especialización de área  <input type="checkbox"/> Unidad de especialización o función especializada (se permite utilizar datos corporales, L y M) N° de licencia de funcionamiento _____ indicar fecha de inscripción y nombre (especificar) _____	<b>Otros:</b> Tipo de entidad (para empresas estatales y sujeta) N° de licencia de funcionamiento _____  Participante de labores de funcionamiento de empresas estatales, E y M y otras que no sean de servicio (especificar) N° de licencia de funcionamiento _____  Otro (especificar) _____	
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			
N° del DNI	DNI	DNI	DNI
Entidad		Entidad	
N° de DNI	N° de DNI	N° de DNI	N° de DNI
Entidad		Entidad	
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			
N° del DNI	DNI	DNI	DNI
Entidad		Entidad	
N° de DNI	N° de DNI	N° de DNI	N° de DNI
Entidad		Entidad	
Entidad con cargo asignado	Entidad con cargo asignado	Fecha de asignación	Fecha de asignación
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			
<b>DECLARACIÓN DEL EMPLEADO (página 6)</b>			

### Anexo 07

Logo de la Entidad	<b>FUNCIONAMIENTO</b> Ley N° 28578 - Ley Marco de Gestión de Funcionamiento y Modificaciones	Página: 3 de 3	Fecha de recepción:
		N° de folio de pago:	
<b>DECLARACIÓN JURADA</b>			
Partes (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)			
Control con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represente).			
<input type="checkbox"/> El establecimiento cumple con los condiciones de seguridad en edificaciones y no somete a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.			
<input type="checkbox"/> El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.			
Cuenta con título profesional vigente y entoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).			
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.			
Observaciones o comentarios del solicitante:			
Fecha:			
_____ Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado			
DNI:			
Nombre y Apellido:			
<b>CLASIFICACIÓN DE RIESGO (Debe ser llenado por el calificador municipal de la municipalidad)*</b>			
<input type="checkbox"/> RIESGO bajo <input type="checkbox"/> RIESGO medio <input type="checkbox"/> RIESGO alto <input type="checkbox"/> RIESGO muy alto			
_____ Firma y sello del calificador municipal			
Nombre y Apellido:			
* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.			
<b>INSTRUCCIONES PARA ELLENADO</b>			
Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la realidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cambio de actividades", solo debe completarse las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de licencia de funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completarse las secciones I, II y III.			
Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular a un tercero no o realizar alguno de las actividades simultáneas y adicionales contempladas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 004-2017-PRODUCE, no corresponde adjuntar este formato sino el "Formulario de Declaración Jurada para obtener el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento". Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de coger correspondiente no necesitar de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento o realizar ningún trámite adicional.			
Sección II: En caso de personas naturales, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.			
Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representantes de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electoral y sistema de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).			
Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la clasificación, los campos correspondientes al "Código CIIU" y "CIIU" son completados por el representante de la municipalidad. Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 004-2015-PCM, requieren autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento. Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.			
Sección V: De corresponder, marcar con una X.			
Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.			

## Anexo 08

BAÑO, COCINA Y LIMPIEZA	AIRE LIBRE, JARDIN Y MASCOTAS	AUTOMÓVIL	CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA	DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN	ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN	HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS	MUEBLES Y ORGANIZACIÓN	PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES	DESTACADOS	SERVICIOS HOGAR
-------------------------	-------------------------------	-----------	---------------------------	----------------------------------	--	----------------------------	------------------------	---------------------------------	------------	-----------------

Ver más productos

Ir a comprar

Producto	Métodos de entrega	Cantidad	Precio Unitario	Total
 Corona Plato pando blanco Actualité 16cm SKU: 114201-1	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="15"/> + -	S/ 9.90 C/U	S/ 148.50
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Corona Salsera lisa blanca Actualité 73 c... SKU: 227589-9	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="15"/> + -	S/ 3.90 C/U	S/ 58.50
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Mabe Refrigerador Mabe 420L Extreme Ino... SKU: 295414-1	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="1"/> + -	<b>S/ 1,299 C/U</b> Normal: S/ 1,349 C/U	<b>S/ 1,299</b> Normal: S/ 1,349
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Nehir Set de cubiertos Sahra 36 Piezas A... SKU: 382574-4	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="1"/> + -	S/ 179 C/U	S/ 179
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Casa Bonita Set de 6 vasos de bebida 7.8 Oz SKU: 238915-0	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="15"/> + -	S/ 8.90 C/U	S/ 133.50
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Pasabache Botella Decanter Bacchus 250cc SKU: 293118-4	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="1"/> + -	S/ 9.90 C/U	S/ 9.90
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Producto Exclusi... Vaso de jugo 15 Oz SKU: 239201-1	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="13"/> + -	S/ 4.50 C/U	S/ 58.50
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Pasabache Botella Decanter 1000cc SKU: 293117-6	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="10"/> + -	S/ 15.90 C/U	S/ 159
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Thomas Extractor de jugo TH2670I SKU: 259434-X	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="1"/> + -	S/ 499 C/U	S/ 499
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Garantía Extendida SKU: 379078-9 1 año: Reemplazo 91 c/u	<a href="#">Descargar condiciones</a>	<input type="checkbox"/> Agregar garantía <small>(He leído las condiciones)</small>	S/ 91 c/u	S/ 0
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				
 Oster Licuadora 2L BLSTVB G00-051 SKU: 259479-X	<input checked="" type="checkbox"/> Despacho a domicilio <input checked="" type="checkbox"/> Retiro en tienda	<input type="text" value="1"/> + -	S/ 809 C/U	S/ 809
<a href="#">Eliminar</a> <a href="#">Guardar para después</a>				

## Resumen de tu compra

Los precios están sujetos a cambios según su tienda seleccionada: **SODIMAC SAN MIGUEL**  
 - No incluye costos de envío

Sub total: S/ 3,403.90

Ahorro CMR: -S/ 50

Precio a Pagar: S/ 3,403.90

Precio a pagar con CMR S/ 3,353.90

Ir a comprar

Ver más productos