

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



“Desarrollo de un Modelo de Negocio económicamente viable para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida Tradicional en la Ciudad de Arequipa 2016- 2020”

Tesis presentada por los Bachilleres:

- Paredes Benavente, Maryangela Darly
- Paz Cruz, Mario Alejandro

**Para optar por el Título Profesional de:
Ingeniería Comercial**

Asesor: Víctor Hugo Wong Calderón

AREQUIPA – PERÚ

2017



DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestras familias,

Por ser un apoyo incondicional en nuestro día a día y ser un ejemplo digno de superación

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a Dios y a nuestras familias por darnos la oportunidad de vivir esta experiencia, y permitirnos ahondar más en temas de nuestra carrera profesional.

A nuestros docentes, por guiarnos en esta investigación, y mostrarnos la importancia de la misma.



“Valor compartido no es responsabilidad social, filantropía, ni sostenibilidad. Es una nueva forma alcanzar éxito económico.”

Michael E. Porter, Economista, investigador y autor estadounidense.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación “Desarrollo de un Modelo de Negocio económicamente viable para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña en la ciudad de Arequipa”, se determinó la viabilidad económica de este proyecto.

Con este estudio se logró comprobar que dado los cambios crecientes de la demanda de menús y el hecho de que actualmente la mayoría de personas no tienen tiempo para cocinar, la oferta de dicho producto es viable económicamente. Para ello, se llevó a cabo una investigación de mercado en los distritos de Cercado, Yanahuara y Cayma. Se realizaron sondeos, encuestas y conversatorios con amas de casa, estudiantes entre otros, los cuales mostraron su optimismo y agrado ante nuestra propuesta.

Posteriormente se determinó la capacidad de oferta de la empresa, y se elaboró todos los presupuestos necesarios, donde se estimó los niveles de ingresos, costos y gastos para poder llevar a cabo el proyecto. A partir de dichos presupuestos, se elaboró el flujo de caja para 5 años y a partir del cálculo de los flujos se estimó el VAN, para comprobar la viabilidad del mismo.

No obstante, complementariamente se estimó el punto de equilibrio, se halló de igual manera la TIR, entre otros; pero todos estos como complemento adicional, ya que la viabilidad del proyecto está basada en el Valor Actual Neto económico.

Palabras clave: *Modelo de negocio, proyecto, comida tradicional arequipeña, investigación de mercado, viabilidad económica.*

ABSTRACT

In this research "Development of an Economically Viable Business Model for the Provision of Menu Delivery Service of Traditional Food in the city of Arequipa", we determined the economic viability of this project.

With this study it was possible to verify that given the increasing demand changes menu and the fact that today most people do not have time to cook, the supply of the product is economically viable. To do this, it conducted market research in the Cercado, Yanahuara and Cayma districts. Polls, surveys and conversations with housewives, students and others, which showed his optimism and welcome to our proposal were made.

Later the supply capacity of the company was determined, and all necessary budgets, where income levels, estimated costs and expenses was developed to carry out the project. From these budgets, cash flow for five years and was developed from the calculation of flows NPV was estimated to check viability.

However, in addition the estimated breakeven, was found equally IRR, among others; but all these as an addition, as the viability of the project is based on the economic Net Present Value.

Keywords: *Business model, project, Arequipa' traditional food, market research, economic viability.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	13
ÍNDICE DE SIGLAS.....	17
1 CAPÍTULO I: DEMANDA DE MENÚ DELIVERY EN LOS DISTRITOS DE CERCADO, YANAHUARA Y CAYMA	18
1.1 CONSUMIDORES	20
1.1.1 Identificación Del Consumidor.....	22
1.1.2 Productos Que Consumen.	22
1.1.3 Motivo De Preferencia De Productos.	23
1.1.4 Frecuencia De Consumo.	23
1.1.5 Precio Dispuesto A Pagar.	23
1.1.6 Momento De Compra Y De Uso.....	24
1.1.7 Nivel De Consumo Por Familia – Bienes De Lujo.	24
1.2 COMPETIDORES	26
1.2.1 Competidores Directos.	26
1.2.2 Competidores Indirectos.....	26
1.2.3 Infraestructura Física Con La Que Cuenta.....	29
1.2.4 Otros Competidores Sustitutos Ubicados En El Distrito De Yanahuara.....	30
1.2.5 Mercado Que Atiende.....	32
1.3 POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.....	33
1.3.1 Volumen De Ventas Y Participación En El Mercado.....	34
1.3.2 Campañas publicitarias.	34
1.3.3 Tecnología en suproducción.	35
1.3.4 Satisfacción de los clientes.....	36
1.3.5 Ventajas Competitivas.	36
1.4 DEMANDA INSATISFECHA.....	38
2 CAPITULO II: MERCADO DEL PROVEEDOR	39
2.1 ENVASES.....	39
2.2 ESTRATEGIAS PARA LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	43
2.3 ESTRATEGIA DE MARCA	43
2.3.1 Nombre.	43
2.3.2 Logotipo.	43
2.4 PROVEEDORES	44
2.4.1 Ubicación.....	44

2.4.2	Productos Que Comercializa Y Precio	47
2.4.3	Forma y Facilidades De Pago.....	49
2.4.4	Ofertas y Promociones.....	50
2.4.5	Lugar y Cumplimiento De Entrega.	50
2.5	ASPECTOS AMBIENTALES.....	51
2.5.1	Tiempo De Veda.....	51
2.6	PLAN DE LANZAMIENTO	54
2.6.1	Estrategias De Productos.	54
2.7	PROMOCIÓN	61
2.7.1	Objetivos De La Promoción.....	61
3	CAPÍTULO III: PRESUPUESTOS ANUALES.....	63
3.1	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	63
3.1.1	Proyección De Crecimiento De Ventas.	63
3.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS	65
3.3	PRESUPUESTO DE COSTOS.....	66
3.3.1	Presupuesto De Materias Primas.....	66
3.3.2	Presupuesto De Mano De Obra	75
3.3.3	Presupuesto De Gastos Indirectos De Fabricación	75
3.4	PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS	77
3.4.1	Presupuesto De Gastos De Administración.	77
3.4.2	Presupuestos De Gastos De Venta.....	78
3.4.3	Presupuesto De Personal De Administración.	78
3.4.4	Presupuesto De Personal De Ventas.....	78
3.4.5	Presupuesto De Inversión.....	79
3.4.6	PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO.	82
3.4.7	PRESUPUESTO DE FINANCIAMIENTO.....	82
3.4.8	Presupuesto de Depreciación	82
3.4.9	Estado De Resultados.....	84
4	CAPÍTULO IV: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	85
4.1	EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	85
4.1.1	Cálculo Del Costo de Oportunidad del Capital.....	85
4.1.2	Cálculo Del Valor Actual Neto	86
4.1.3	Tasa Interna De Retorno	88
4.1.4	Uso General De La TIR.....	88
4.1.5	Periodo De Recuperación De La Inversión	89

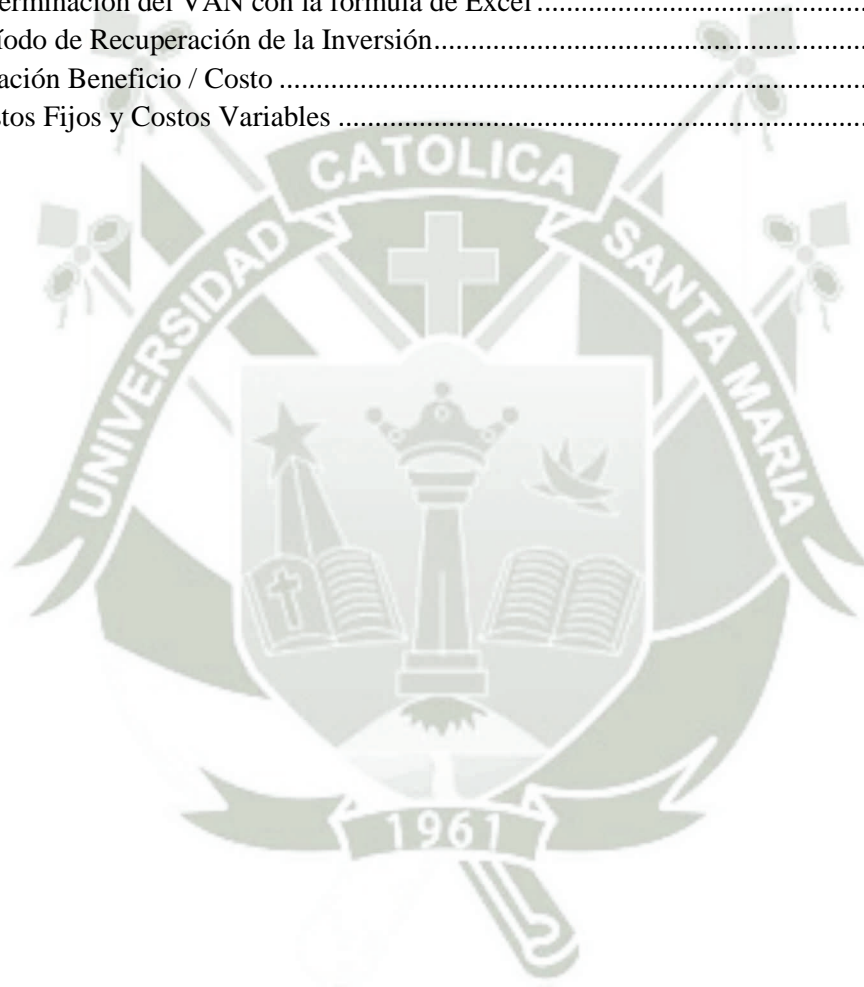
4.1.6	Relación Beneficio Costo.....	90
4.2	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	90
4.2.1	Requerimientos para el punto de equilibrio.....	91
	CONCLUSIONES.....	93
	RECOMENDACIONES.....	95
	BIBLIOGRAFÍA.....	98
	ANEXOS.....	99
	ANEXO 1	100
	ANEXO 2	128



ÍNDICE DE TABLAS

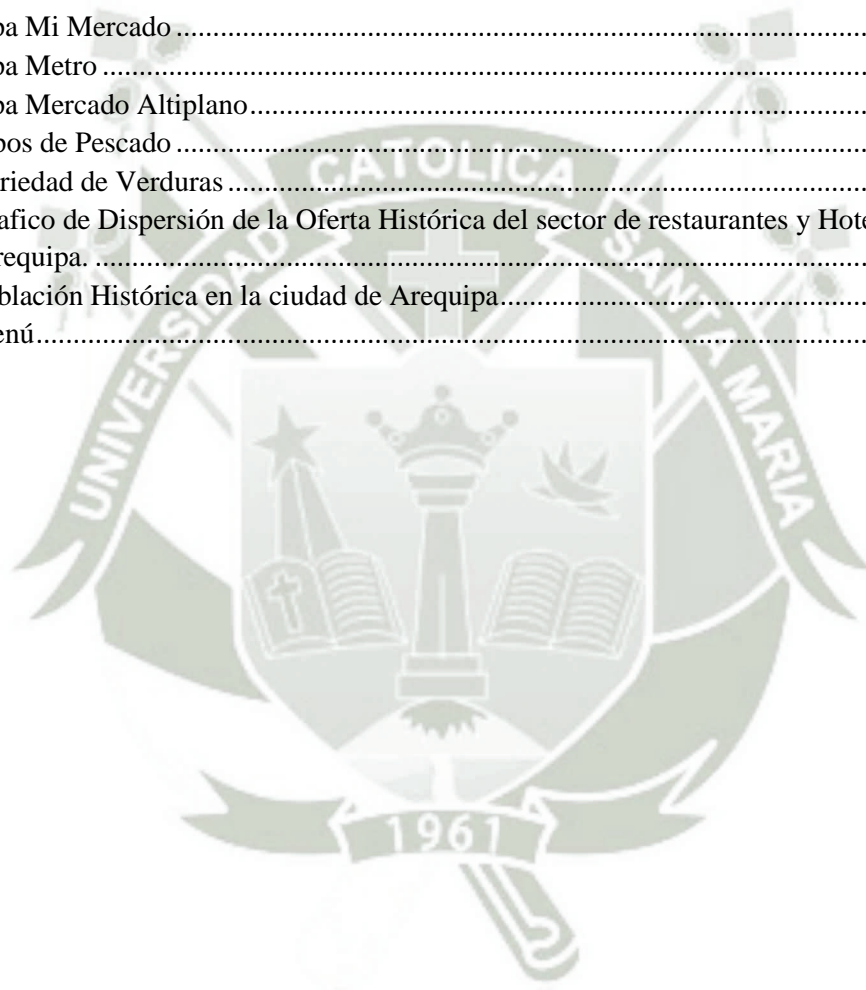
Tabla 1 Total Perú Urbano Y Rural.....	25
Tabla 2 Competidores Indirectos	28
Tabla 3 Proyección de Demanda Insatisfecha (Número total de personas).....	38
Tabla 4 Descripción de Envases	40
Tabla 5 Entradas Líquidas	40
Tabla 6 Envases de Bebidas.....	41
Tabla 7 Cubiertos.....	42
Tabla 8 Bolsas.....	42
Tabla 9 Proveedores.....	48
Tabla 10 Proyección de Crecimiento (%).....	63
Tabla 11 Ingresos en Nuevos Soles	63
Tabla 12 Presupuesto de Ventas	64
Tabla 13 Presupuesto de Ingresos.....	65
Tabla 14 Insumos Chaque (Montos en S/.).....	67
Tabla 15, Insumos Ocopa de Huevos (Montos en S/.).....	67
Tabla 16, Insumos Escribano (Montos en S/.).....	68
Tabla 17, Insumos Chochoca (Montos en S/.).....	68
Tabla 18, Insumos Aguadito De Patas (Montos en S/.).....	68
Tabla 19, Insumos Chupe de Camarones (Montos en S/.).....	69
Tabla 20, Insumos Zarza De Pollo (Montos en S/.).....	69
Tabla 21, Insumos Ocopa Arequipeña (Montos en S/.).....	69
Tabla 22, Insumos Pastel de Papa (Montos en S/.).....	70
Tabla 23 Insumos Soltero de Queso (Montos en S/.).....	70
Tabla 24 Insumos Estofado de Carne (Montos en S/.).....	71
Tabla 25 Insumos Malaya Frita (Montos en S/.)	71
Tabla 26 Insumos Rocoto Relleno (Montos en S/.)	71
Tabla 27 Insumos Bistec Atomatado (Montos en S/.)	72
Tabla 28 Insumos Locro (Montos en S/.)	72
Tabla 29 Insumos Chicharrón de Chancho (Montos en S/.)	72
Tabla 30 Insumos Ají de Gallina (Montos en S/.)	73
Tabla 31 Insumos Ají de Calabaza (Montos en S/.).....	73
Tabla 32 Insumos Matasca (Montos en S/.).....	73
Tabla 33 Insumos Revuelto de Habas (Montos en S/.).....	74
Tabla 34 Insumos de Bebidas (Montos en S/.)	74
Tabla 35 Costos Totales de Materia Prima	74
Tabla 36 Costo de Mano de Obra Directa.....	75
Tabla 37 Costo de Mano de Obra Indirecta	75
Tabla 38 Presupuesto de Servicios Básicos	76
Tabla 39 Presupuesto de Gastos Indirectos de Fabricación	76
Tabla 40 Total de Gastos Indirectos de Fabricación.....	76
Tabla 41 Presupuesto de Costo de Ventas en Nuevos Soles.....	77
Tabla 42 Gastos de Administración	77
Tabla 43 Gastos de Ventas.....	78
Tabla 45 Remuneraciones de Administración	78
Tabla 46 Remuneraciones de Ventas	78

Tabla 47 Presupuesto de Inversiones en Equipos	79
Tabla 48 Presupuesto de Inversión en Herramientas	80
Tabla 49 Presupuesto de Inversión en Bienes Inmuebles	81
Tabla 50 Resumen de la Inversión Tangible.....	81
Tabla 51 Inversión Fija Intangible	81
Tabla 52 Presupuesto de Capital de Trabajo.....	82
Tabla 53 Presupuesto de Financiamiento.....	82
Tabla 54 Presupuesto de Depreciación	83
Tabla 55 Presupuesto de IGV	83
Tabla 56 Estado de Resultados	84
Tabla 57 Determinación del Costo de Oportunidad de Capital (COK)	86
Tabla 58 Flujo de Caja Proyectado	87
Tabla 59 Determinación del VAN con la fórmula de Excel	87
Tabla 60 Período de Recuperación de la Inversión.....	89
Tabla 61 Relación Beneficio / Costo	90
Tabla 62 Costos Fijos y Costos Variables	91



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cuánto suele gastar en el almuerzo por persona?	21
Figura 2 ¿Qué debe contener el menú de su preferencia?.....	27
Figura 3 De conocer de la existencia de algún menú delivery, ¿Lo consumiría?	38
Figura 4 Mapa Mercado Palomar.....	44
Figura 5 Mapa Mercado Avelino Cáceres	45
Figura 6 Mapa Mercado Río Seco	45
Figura 7 Mapa Mi Mercado	46
Figura 8 Mapa Metro	46
Figura 9 Mapa Mercado Altiplano.....	47
Figura 10 Tipos de Pescado	52
Figura 11 Variedad de Verduras	53
Figura 12 Grafico de Dispersión de la Oferta Histórica del sector de restaurantes y Hoteles de la Ciudad de Arequipa.	64
Figura 13 Población Histórica en la ciudad de Arequipa.....	65
Figura 14 Menú.....	66



INTRODUCCIÓN

El presente estudio se elaboró con el objetivo de determinar el Desarrollo de un modelo económicamente viable de negocio para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña en la ciudad de Arequipa. Para ello se identificó la necesidad que hoy en día tienen las personas por contar con este servicio, debido a que actualmente por el acelerado ritmo de vida que llevan, no cuentan con el tiempo suficiente para cocinar.

Este estudio toma relevancia porque la gastronomía peruana en los últimos años ha cobrado mayor importancia, tornándose en un motor de crecimiento en nuestro país y un generador de empleo, ya que esto beneficia a toda la cadena agroalimentaria, y crea una oportunidad de negocio para las personas que quieren incursionar en este rubro, como es el caso de nuestra empresa de menú delivery. En esta tesis se determinó la viabilidad económica del proyecto además de determinar la capacidad de oferta. Se debe recalcar que este proyecto también plantea estrategias para introducirse en el mercado, brindando confianza a sus clientes y lograr el crecimiento de las ventas durante cinco años.

Además, se debe mencionar que en este proyecto se hace mención de la parte legal necesaria para la constitución de la empresa, costos estimados para la inscripción o constitución de la empresa, los costos legales, etc.

No obstante se debe resaltar que este estudio está limitado a la demanda de los distritos de Cercado, Yanahuara y Cayma.

En el primer capítulo, se habla acerca de la demanda de menús delivery en la ciudad de Arequipa, donde se menciona en primer lugar de como empezaron las picanterías, además de un análisis del sector gastronómico, resaltando el crecimiento que ha tenido este sector los

últimos años, y por lo cual se han aperturado muchos más restaurantes a nivel nacional, y gracias a esto se incrementó la participación de los distintos niveles de la cadena agroalimentaria. Así mismo se identificó según las encuestas que ahora aproximadamente un 52% de la población ha pedido delivery el último mes.

En este capítulo se analizó de igual manera el comportamiento del consumidor. Dado esto se realizó un estudio de mercado en estos tres distritos, donde nos mostraron su optimismo ante nuestra propuesta y proyecto. Para poder recopilar la información se siguió un meticuloso método, determinando un muestreo apropiado. Se encuestaron a 383 personas.

De la misma manera se identificó a los competidores tanto directos, el cual es solo uno, como indirecto. En el caso de nuestro competidor directo, es una empresa llamada Kumara Dusy SAC, vende 80 menús diarios aproximadamente.

En lo referente a nuestros competidores indirectos, hemos considerado a los restaurantes que ofrece comida criolla, porque el menú también se enfoca a ese tipo de comida.

En el segundo capítulo, se determinó la oferta para este proyecto, a partir de conocer la demanda de dicho producto.

En el tercer capítulo, se centra en los presupuestos elaborados, considerando el de ventas, gastos, inversiones, entre otros.

Se estimó una inversión de 23,501 soles en equipos, herramientas y bienes muebles, además de una de 1,481 en bienes intangibles, como son las licencias, los permisos entre otros. Se investigó el precio de cada uno de los insumos necesarios para cubrir la demanda de los restaurantes. Esta estimación de costos se obtuvo en base a proyecciones a partir de datos históricos de los costos al por mayor de los insumos. Además se identificó los gastos por ventas (combustible, marketing, etc); así como los gastos por administración (alquiler de local, gasto

por servicios, útiles de oficina y de aseo).

El límite de oferta se determinó por la inversión y por las ventajas competitivas de nuestro servicio. Estamos dispuestos a aportar el 100%. Las ventajas competitivas del servicio son la calidad, y la rapidez en la entrega.

Se elaboraron presupuestos para la determinación de la viabilidad económica de la oferta de menús, elaborados con una proyección de 5 años.

Se elaboró el presupuesto de ventas considerando una variación de ventas de un año a otro. La proyección del crecimiento en ventas se realizó en base al crecimiento esperado del sector restaurantes y hoteles en la ciudad de Arequipa.

Se elaboraron los presupuestos de costos. Se elaboró el presupuesto de compras en base a la cantidad de menús demandados. También se elaboró el presupuesto de mano de obra, donde se estimaron los requerimientos de personal, un chef principal y 3 asistentes de cocina como mano de obra directa, y como mano de obra indirecta se encuentran 3 repartidores y un repartidor de volantes. Así mismo se estimó los gastos indirectos de fabricación considerando los tapers, vasos, y bolsas en los cuales se entregará la comida, además de los gastos en luz, agua, teléfono e internet. A partir de ese presupuesto se elaboró el presupuesto de costo de ventas

Se calculó el presupuesto de capital de trabajo neto y cambios en el capital de trabajo neto. El capital de trabajo neto es el capital con el que cuenta la empresa para trabajar y operar en el corto plazo. Para su estimación se consideró las cuentas por cobrar, cuentas por pagar e inventarios. Los cambios en el capital de trabajo neto mostraron cuánto debe aumentar el capital de trabajo neto de un periodo a otro para poder cubrir los requerimientos de producción.

Se estimaron los gastos de ventas y de administración, como parte de los gastos

operativos.

Se estimó el IGV e Impuesto a la renta a pagar. El presupuesto de IGV consideró tanto el IGV de ingresos como de egresos. Para el cálculo del impuesto a la renta a pagar, este se estimó como el 30% de las utilidades antes de impuestos, pues la empresa se encuentra bajo el régimen general.

Finalmente a partir de los presupuestos anuales, se realizó un flujo de caja anual, el cual refleja las entradas y salidas de dinero que se producen en 5 años.

En el cuarto capítulo se llevó a cabo la evaluación del proyecto a partir de los flujos anuales obtenidos, determinándose un costo de capital de 39.895%, obteniendo con ello un VAN de S/. 277,700.66.

Para el análisis económico, la TIR es de 200%; el PRI es de 15 meses, entre otros.

Asimismo se calculó el punto de equilibrio del primer año, esto quiere decir el nivel de ventas mínimo que debe tener la empresa para no incurrir en pérdidas. El Punto de Equilibrio en nuevos soles para la venta de menú delivery sería de S/. 28507; y el punto de equilibrio físico de este producto es de 2,591 menús anuales.

A partir de toda la investigación que se realizó, se logró comprobar la hipótesis, al demostrar la existencia de una demanda insatisfecha, la cual se determinó por medio de la investigación primaria que se llevó a cabo encuestando y entrevistando a amas de casa, trabajadores de oficinas y estudiantes; y al determinar que la oferta de dichos productos es viable económicamente, lo cual se logró por medio del cálculo de Valor Actual Neto, se estimó a partir de los flujos esperados en base a los presupuestos calculados.

ÍNDICE DE SIGLAS

- B/C: Relación Beneficio Costo
- CF: Costo Fijo
- COK: Costo de Capital
- CT: Costo Total
- CTS: Compensación por tiempo de servicios
- CV: Costo Variable
- I: Tasa de Interés
- IGV: Impuesto General a las Ventas
- INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática
- PE: Punto de Equilibrio
- PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión
- SIS: Seguro Integral de Salud
- TIR: Tasa Interna de Retorno
- TIRE: Tasa Interna de Retorno Económica
- UIT: Unidad Impositiva Tributaria
- VT: Ventas Totales
- VA: Valor Actual
- VAN: Valor Actual Neto
- VANE: Valor Actual Neto Económico

CAPÍTULO I: DEMANDA DE MENÚ DELIVERY EN LOS DISTRITOS DE CERCADO, YANAHUARA Y CAYMA

«La cocina arequipeña ha alcanzado fama por ser una de las más variadas y sabrosas del Perú. Posee la mayor diversidad respecto a otras localidades del país gracias a la amplia despensa que posee en su campiña, investigaciones han registrado 194 variedades de platos típicos, de los cuales 40 son entradas, 11 chupes o almuerzos, 11 caldos, 70 guisos o segundos, 51 postres, dulces y salados, y 11 bebidas»(Velásquez, 2006) (p. 44)

Como explica(Velásquez, 2006), es una gastronomía que combina el sabor y el arte; busca la armonía entre el sabor, el color y la forma. Intencionalmente está dirigida a movilizar los sentidos extremos del comensal, como también activar el funcionamiento de los órganos del cuerpo. Entonces los sabores, aromas, texturas, formas y colores se amalgaman en las delicadas ollas de barro y la brasa de la leña llegando a concebir deliciosos platos (p. 44).

Entre los platos arequipeños más relevantes, podemos destacar los siguientes a continuación:

- Rocoto relleno
- Chairo
- Pebre
- Ocopa
- Chupe de camarones
- Adobo

Los lugares tradicionalmente conocidos para la preparación, venta y consumo de comida arequipeña se llaman “Picanterías”. El 23 de abril de 2014 se declaró Patrimonio Cultural de la Nación.(Perú, 2014)

La idea del proyecto surge a raíz de que en la ciudad de Arequipa, actualmente no

existen locales que presten servicios de comida delivery en la modalidad de menú para personas que trabajan en empresas grandes, pequeñas y oficinas en horarios corridos.

El mérito innovador radica en que podremos llegar a las oficinas y hogares de los profesionales con la búsqueda de una comida rica, sana y variada.

En formato casero y fácil de consumir y también para quienes en base a un mundo en constante movimiento no son capaces de preparar sus propios productos en casa y buscan algo similar en bajo costo que les solucione el problema de la cocina.

Nuestro Menú Delivery tiene por forma de negocio preparar y elaborar productos de orientación alimenticia que cubran las necesidades de almuerzos diarios según sean las preferencias de los clientes.

Se ofrecería este servicio a empresas particulares, especialmente empleados que buscan una comida rica, sana, variada casera y fácil de consumir con alto contenido nutritivo.

Está dirigido también a personas y/o familias que no son capaces de preparar su propio alimento en casa, y buscan algo similar. Los bajos costos les solucionarán la necesidad básica de alimentarse pero que buscan una comodidad en su hogar.

Con esto se satisfacerán la necesidades alimenticias de los trabajadores entregándoles servicio de comida sana y nutritiva en su lugar de trabajo o en la comodidad de su hogar, contribuyendo a una dieta balanceada y nutritiva.

Así el Menú Delivery se convertirá en el mayor proveedor de comida criolla a todas aquellas personas que no tienen el tiempo, las condiciones las ganas o el conocimiento para cocinar diariamente entregándoles una alimentación equilibrada y saludable con el mayor control de calidad.

1.1 CONSUMIDORES

Al reunirnos con nuestros consumidores potenciales, hemos podido rescatar algunos puntos muy importantes:

- Lo más importante para nuestros consumidores es el tiempo del que disponen para su almuerzo, por ello uno de los factores más importantes para nosotros como empresa es la puntualidad para con ellos.
- Al ser un menú delivery lo que buscan es variedad y poder tener la posibilidad de personalizar su producto para sentirlo “hecho como en casa” es decir en cuanto al sabor agregarle más picante o en lugar de papa poner tomate, con la disposición de ellos mismos de pagar un poco más por este valor agregado.
- Les parece que el mejor tipo de pago es mediante una afiliación, es decir proveerles una tarjeta dónde se va acumulando el monto a pagar de los pedidos de menú delivery.
- Con respecto al precio del menú simple nuestros consumidores potenciales nos hicieron saber que estarían dispuestos a pagar entre 8.00 a 12.00 soles; por menú, esto considerando el resultados de las encuestas.

Figura 1 ¿Cuánto suele gastar en el almuerzo por persona?



Fuente: Elaboración Propia

- Respecto al producto en sí, nos hicieron saber que la cantidad debe ser moderada ya que luego deberán continuar con sus labores, asimismo se debe tener mucho cuidado con algunos productos como por ejemplo el huevo y la cebolla.
- Muchos de nuestros consumidores potenciales indicaron que sus platos de fondo tienen mucho carbohidrato y muy poca proteína por lo que han resaltado que el menú debe ser balanceado teniendo una cantidad adecuada de proteína, carbohidratos y siempre contar con opciones de ensalada.
- Para nuestros consumidores potenciales lo más importante es la calidad del servicio y producto es decir que la comida llegue puntual y de la misma manera los insumos utilizados estén bien lavados y el proceso en la elaboración de la comida sea salubre.
- El tiempo promedio con el que las personas cuentan para almorzar es de 1 hora, con un mínimo de 30 minutos y un máximo de 2 horas.

1.1.1 Identificación Del Consumidor.

Para identificar a potenciales consumidores se toma diferentes características que incluyen:

- Edad
- Nivel de ingresos
- Personas en su hogar
- Sus servicios preferidos
- El nivel de satisfacción
- Precio dispuestos a pagar

Para saber a qué sector de la población de la ciudad de Arequipa nos estamos enfocando, se evalúa la cantidad de personas en el campo laboral ya que son nuestros clientes potenciales.

En la tabla obtenida del INEI se obtiene los porcentajes de la PEA en la ciudad de Arequipa y por la situación socioeconómica se escoge el sector de comercio, transportes y comunicaciones, manufactura y construcción que suman un 47.5% de la PEA de la ciudad de Arequipa.

En conclusión el público objetivo constituye un 47.5% de la población laboralmente activa de la ciudad de Arequipa.

1.1.2 Productos Que Consumen.

Los potenciales consumidores consumen cualquier variedad de productos al momento de salir a comer además de estar dispuestos a probar cualquier variedad de comida. Los platos mayormente consumidos son aquellos de comida criolla o platos extras. Otras comidas de gran consumo son aquellas denominadas comidas rápidas.

Con respecto a platos internacionales los más consumidos son aquellos elaborados en base a la comida Italiana.

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada los potenciales consumidores en su mayoría, en referencia a comida internacional, la que mayormente han probado es la comida italiana.

1.1.3 Motivo De Preferencia De Productos.

Se pudo observar que dentro de los principales motivos de preferencia de consumo de los comensales es por la calidad percibida en el servicio, anteponiéndolo al nivel de precios que se les cobra por el servicio.

Por los datos obtenidos por la encuesta realizada el motivo de preferencia de los diferentes productos que ofrecen los distintos competidores es por la buena comida ofrecida.

1.1.4 Frecuencia De Consumo.

Se analizó que todos los consumidores frecuentes solicitan el servicio delivery al menos una vez al mes, algunos con mayor frecuencia que otros, teniendo como principal causa una reunión familiar o con amigos.

1.1.5 Precio Dispuesto A Pagar.

Con la información recolectada en los diferentes Focus Group realizados se obtuvo la siguiente información sobre el precio que nuestros clientes estarían dispuestos a pagar los comensales por un servicio de comida:

Las personas económicamente activas con una remuneración fija mensual están dispuestas a pagar entre doce y quince nuevos soles por persona, observando que las personas jóvenes pertenecientes a la PEA destinan gran parte del porcentaje de sus ingresos totales a

bienes y servicios de alta calidad, considerados de lujo.

Por otro lado las personas que no cuentan con un ingreso mensual fijo estarían dispuestas a pagar por un servicio de comida en un rango de entre ocho y doce nuevos soles por persona por un servicio de comida.

En ambos se concluyeron que debe existir una distinción en cuanto al cobro por el servicio a personas mayores y niños debido a que la cantidad de consumo es diferente.

Según la data recolectada en la encuesta realizada se obtuvo que los comensales estén dispuestos a pagar entre 30 y 67 nuevos soles en promedio.

1.1.6 Momento De Compra Y De Uso.

La mayoría de personas opta por consumir nuestro producto en la hora de almuerzo porque las amas de casa actualmente tienen un ritmo de vida ajetreado, no cuentan con el tiempo suficiente para cocinar, de igual manera las personas que trabajan en oficinas y los estudiantes; nuestro producto es del agrado del público porque satisface su necesidad de alimentación de forma rápida, con comida saludable y de buen sabor.

1.1.7 Nivel De Consumo Por Familia – Bienes De Lujo.

En este aspecto debemos analizar cuál es el porcentaje del ingreso promedio de las personas del segmento del mercado al cual va dirigido nuestro negocio (NSE AB, C), que destinan al consumo por alimento y bienes y/o servicio de entretenimiento que son los principales aspectos de nuestro negocio.

Para esto recurrimos a información documentada registrada por empresas dedicadas de prestigio que asegura la veracidad de la información.

Tabla 1 Total Perú Urbano Y Rural

PROMEDIOS	Total Perú urbano y rural						
	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 464	S/. 803	S/. 637	S/. 671	S/. 588	S/. 463	S/. 261
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 76	S/. 162	S/. 97	S/. 106	S/. 85	S/. 66	S/. 45
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 119	S/. 317	S/. 175	S/. 192	S/. 151	S/. 106	S/. 37
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 71	S/. 234	S/. 78	S/. 87	S/. 65	S/. 49	S/. 36
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 97	S/. 252	S/. 136	S/. 150	S/. 117	S/. 82	S/. 40
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 125	S/. 430	S/. 164	S/. 184	S/. 135	S/. 83	S/. 43
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 133	S/. 460	S/. 192	S/. 222	S/. 150	S/. 83	S/. 36
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 72	S/. 169	S/. 97	S/. 106	S/. 86	S/. 63	S/. 34
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 1,936	S/. 4,435	S/. 2,611	S/. 2,830	S/. 2,304	S/. 1,691	S/. 967
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 2,382	S/. 6,121	S/. 3,262	S/. 3,529	S/. 2,887	S/. 1,992	S/. 1,027

*Ingreso estimado en base al gasto – INEI

FUENTE: INEI

Debido a que nuestro servicio de Menú Delivery que analizamos para implementarlo en la ciudad de Arequipa se centra en dos aspectos importantes; que son la alimentación y esparcimiento o recreación; hemos analizado que en promedio los sectores socioeconómicos AB y C que son hacia los cuales va dirigido nuestro servicio destinan en promedio mensual 1440 nuevos soles en alimentos (S/. 803 NSE AB y S/. 637 B) y un total de 652 nuevos soles en actividades de esparcimiento (S/. 460 NSE AB, S/. 192 C) mensualmente; esto nos demuestra que gran parte del nivel de ingresos de las familias de los NSE AB, C lo destinan a la alimentación y parte de estos al esparcimiento que son los aspectos principales de nuestro negocio volviéndolo un referente importante y atractivo para la toma de decisión de incursionar en el mercado.

1.2 COMPETIDORES

1.2.1 Competidores Directos.

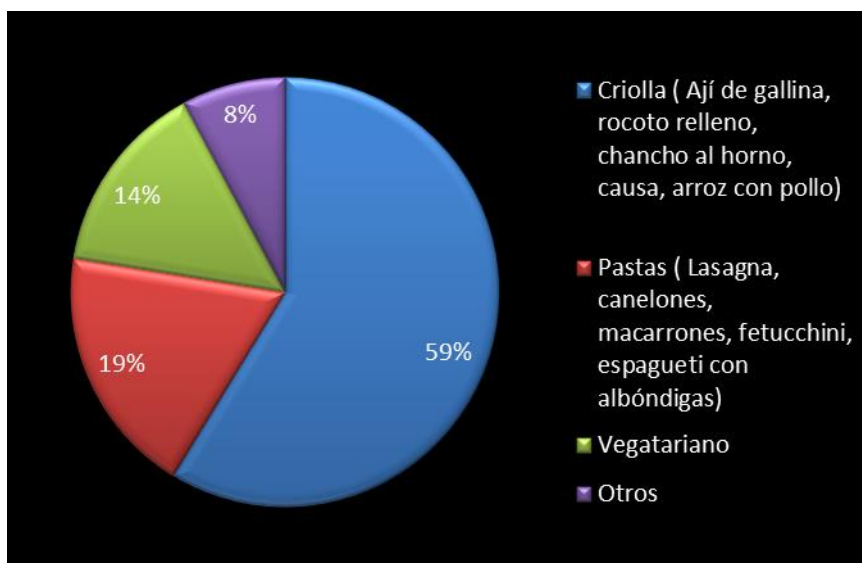
Como competidor directo, encontramos en el sector al cual nos vamos a dirigir solo una empresa llamada Katuska Dusy SAC, la cual vende alrededor de 80 menús diarios

1.2.2 Competidores Indirectos.

Se tomaron en cuenta a potenciales competidores ubicados en el distrito de Yanahuara y Cercado, cómo análisis de nuestra hipótesis a priori de la investigación. Se reunieron los siguientes datos expresados en la siguiente tabla.

Nosotros competiremos con aquellos restaurantes que ofrecen comida tradicional, porque según la encuesta realizada, se les preguntó que debería contener el menú de su preferencia a lo que respondieron:

Figura 2 ¿Qué debe contener el menú de su preferencia?



Fuente: Elaboración Propia

A lo que casi el 60% respondió que tradicional.

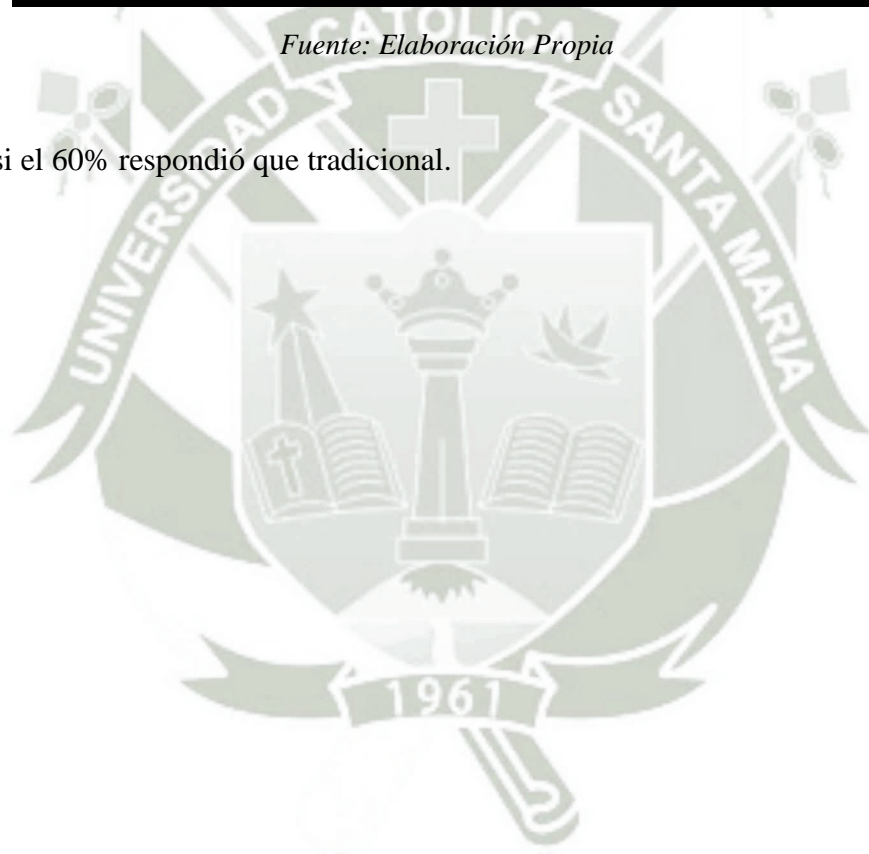


Tabla 2 Competidores Indirectos

COMPETIDORES	UBICACIÓN	AÑOS EN EL MERCADO	HORARIOS	PRECIOS APROX.	FACILIDADES DE PAGO
La Nueva Palomino	Pasaje Leoncio Prado 122- Yanahuara	Más de 100 años	Lun-Dom 11:30 a 17:00	S/.30 - S/.50	Efectivo y Visa
Paladar 1900	Calle San Francisco 227-Cercado	Más de 4 años en el mercado	Lun – Sáb 11:00 - 00:15 Dom: 12:00 - 20:00	S/.50 - S/.70	Efectivo, Visa y MasterCard
Chicha por Gastón Acurio	Calle Santa Catalina 210- Cercado	Más de 4 años en el mercado	Lun-Jueves 12:00 - 23:00 Vie-Sábado 12:00-0:00 Dom 11:30 - 18:00	S/.40 - S/.70	Efectivo, Visa y MasterCard
Sol de Mayo	Jerusalén 201- Yanahuara	Más de 100 años de experiencia	Lun-Dom 11:00 - 18:00	S/.30 - S/.50	Efectivo y Visa
La Capitana	Calle Los Arces # 209 – Cayma	Diez años en el mercado	Lun- Dom 12:00 - 22:00	S/.25 - S/.50	Efectivo y Visa
Costumbres	Calle Tronchadero 212 - Yanahuara		Lun- Sáb 12:00 - 22:00	S/.30 - S/.50	Efectivo y Visa
Kapisaq	Calle Quesada 105 – Yanahuara	Cuatro años en el mercado	Lun- Sáb 12:00 - 22:00	S/.30 - S/.50	Efectivo y Visa
El Super Adobo Arequipeño	Calle Alfonso Ugarte214- Yanahuara	Once años en el mercado	Lun- Sáb 12:00 - 22:00	S/.20 - S/.50	Efectivo y Visa
Open Plaza	Av. Ejército 1009 - Cayma	Ocho años en el mercado	Lun- Sáb 11:00 - 22:00	S/.15 - S/.50	Efectivo y Visa

Fuente: Elaboración Propia

1.2.3 Infraestructura Física Con La Que Cuenta.

a) LA NUEVA PALOMINO



Se observa que la Picantería La Nueva Palomino cuenta con una infraestructura tradicional en su fachada construida a base de sillar y en su interior de igual manera se conserva una temática tradicional de la ciudad de Arequipa

b) PALADAR 1900



El Paladar 1900 cuenta con una infraestructura Vanguardista tanto en su interior como en el exterior brindando comodidad a sus clientes

c) CHICHA POR GASTÓN ACURIO



Chicha por Gastón Acurio cuenta con un local que resalta la arquitectura clásica y tradicional de Arequipa

d) SOL DE MAYO



Sol de Mayo con infraestructura tradicional cuenta con áreas verdes (ambientes al aire libre) y salones para reuniones o recepciones, con una infraestructura tradicional de Arequipa.

1.2.4 Otros Competidores Sustitutos Ubicados En El Distrito De Yanahuara.

a) LA CAPITANA



La capitana, picantería con temática tradicional, internamente el espacio es cerrado, construida a base de sillar; y decorados tradicionales de Arequipa y la cocina de antaño.

b) COSTUMBRES



Costumbres presenta una mezcla tradicional y moderna, teniendo en su fachada las típicas construcciones a base de sillar, en su interior cuenta con mobiliario moderno y elegante, también se destaca el tuturutu a la entrada de su local.

c) KAPISAQ



KapisAQ cuenta con una infraestructura moderna tanto en exteriores como en interiores, de espacio reducido, aun así cuenta con espacio para servicio de estacionamiento.

d) EL SUPER ADOBO AREQUIPEÑO



El Súper Adobo Arequipeño cuenta con una infraestructura tradicional tanto en su fachada como en su interior, elaborada en base a sillar.

e) OPEN PLAZA



Open Plaza, en su patio de comidas, fast food, cuenta con una variedad de cadenas de comida rápida, su infraestructura es moderna.

1.2.5 Mercado Que Atiende.

Se observa que los competidores que ofrecen servicios sustitutos no realizan ninguna segmentación de mercado al público que atienden, y aceptan público en general de todas las edades y estratos socioeconómicos, sin ningún tipo de restricciones para el ingreso a sus establecimientos, ya sea código de vestimenta o reservación previa.

LA CAPITANA



COSTUMBRES



KAPISAQ



LA CAPITANA



LA NUEVA PALOMINO



SOL DE MAYO



1.3 POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.

Los competidores que ofrecen servicios sustitos con mayor presencia en la mente de los consumidores son los fast foods (comida rápida) que se encuentran ubicados en Centros Comerciales; y restaurantes tales como el Sol de Mayo y La Nueva Palomino.

Los primeros principalmente por su accesibilidad al público y variedad de servicios; además de su rápida atención al público. Los segundos, tanto el restaurant Sol de Mayo como la Nueva Palomino por su calidad en el servicio y años en el mercado.

La nueva Palomino es el competidor que, según la encuesta realizada abarca al mayor porcentaje de personas de los 25 segmentos estudiados de la población.

1.3.1 Volumen De Ventas Y Participación En El Mercado.

Se analizó el nivel de ventas de uno de los potenciales competidores con mayor participación en el mercado, la siguiente información se recolectó por medio de una entrevista a la Nueva Palomino.

Durante los días de semana (lunes a viernes) se reciben aproximadamente entre 80 y 120 comensales, cabe resaltar que los días martes y jueves esta cantidad aumenta por la llegada de turista; mientras que los fines de semana se reciben entre 180 y 250 comensales.

Realizando un cálculo en base al aproximado de cliente que recibe y al nivel estándar de sus precios, la Nueva Palomina obtiene un volumen de ventas de entre 3 200 y 4 800 nuevos soles (multiplicando la cantidad de clientes aproximados por 40 nuevos soles, el precio promedio por consumo personal) y los fines de semana de entre 7 200 y 10 000 nuevos soles.

1.3.2 Campañas publicitarias.

Los competidores que ofrecen productos sustitutos promocionan sus servicios a través de anuncios suscritos en páginas amarillas y periódicos, además de la repartición masiva de volantes.

Se observa también que los restaurantes con mayor trayectoria, su principal medio de

promoción de su servicio es el “boca a boca”.

1.3.3 Tecnología en suproducción.

Se observa que los distintos competidores cuentan con diferentes instrumentos tecnológicos para la implementación de su servicio. Algunos de ellos cuentan con artefactos tecnológicos a la vanguardia del mercado y otro se mantienen con una implementación tradicional.



La Capitana como competidor sustituto sigue conservando la tradición de la comida Arequipeña, es decir cocinado sus platos a leña, no haciendo mucho uso de Tecnología en la preparación de sus comidas conservando así las costumbres de antaño.



Costumbres como competidor sustituto a diferencia de las picanterías tradicionales, hace uso de cocinas y hornos industriales para poder reducir el tiempo en el preparado de sus platos y estar a la vanguardia, pues no solo se enfoca en platos tradicionales.



El Súper Adobo Arequipeño como otro competidor sustituto también ha optado por estar a la vanguardia en cuanto a tecnología , dejando en el pasado el uso de la leña y el batán , esto debido a que desea reducir el tiempo en la preparación de las comidas y para estar a la par de los nuevos restaurantes en la ciudad .



Open Plaza desde que se inició se caracterizó por la preparación de sus comidas de una manera más mecanizada debido a la atribución de su nombre, es por ello que requieren hacer sus comidas de la manera más rápida usando maquinarias que se encargan de cada proceso de preparación.

1.3.4 Satisfacción de los clientes.

Se observa la satisfacción de los clientes al observar su agrado por el servicio recibido en los diferentes establecimientos donde asisten; considerando que en ocasiones anteponen la calidad sobre los precios; y se convierten en clientes cautivos de los distintos establecimientos.

1.3.5 Ventajas Competitivas.

Los competidores en el mercado que ofrecen productos sustitutos presentan varias ventajas competitivas que los diferencian entre sí ya sea a nivel de precios, ambientación en sus establecimientos o tiempo de atención, algunas de ellas las detallamos a continuación:

Nueva Palomino

- Nivel de precios adecuados
- Ambiente confortable
- Tradicional
- Dos veces ganador en Mistura



Sol de Mayo

- Menor tiempo de espera en atención
- Ambiente confortable
- Áreas verdes



Fast Food – Open Plaza

- Promociones y descuentos
- Rápida atención
- Precios bajos- Delivery



La Capitana

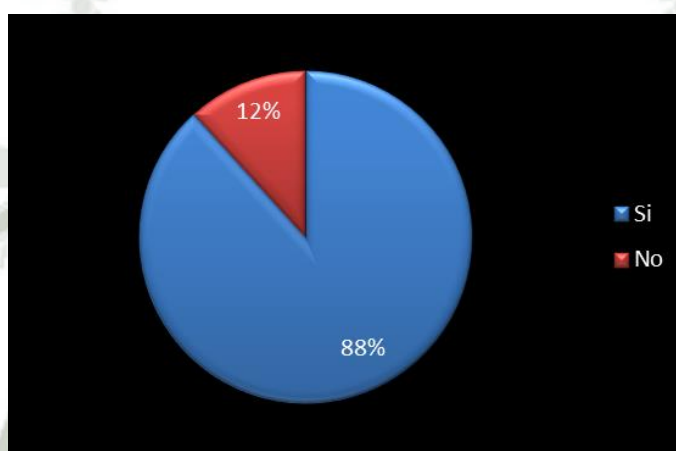
- Ambiente tradicional
- Alimentos hechos tradicionalmente
- Precios cómodos



1.4 DEMANDA INSATISFECHA

Se calculó la demanda insatisfecha considerando a nuestra población objetivo a personas que tienen entre 20 y 60 años de edad de los distritos de Cercado, Yanahuara y Cayma. Lo cual lo obtuvimos de la INEI. De ese total se consideró el resultado de las encuestas en el que se indicó que el 88% de la población si conociera la existencia de un menú delivery lo consumiría.

Figura 3 De conocer de la existencia de algún menú delivery, ¿Lo consumiría?



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3 Proyección de Demanda Insatisfecha (Número total de personas)

DEMANDA PROYECTADA ANUAL EN UNIDADES					
AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEMANDA PROYECTADA ANUAL EN UNIDADES	75358	75776	76194	76612	77030
DEMANDA DIARIA	212	213	215	216	217
DEMANDA OBJETIVO	60286	60621	60955	61290	61624
80%					

Fuente: Elaboración Propia

Para lo referente al cálculo de la oferta, consideramos que existe únicamente un competidor directo, que el Kumara Dusy Sac, quien vende alrededor de 80 menús diarios.

CAPITULO II: MERCADO DEL PROVEEDOR

En el capítulo anterior se determinó la existencia de una demanda en Menús Deliverys, por parte del distrito de Yanahuara, cayma y cercado. A partir de ello, se analizara a los proveedores, competidores y canales de distribución necesarios para ofertar nuestro servicio.

Producto: Nuestro servicio de “MENÚ DELIVERY” cuenta con la siguiente opción

de menú:

- **Menú simple:** Para la opción de menú simple presentamos los platos para que el consumidor elija con una entrada, un plato de fondo (entre varias opciones) y una bebida.

2.1 ENVASES

Entradas sólidas y Segundos:



- Forma: rectangulares y tapa
- Materiales: polipropileno. termo selladora correspondiente top seal 150
- Color: transparente
- Dimensiones:

Tabla 4 Descripción de Envases

CC	MEDIDAS(mm)	UD/CAJA
170	137 x 96 x 23	1800
250	137 x 96 x 32	2400
370	137 x 96 x 49	2160
480	137 x 96 x 66	1600

Fuente: Elaboración Propia

Entradas líquidas:



- Forma: circulares con fondo y tapa
- Materiales: polipropileno. uso caliente. apto para uso en microondas. sellables
- Color: blanco y negro
- Dimensiones:

Tabla 5 Entradas Líquidas

CC	MEDIDAS(mm)	UD/CAJA
Color Blanco	220 Diam x 22,5	210
Color Blanco	220 Diam x 43	210
Color Negro	220 Diam x 22,5	210
Color Negro	220 Diam x 43	210
Tapa baja común PP	220 Diam x 5	210
Tapa alta común PP	220 Diam x 27	210
Tapa alta común OPS	220 Diam x 30	210

Fuente: Elaboración Propia

Bebidas:



- Forma: cilíndrico con tapa
- Características: apariencia cristal. tapas de cúpula y planas disponibles
- Color: transparente
- Dimensiones:

Tabla 6 Envases de Bebidas

CC	MEDIDAS(mm)	UD/CAJA
100	-	2500
Tapa plana	-	2500
200	-	1000
Tapa cúpula	-	2500

Fuente: Elaboración Propia

Cubiertos:



- Características: pack de cuchillo, tenedor, cuchara y servilleta
- Color: transparente
- Dimensiones:

Tabla 7 Cubiertos

CC	MEDIDAS(mm)	UD/CAJA
-	-	250

Fuente: Elaboración Propia

Bolsas:



- Forma: rectangular con asas
- Material: papel
- Color: blanco
- Dimensiones:

Tabla 8 Bolsas

CC	MEDIDAS(mm)	UD/CAJA
-	175 + 90 x 230	500
-	260 + 140 x 320	250
-	260 + 170 x 280	250
-	320 + 220 x 240	250

Fuente: Elaboración Propia

2.2 ESTRATEGIAS PARA LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

DECISIONES DE MEZCLA: Contamos con cuatro líneas de producto:

Primera línea de productos: Entradas

Para el menú la línea de entradas cuenta con 10 productos los cuales están distribuidos entre los 5 días hábiles de la semana siendo 2 opciones de entradas por día.

Segunda línea de productos: Platos de fondo

Para el menú simple contamos con 10 productos distribuidos entre los 5 días hábiles de la semana siendo 2 opciones de platos de fondo por día.

Tercera línea de productos: Bebidas

Para el menú la línea de bebidas cuenta con 20 productos distribuidos entre los 5 días hábiles de la semana siendo 4 opciones de bebidas por día.

2.3 ESTRATEGIA DE MARCA

2.3.1 Nombre.

El nombre propuesto para el Menú Delivery es Recetas de Antaño, puesto que el servicio que se brinda permite a los comensales poder combinar una variedad de recetas de antaño de acuerdo a su gusto.

2.3.2 Logotipo.

En el logotipo hemos considerado el nombre de “RECETAS DE ANTAÑO” así como un adorno de laureles para la letra “A”, que resalte nuestra identidad. Del mismo modo se consideraron los colores verde y negro, dada la fusión entre lo natural y lo elegante de nuestro servicio.



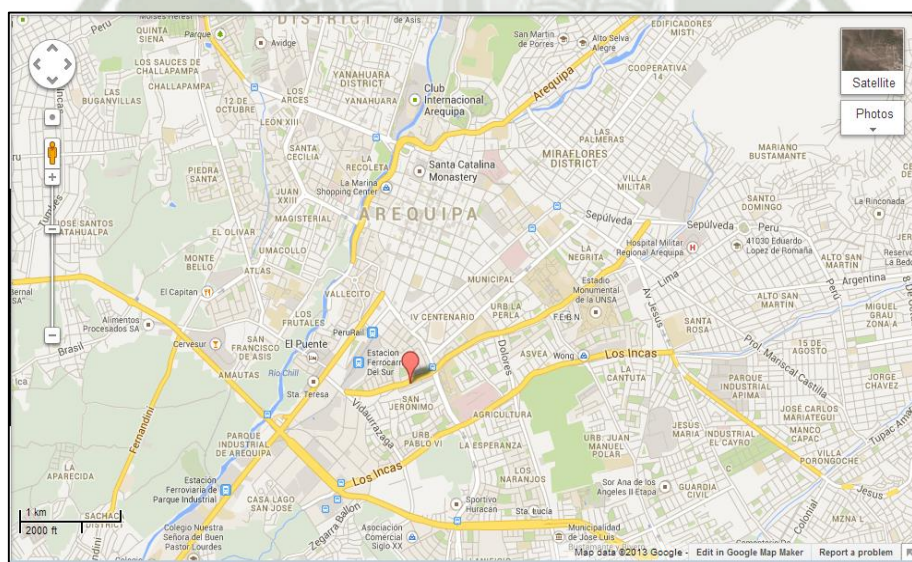
2.4 PROVEEDORES

2.4.1 Ubicación.

- El palomar: Avenida Venezuela - Cercado Arequipa.

Distancia directa del posible proveedor “El Palomar” de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

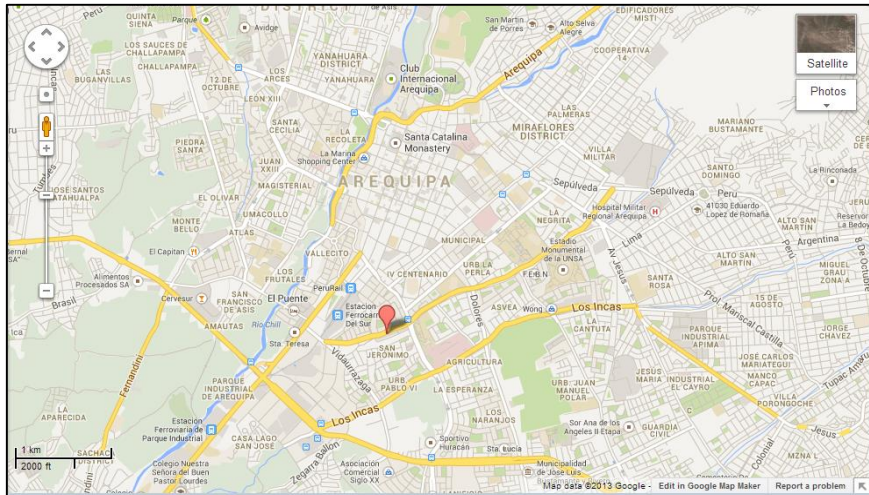
Figura 4 Mapa Mercado Palomar



Fuente: Google Maps

- El Avelino: Avenida Avenida Cáceres – José Luis Bastamente y Rivero
Distancia directa del posible proveedor “El Avelino “de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

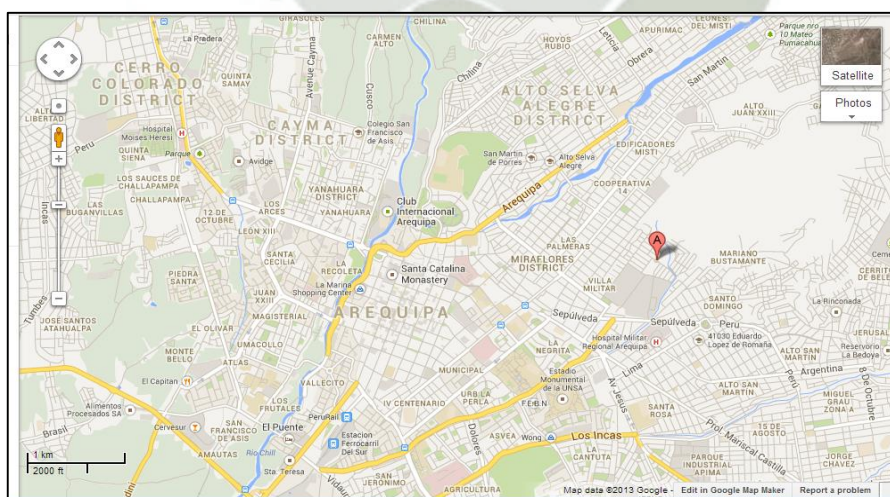
Figura 5 Mapa Mercado Avelino Cáceres



Fuente: Google Maps

- Rio seco: Rio Seco – Parque Salaverry
Distancia directa del posible proveedor “Rio Seco “de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

Figura 6 Mapa Mercado Río Seco

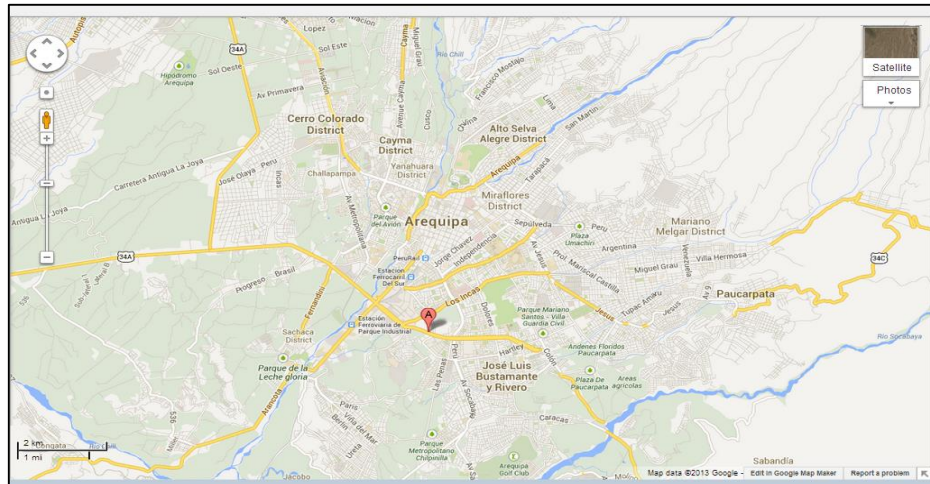


Fuente: Google Maps

- Mi mercado: Av. Andrés Avelino Cáceres – Salaverry

Distancia directa del posible proveedor “MI Mercado “de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

Figura 7 Mapa Mi Mercado

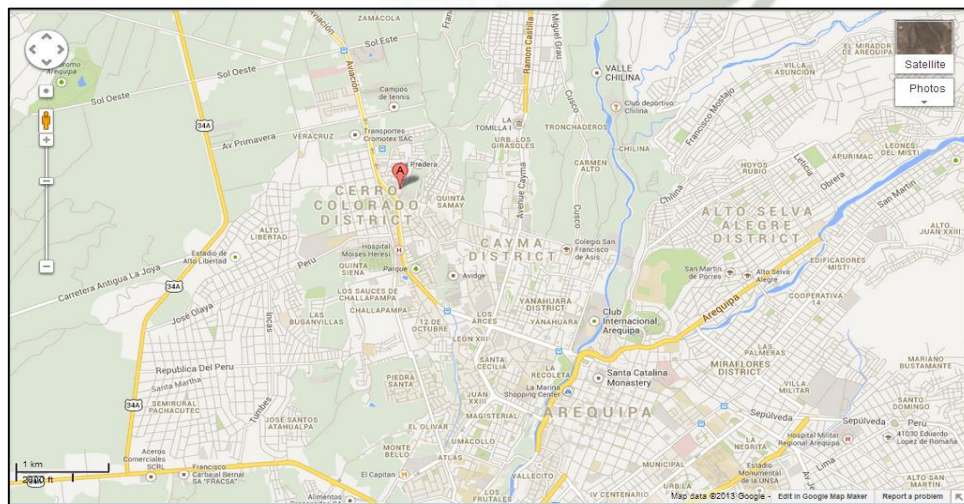


Fuente: Google Maps

- Metro: Avenida Aviación Cerro Colorado

Distancia directa del posible proveedor “Metro “de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

Figura 8 Mapa Metro

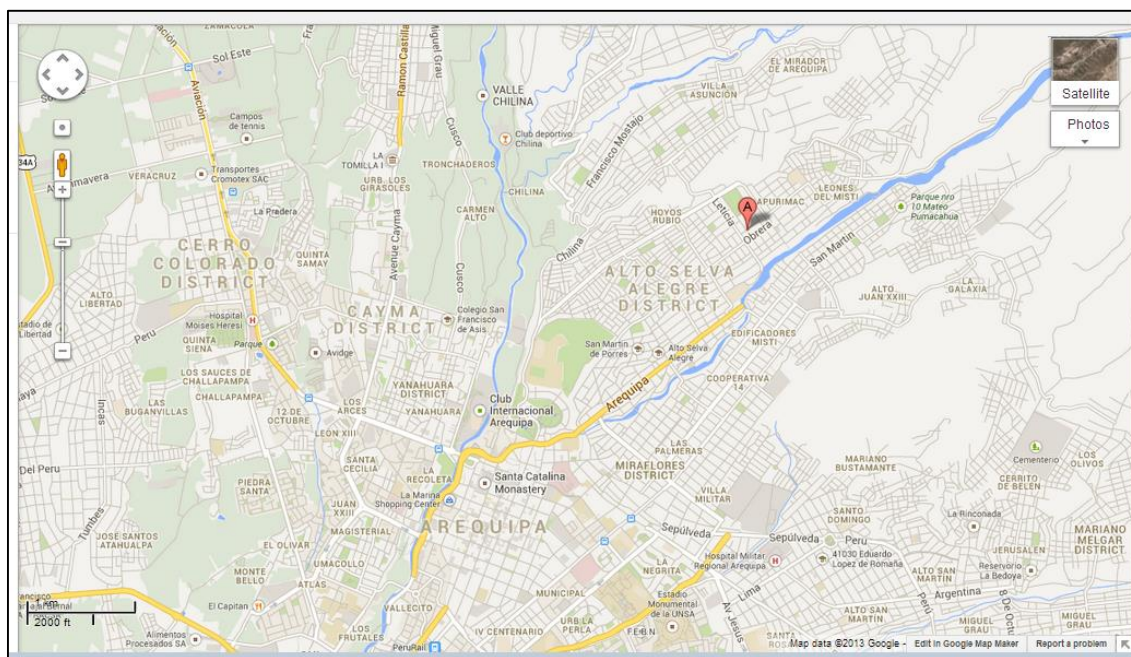


Fuente: Google Maps

- Altiplano: Mariano Melgar – Ovalo Mariscal Castilla

Distancia directa del posible proveedor “Altiplano “de nuestro local posiblemente ubicado por el Distrito de Yanahuara.

Figura 9 Mapa Mercado Altiplano



Fuente: Google Maps

2.4.2 Productos Que Comercializa Y Precio.

En el siguiente cuadro se presenta los diferentes proveedores y precios que ofrecen en sus productos.

Tabla 9 Proveedores

Proveedor Producto S/.	El palomar	El Avelino	El Altiplano	Rio Seco	MAKRO	METRO	Mi Mercado
Sustancias de gallina	0.20	0.10	0.20	0.20	0.10	0.10	0.20
Cilandro	0.50	0.40	0.50	0.40	0.30	0.60	0.40
Perejil	0.40	0.30	0.40	0.30	0.40	0.40	0.40
Papa	2.50	2.40	2.50	2.20	2.20	2.40	2.30
Pollo	7.80	7.50	7.70	7.30	7.00	7.60	7.50
Vinagre	6.00	5.40	5.70	5.50	5.40	6.30	6.50
Arroz	3.20	2.80	3.00	2.80	3.70	3.50	3.10
Cecina	1.20	1.00	1.10	1.00	0.80	1.10	0.90
Garbanzo	1.00	0.80	0.90	0.80	0.70	0.90	0.80
Melocotón	1.20	0.90	1.00	0.90	1.00	0.80	0.90
Yuca	1.50	1.20	1.30	1.20	1.30	1.10	1.20
Durazno	6.00	5.50	5.70	5.70	5.80	5.50	5.70
Fresa	6.00	5.50	5.70	5.60	5.70	5.60	5.70
Atún	4.50	4.30	4.20	4.50	4.00	4.40	4.30
Choclo	3.50	3.20	3.30	3.40	2.50	3.20	3.10
Lentejas	3.50	3.20	3.30	3.40	2.50	3.20	3.40
Pescado	10.00	9.50	11.00	9.00	8.50	13.00	9.00
Rocoto	3.50	3.20	3.40	3.20	3.10	3.50	3.20
Maní	8.00	7.90	7.80	7.60	6.50	7.00	7.20
Huevos	5.50	5.40	5.30	5.10	4.50	6.50	6.00
Camaron	35.00	34.00	33.50	35.00	33.00	37.00	34.00
Queso	15.00	14.00	13.50	13.00	12.00	14.00	11.00
Leche	3.50	3.40	3.30	3.20	3.00	4.00	3.50
Pimienta	9.00	8.50	5.40	5.10	4.50	7.00	6.50
Betarraga	3.50	3.40	3.20	3.00	2.00	3.50	3.00
Aceite	7.80	7.60	7.40	7.40	7.00	9.00	8.00
Sal	2.50	2.30	2.10	2.10	1.50	2.00	1.50
Mango	3.50	3.20	3.00	2.90	2.50	3.00	2.80
Orégano	0.80	0.70	0.50	0.50	0.50	1.00	1.00
Sillao	3.50	3.20	3.00	2.80	2.00	2.50	2.00
Chanco	13.00	12.00	11.50	11.00	10.00	12.00	10.00
Ajinomoto	1.00	0.90	0.80	0.70	0.50	0.80	0.60
Comino	9.00	8.70	8.50	8.40	8.00	10.00	9.00
Pimienta	8.50	8.30	8.00	8.00	7.00	8.00	7.00
Cebolla	2.50	2.40	2.30	2.10	1.50	2.00	1.50
Papa	2.50	2.30	2.10	2.20	1.50	2.00	2.00
Tomate	2.50	2.20	2.30	2.30	2.00	3.00	2.80
Limón	3.20	3.00	2.80	2.80	2.00	3.00	3.00
Joncho de chicha	1.50	1.40	1.30	1.50	1.00	1.50	-
Vino blanco	17.00	17.00	17.00	17.00	15.00	18.00	17.00
Vino tinto	20.00	20.00	20.00	20.00	18.00	22.00	20.00

Anís najar	18.00	18.00	18.00	18.00	16.00	18.00	16.00
Vino	16.00	16.00	16.00	16.00	14.00	16.00	14.00
Mantequilla	3.50	3.30	3.10	3.00	2.00	2.50	2.20
Calabaza	2.00	1.70	1.50	1.50	1.00	1.50	1.50
Chicha	1.00	1.00	1.00	1.00	0.80	-	1.00
Agua mineral	8.00	7.80	7.60	7.50	6.50	10.00	8.00
Escocesa	2.80	2.80	2.80	2.80	2.40	3.00	2.50
Inka Kola	4.00	4.00	4.00	4.20	4.00	5.00	5.00
Fanta	4.50	4.50	4.50	4.50	4.00	5.00	4.50
Coca cola	4.50	4.50	4.50	4.00	3.80	4.00	4.00
Tallarín	6.00	5.80	5.50	5.40	5.00	6.00	5.50
Zanahoria	1.50	1.30	1.10	1.00	1.00	1.50	1.30
Palta	5.00	5.00	4.50	4.40	4.00	4.00	3.50
Papa	2.40	2.40	2.20	2.10	1.50	1.50	1.50
Coliflor	2.80	2.60	2.50	2.50	2.00	2.50	2.50

Brócoli	2.50	2.30	2.40	2.40	2.00	4.00	3.50
Carne	12.00	11.00	11.00	11.00	10.00	15.00	14.00

Fuente: Elaboración Propia

2.4.3 Forma y Facilidades De Pago.

Por la variedad de proveedores podemos observar que la mayoría prefiere el pago en efectivo, sobre todo en mercados de venta al menudeo; y algunos aceptan las diferentes tarjetas de crédito, cómo las grandes cadenas de ventas al por mayor.

2.4.3.1 Días y horarios de atención.

Ya que los insumos que nosotros requerimos es un bien de primera necesidad para las familias, el horario de atención que presentan lo posibles proveedores es de muy fácil acceso y se puede acomodar a cualquiera de nuestros horarios ya que es de tiempo completo el servicio brindado por estos (6:00 am – 10:00 pm)

2.4.3.2 Devoluciones y descuentos.

En caso de devoluciones y descuentos, normalmente por incumplimiento de las condiciones del pedido en cuantos a devoluciones se asocia a situaciones de recepción de productos o insumos en mal estado, para tal caso se hará un control de insumos antes del pago y recepción de dichos insumos.

Los descuentos están asociados a la compra al por mayor de los proveedores y dichos descuentos serán aplicados según la guía de precios que maneje el proveedor.

2.4.4 Ofertas y Promociones.

Los mercados de ventas al por menor no ofrecen ofertas o promociones, mientras tanto las grandes cadenas de ventas al por mayor sí, estas son alguno ejemplos recolectados donde se observan que cuentan con variedad de ofertas y promociones para sus clientes.

ACEITE COCINERO
Balde x 20 lt.
COD. 72696

PLATO BORDE REFORZADO ARO TENDIDO
COD. 305955 / 305968 / 306007 / 306020 / 306033 / 306046

DESCRIPCION	CAJA	UNID.
8" CAJA X 36 UNDS.	S/. 115.00	S/. 3.59
10.5" CAJA X 24 UNDS.	S/. 135.00	S/. 6.49
12" CAJA X 12 UNDS.	S/. 115.00	S/. 10.89

2.4.5 Lugar y Cumplimiento De Entrega.

Se pudo observar que los potenciales proveedores principalmente aquellos que operan en los mercados de venta al por menor o menudeo el lugar de entrega de sus productos es en el mismo lugar donde se comercializa, es decir se realiza la transacción y se recogen los insumos.

Respecto a la entrega de los insumos, la entrega es inmediata, al menos que exista un

pedido previo.

2.5 ASPECTOS AMBIENTALES

2.5.1 Tiempo De Veda.

Se inicia cada mes de Enero y culmina el 31 de Marzo, en tanto tenemos presente que las machas se encuentran en veda desde el año de 1999.

2.5.1.1 *Variedad de Pescados y Mariscos.*

Debido a que existe una ley en la que ordenan la actividad pesquera, lo que determina que haya épocas de consumo preferentes por mayor disponibilidad, mayor productividad, y en consecuencia, su mejor calidad y mejor precio. Todo ello en teoría, porque los cambios en el clima (olas de fría o de calor, tempestades...) pueden alterar el calendario de temporada.

Figura 10 Tipos de Pescado

De mar	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Atún			🐟	🐟	🐟	🐟						
Bacaladilla			🐟	🐟	🐟	🐟						
Bacalao	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟							🐟
Besugo	🐟	🐟	🐟								🐟	🐟
Bonito						🐟	🐟	🐟	🐟	🐟		
Boquerón				🐟	🐟	🐟						
Caballa		🐟	🐟	🐟	🐟							
Cabracho			🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟				
Congrio			🐟	🐟	🐟				🐟	🐟	🐟	🐟
Gallo			🐟	🐟								
Fletán	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟
Jurel				🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟		
Lenguado			🐟	🐟								
Liba	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟
Merluza				🐟	🐟	🐟	🐟					
Mero	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟
Palometa	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟
Pez espada				🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	
Rape				🐟	🐟							
Raya			🐟	🐟	🐟							
Salmonete											🐟	🐟
Sardina					🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	
Tiburón	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟	🐟

Fuente: Industria Pesquera Peruana

• **VERDURAS:**

Figura 11 Variedad de Verduras

PRIMAVERA 	VERANO 	OTOÑO 	INVIERNO 
Acelga	Acelga	Acelga	Acelga
Apio	Albahaca	Apio	Apio
	Apio	Bananas	Bananas
	Bananas		
	Berenjena		Brócoli
	Brócoli		
	<i>Carambola (star fruit)</i>		Cebolla de verdeo
Cebolla de Verdeo	Cebolla de verdeo	Cebolla de verdeo	
	Chaucha		Ciboulette
Ciboulette	Ciboulette	Ciboulette	Coliflor
	Coliflor		
	<i>Fruit Dragon (dragon fruit)</i>		Espinaca
	<i>Guayaba</i>	Espinaca	Lechuga francesa
Espinaca		Lechuga francesa	Lechuga mantecosa
Lechuga francesa	Lechuga francesa	Lechuga mantecosa	Lechuga morada
Lechuga mantecosa	Lechuga mantecosa	Lechuga morada	Puerro
Lechuga morada	Lechuga morada	Puerro	
Puerro	<i>Pomelos Dulce</i>	<i>Pomelos Dulce</i>	
	Rabanito	Rabanito	Rabanito
Rabanito	Radicheta	Radicheta	Radicheta
Radicheta	Remolacha	Remolacha	Remolacha
Remolacha	Repollo blanco	Repollo blanco	Repollo blanco
Repollo blanco	Repollo color	Repollo color	Repollo color
Repollo color	Rúcula	Rúcula	Rúcula
Rúcula	Tomate cherry		
	Tomate perita		
	Tomate redondo		
	<i>Toronja (pomelo taiwanes)</i>		
Zanahoria	Zanahoria	Zanahoria	Zanahoria
	Zapallito		
	Zucchini		



Fuente: Agroindustria

Frutas: Este calendario ayuda a identificar la abundancia y presencia natural de frutas según las etapas estacionales.

Verano : Ananá , Ciruelas , cerezas , damascos , duraznos , frutillas , higos , papaya , melones , peras , sandias , uvas.

Otoño: Plátanos, limones, mandarinas, manzana, membrillo, naranja, toronja

Primavera /verano: Plátano, frutillas, limón, manzana, naranja, palta

Hortalizas y Legumbres: La explotación del suelo destinado a su cultivo es intensiva Y en forma rotativa. Por lo general las áreas destinadas a la horticultura se localizan en las proximidades de las ciudades costeñas y andina.

2.6 PLAN DE LANZAMIENTO

2.6.1 Estrategias De Productos.

2.6.1.1 *Concepto del producto.*

El estudio realizado se llevó a cabo para la implementación de un *Menú Delivery* en la ciudad de Arequipa. El mencionado *Menú Delivery* consiste en un servicio de comida y atención al cliente. Dicho servicio se brindará para satisfacer las necesidades de recreación y alimentación.

La innovación que ofrece el *Menú Delivery* se encuentra en la diversidad e innovación de platos y principalmente en el tipo de servicios.

2.6.1.2 Características principales Atributos tangibles

- VARIEDAD DE PLATOS

Dentro de la variedad de platos que se ofrecen en nuestro menú delivery de comida Tradicional Arequipeña son el chaque, escribano, ocopa arequipeña, rocoto relleno, chupe de camarones, chicharrón de chanco, malaya frita, zarza de pollo, estofado de carne, locro, soltero de queso, pastel de papa, aguadito de patas, chochoca, ají de gallina, ocopa de huevos, ají de calabaza, bistec atomatado, revuelto de habas y matasca.

Muchas verduras, decoraciones frescas y salsas intensas pero livianas, se exhibe a la proteína como gran protagonista, el plato es un reloj y los elementos se disponen como números de tal forma que todos los ingredientes son mostrados, decoración encima y rodeado por salsa.

Para tal efecto las imágenes mostradas a continuación detallan la presentación de algunos de los platos ofrecidos en el Menú Delivery.



- INFORMACIÓN TÉCNICA

Se prepararán diferentes platos de comida Tradicional Arequipeña los que incluyen los ingredientes y preparación se señalan a continuación:

ROCOTO RELLENO

INGREDIENTES

- Rocotos sin venas ni pepas
- Azúcar
- 4 cda.vinagre blanco
- 1 cda.aceite
- 1 tz.cebolla picada
- 1 cda.ajo picado
- 400 glomo de res picado
- 6 cda.maní picado
- 4 cda.pasas negras
- 1/2 tz.vainitas picadas y cocidas
- 2 cda.huacatay picado
- 1 tz.leche fresca
- 2 huevos
- papas blancas cocidas, en rodajas
- 300 queso paria, en láminas
- sal y pimienta

PREPARACIÓN

- Ponga los rocotos en una olla, cúbralos con agua y hágalos hervir durante seis minutos. Retire los rocotos de la olla, cambie de agua y eche el azúcar, el vinagre y los rocotos. Déjelos cocinar durante ocho minutos. Deseche el agua y resérvelos.
- Caliente el aceite en una sartén a fuego medio y cocine la cebolla y el ajo durante cinco minutos. Agregue la carne, el maní y las pasas. Mezcle, deje cocinar durante tres minutos. Añada las vainitas, sazone con sal y pimienta, y esparza el huacatay. Revuelva, retire del fuego y rellene los rocotos. Reserve.
- Mezcle en un bol la leche, los huevos, sal y pimienta. Reserve. Acomode las papas en una fuente para horno, rocíe la mezcla anterior y cubra con el queso. Coloque encima los rocotos rellenos y lleve al horno a 180 °C durante 25 minutos. Retire y sirva.

CHUPE DE CAMARONES

INGREDIENTES

- Camarones (langostinos o gambas)
- 1/2 kilo de papa amarilla (de preferencia) pelada
- 1 taza de arvejas
- 1/4 de taza de arroz
- 1 lata de leche evaporada de 375 ml
- 1 cebolla roja picada
- 1 cucharada de ají panca molido
- 1 cucharadita de ajo molido
- 2 cucharadas de aceite
- 2 huevos batidos o 1 huevo duro por plato

- 100 gramos de queso fresco
- Sal, pimienta y orégano al gusto

PREPARACIÓN

- Limpia los camarones y guarda el coral (líquido que se obtiene al presionar ligeramente la parte trasera de la cabeza)
- En una olla caliente un poco de aceite y fríe la cebolla, el ajo, el ají panca molido, sal y pimienta
- Una vez que el aderezo esté listo, es decir cuando la cebolla esté transparente agrega los corales previamente disueltos en un poco de agua y colados
- A continuación añade 2 litros de agua
- Cuando empiece a hervir, echa las rodajas del choclo, las arvejas y el arroz
- Después de unos minutos cuando las verduras estén a la mitad de su cocción, agrega las papas y déjalas cocinar por unos minutos. Pasados unos minutos y antes que termine de cocer las papas añade los camarones
- Después de 2 minutos añade el queso fresco cortado en cuadritos, los huevos batidos, el orégano y remueve todo
- Después de 1 minuto cuando se haya derretido el queso y el huevo se haya cocido añade la leche y mézclalo todo muy bien. Ahora sólo te falta servir y disfrutar de este delicioso y calentito Chupe de Camarones.

AJI DE GALLINA

INGREDIENTES

- gallina o pollo de 2 kg aprox. o 3 pechugas completas.
- 1 cebolla blanca picada
- 1 diente de ajo molido
- 7 cucharadas de pasta de ají mirasol
- 1/2 pan de molde sin corteza
- 1 docena de aceitunas
- 2 tazas de caldo de pollo
- 1 y media tazas de leche evaporada
- 100 grs de pecanas (nueces picadas)
- 125 grs. de queso parmesano
- 1/2 taza de aceite vegetal
- 6-8 papas amarillas
- 1/4 de taza de aceite de oliva
- 6 huevos duros
- Sal y pimienta

PREPARACIÓN

Paso 1: En un caldo de pollo sancocharlas pechugas (*cocer ligeramente sin dejar que llegue a ablandarse*) y dejarlas enfriar en él.

Paso 2: Desmenuzar el pan remojarlo en la leche y pasar la mezcla por la licuadora.

Paso 3: Freír las cebollas en el aceite hasta dorar, agregar después el ajo y el ají licuado y freír bien.

Paso 4: Añadir el pan remojado y licuado y ajustar el punto de sal y pimienta. Opcionalmente puede añadirse un poco de estragón.

Paso 5: Cocinar bien e ir aumentándole el caldo caliente por cucharones, moviéndolo constantemente. Agregar caldo cada vez que el pan haya espesado. Añadirle el aceite de oliva, siempre removiendo.

Paso 6: Una vez hecho, agregarle el pollo deshilachado (cortado en tiras), el queso parmesano rallado y las nueces picadas. Si espesa, añadirle un poco más de caldo moviendo suavemente para no deshacer el pollo.

Paso 7: Dejar hervir hasta que suba el aceite a la superficie. Servir bien caliente con papa amarilla y arroz. Adornar con aceitunas y mitades de huevo duro.

CHICHARRÓN DE CHANCHO

INGREDIENTES

- 400 grs costilla de chancho
- papas sancochadas
- 1 cebolla roja picada en juliana
- 1 tomate en juliana
- hojas de hiervabuena
- 200 grs de manteca de chancho
- sal ,pimienta ,sazonador al gusto

PREPARACIÓN

Lavar bien la carne cortar en trozos poner a cocer en una olla con agua hirviendo con sal, pimienta, sazónador,hiervabuena dejar cocer hasta que este suave, retirar del agua dejar enfriar y luego sazonar con sal y limon.

Freir en manteca caliente hasta que dore completamente junto con las papas, servir acompañado de sarsa de cebolla y papas doradas.

2.7 PROMOCIÓN

2.7.1 Objetivos De La Promoción.

El objetivo de la promoción es que el número de comensales aumente y hacer que los clientes frecuentes se sientan satisfechos con el servicio brindado.

2.7.1.1 Tipo de promoción.

Una de las promociones que se aplicará será que todos los días jueves los pedidos contarán con postres a escoger.

También se aplicarán promociones para los clientes que con frecuencia piden el servicio del Menú Delivery consistirá en darles vales de descuento.

2.7.1.2 Bastón publicitario de la promoción

Las promociones se darán a conocer en las redes sociales del Menú Delivery.

2.7.1.3 Periodo y lugar de la promoción

Las promociones durarán solo los días señalados por tiempo indefinido.



CAPÍTULO III: PRESUPUESTOS ANUALES

3.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

3.1.1 Proyección De Crecimiento De Ventas.

En la tabla anterior se muestra la proyección del crecimiento para las ventas en los próximos 5 años. Esta proyección está basada en datos históricos del sector restaurantes y hotelería en la ciudad de Arequipa, según datos de INEI.

Tabla 10 Proyección de Crecimiento (%)

AÑOS	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO
2016	0.1204
2017	0.132
2018	0.144
2019	0.1564
2020	0.1692

Fuente: INEI

A partir de estos porcentajes, se proyecta el crecimiento de ventas, ingresos y costos para los subsiguientes años, considerando que nuestro negocio crecerá a tasas similares a las del sector restaurantes y hotelería de la ciudad de Arequipa.

Tabla 11 Ingresos en Nuevos Soles

PRESUPUESTO AÑO 2018								
DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER			PRECIO	INGRESOS			
	SEMANA	MES	AÑO		INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	
COMIDA	MENÚS	1256	5024	60286	S/. 11.00	S/. 13,816.00	S/. 55,264.00	S/. 663,146.00
	TOTAL					S/. 13,816.00	S/. 55,264.00	S/. 663,146.00
TOTAL INGRESOS						S/. 13,816.00	S/. 55,264.00	S/. 663,146.00

Fuente: Elaboración Propia.

Vemos que según nuestra competencia y por medio del cálculo de demanda insatisfecha, se venderán alrededor de 1256 menús semanales, generando 13,816 soles de ingreso semanal, 55,264 al mes y 663,146 anuales, el primer año.

Las ventas por lo tanto para los siguientes años, serían:

Tabla 12 Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS					
AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UNIDADES	60286	60621	60955	61290	61624
PRECIO DE VENTA	S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00
INGRESOS	S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00

Fuente: Elaboración Propia

Se elaboró el presupuesto de ventas, considerando una variación de ventas de un año al otro. Se considera que las ventas en el segundo año se incrementan en función al crecimiento poblacional y al del sector restaurantes y hotelería. Los datos fueron extraídos de la página oficial de la INEI, y los resultados fueron los que se muestran a continuación:

Figura 12 Grafico de Dispersión de la Oferta Histórica del sector de restaurantes y Hoteles de la Ciudad de Arequipa.

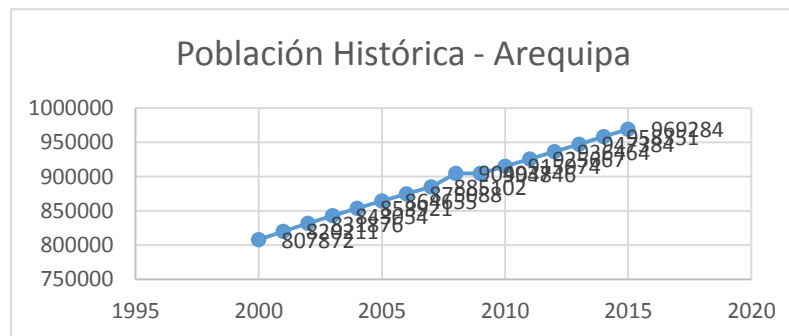


Fuente: Elaboración Propia

PENDIENTE	420.969697
INTERCEPTO	-820190.5455

ECUACION	$Y = 420.96 X - 820190.54$
CORRELACION	0.977259883

Figura 13 Población Histórica en la ciudad de Arequipa



Fuente: Elaboración Propia

PENDIENTE	10576.03529
INTERCEPTO	-20341154.23
ECUACION	$Y = 10576.035 X - 20341154.227$
CORRELACION	0.998537213

Cabe mencionar que el incremento en ventas se debe a que la empresa empieza a hacerse más conocida en el mercado, obteniendo una buena reputación de su producto en lo referente a entregas de los menús y de la calidad de los productos, generando satisfacción a sus clientes.

3.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Tabla 13 Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE VENTAS					
AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los ingresos, como se observa se registran las ventas en cada año, no se tienen ventas al crédito, todas son al contado. Se considera que se pagará 11 soles por menú debido a que en las encuestas realizadas anteriormente, pudimos averiguar que los consumidores estarían dispuestos a pagar entre 8 y 12 soles, que es lo que gastan en el almuerzo por persona aproximadamente.

3.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

3.3.1 Presupuesto De Materias Primas

Hemos considerado el siguiente menú:

Figura 14 Menú

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	Entradas			
Chaque	Ocopa Arequipeña	Soltero de queso	Ocopa de huevos	Pastel de papa
Escribano	Chochoca	Revuelto de habas	Zarza de pollo	ají de gallina
	Segundos			
Rocoto relleno	Chicharrón de chanco	Malaya Frita	locro	Chupe de Camarones
Ají de calabaza	Estofado de carne	Matasca	bistec atomatado	Aguadito de patas

Fuente: Elaboración Propia

Se tendrán dos opciones de menú, considerando que algunos de nuestros consumidores prefieren elegir otro plato en lugar de caldo.

Por plato se requerirán los siguientes insumos:

CHAQUE

Tabla 14 Insumos Chaque (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL
	58	Carne	5	Kg	13	65	260	3120
	58	Chalona	200	grs	4	8	32	384
	58	Loria	500	grs	10	5	20	240
	58	Repollo	1	unidad	4	4	16	192
	58	Zapallo	5	Kgrs	1.5	7.5	30	360
CHAQUE	58	Choclo	4	Kgrs	3.5	14	56	672
	58	Habas	2	Kgrs	1.5	3	12	144
	58	Trigo	300	grs	0.5	3	12	144
	58	Chuño	800	grs	1	8	32	384
	58	Nabo	3	unidades	0.4	1.2	4.8	57.6
	58	Apio	1	unidad	0.5	0.5	2	24
	58	Papas	10	kgrs	2	20	80	960
	58	Condimentos			5	5	20	240
						144.2	576.8	6921.6

Fuente: Elaboración Propia.

OCOPA DE HUEVOS

Tabla 15, Insumos Ocopa de Huevos (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Huevos	4	kgrs	5.5	22	88	1056
	58	Leche	4	Latas	2.8	11.2	44.8	537.6
	58	Papas	7	Kgrs	2	14	56	672
OCOPA DE HUEVOS	58	Choclo	4	kgrs	3.5	14	56	672
	58	Ajos	0.25	Kgrs.	3.5	0.875	3.5	42
	58	Guacatay	1	Unidad	0.2	0.2	0.8	9.6
						62.275	249.1	2989.2

Fuente: Elaboración Propia.

ESCRIBANO

Tabla 16, Insumos Escribano (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Papa	6	Kgrs	2	12	48	576
	58	Tomate	5	Kgrs	2.5	12.5	50	600
	58	Aceite	0.5	Ltrs	6.5	3.25	13	156
ESCRIBANO	58	Vinagre	0.25	Ltrs	3	1.5	6	72
	58	Rocoto Picado	250	grs	6	6	24	288
	58	Cilantro	5	Unidades	1	1	4	48
						36.25	145	1740

Fuente: Elaboración Propia.

CHOCHOCA

Tabla 17, Insumos Chochoca (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Chochoca	2	Kgrs	6	12	48	576
	58	Habas	1.5	Kgrs	1.5	2.25	9	108
CHOCHOCA	58	Carne	5	Kgrs	13	65	260	3120
	58	Chalona	200	grs	4	4	16	192
	58	Papa	5	Kgrs	2	10	40	480
	58	Repollo	0.5	Unidades	4	2	8	96
						95.25	381	4572

Fuente: Elaboración Propia.

AGUADITO DE PATAS

Tabla 18, Insumos Aguadito De Patas (Montos en S/.)

	CANTIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO DE	CANTIDAD	MONTO TOTAL	MONTO
	58	Patatas	5	Kgrs	5.5	27.5	110	1320
	58	Arroz	2	Kgrs	3.5	7	28	336
AGUADITO DE PATAS	58	Alverjita	1.5	Kgrs	3	4.5	18	216
	58	Vainitas	1	Kgrs	4	4	16	192
	58	Zanahoria	1	Kgrs	2.5	2.5	10	120
	58	Cilantro Molido	3	Unidades	1	3	12	144
						48.5	194	2352

Fuente: Elaboración Propia.

CHUPE DE CAMARONES

Tabla 19, Insumos Chupe de Camarones (Montos en S/.)

	CANTIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO DE	CANTIDAD	MONTO TOTAL	MONTO
	58	Camarones	5	Kgrs	13	65	260	3120
	58	habas	2	Kgrs	4	4	16	192
	58	Papas	6	Kgrs	2	12	48	576
CHUPE DE CAMARONES	58	leche	5	Unidad	4	20	80	960
	58	arveja	1	Kgrs	3.5	3.5	14	168
	58	Arroz	5	Kgrs	1.5	7.5	30	360
	58	Choclo	4	Kgrs	3.5	14	56	672
						126	504	6048

Fuente: Elaboración Propia

ZARSA DE POLLO

Tabla 20, Insumos Zarza De Pollo (Montos en S/.)

	CANTIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO DE	CANTIDAD	MONTO TOTAL	MONTO
	58	Papa	8	Kgrs	2	16	64	768
	58	Pechuga de Pollo	6	Unidades	8	48	192	2304
ZARSA DE POLLO	58	Habas	4	kgrs	3.8	11.4	45.6	547.2
	58	Choclo	6	Unidades	3.5	3.5	14	168
	58	Cebolla	5	Kgrs	10	50	200	2400
	58	Tomate	2	kgrs.	1.5	0.375	1.5	18
						129.275	517.1	6205.2

Fuente: Elaboración Propia.

OCOPA AREQUIPEÑA

Tabla 21, Insumos Ocopa Arequipeña (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Huevo	5	Kgrs	5.5	27.5	110	1320
	58	Papa	5	Kgrs	2	10	40	480
	58	Lechuga	1.5	Unidad	5	7.5	30	360
OCOPA AREQUIPEÑA	58	Galleta	250	gramos	1.5	1.5	6	72
	58	Aji verde	6	Kgrs	3.5	21	84	1008
	58	Queso	1	Unidad	15	15	60	720
	58	Leche	410	Gramos	2.5	7.5	30	360
	58	Came	5	Kgrs	13	65	260	3120
	58	Sal	0.25	Kgrs	1.5	1.5	6	72
	58	Aceite	0.5	Ltr.	6.5	3.25	13	156
						159.75	639	7668

Fuente: Elaboración Propia.

PASTEL DE PAPA

Tabla 22, Insumos Pastel de Papa (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Papa	10	Kgrs	2	20	80	960
	58	Queso	1.5	Unidades	15	22.5	90	1080
PASTEL DE PAPA	58	Leche	410	Gramos	2.5	7.5	30	360
	58	Chuleta de Carne	5	Kgrs	11	55	220	2640
	58	Mantequilla	250	Grs.	3.5	8.75	35	420
	58	Anís	50	Grs.	1	1	4	48
	58	Sal	0.25	Kgrs.	1.5	0.375	1.5	18
	58	Huevo	0.5	Kgrs	5.5	2.75	11	132
						117.875	471.5	5658

Fuente: Elaboración Propia.

SOLTERO DE QUESO

Tabla 23 Insumos Soltero de Queso (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Queso	1	Unidad	15	15	60	720
	58	Habas	4	Kgrs	1.5	6	24	288
	58	Chodo	4	Kgrs	3.5	14	56	672
SOLTERO DE QUESO	58	Zanahoria	2	Kgrs	2.5	5	20	240
	58	Tomate	1	Kgrs	2.5	2.5	10	120
	58	Papa	5	Kgrs	2	10	40	480
	58	Averjas	3	Kgrs	3	9	36	432
	58	Pimentita	50	Grs	1	1	4	48
	58	Sal	0.1	Kgrs.	1.5	0.15	0.6	7.2
	58	Acete	0.25	Ltrs.	6.5	1.625	6.5	78
						64.275	257.1	3085.2

Fuente: Elaboración Propia.

ESTOFADO DE CARNE

Tabla 24 Insumos Estofado de Carne (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Lurel	5	Unidades	3.5	17.5	70	840
	58	Arroz	3	Kgrs	3.5	10.5	42	504
	58	Carne	3	Kgrs	13	39	156	1872
ESTOFADO DE CARNE	58	Cebolla	1	Kgrs	2.5	2.5	10	120
	58	Zanahoria	1	Kgrs	2.5	2.5	10	120
	58	Papa	3	Kgrs	2	6	24	288
	58	Aji Colorado	0.25	Kgrs	14	3.5	14	168
	58	Ajos	0.5	Kgrs.	3.5	1.75	7	84
	58	Sal	0.1	Grs	1.5	0.15	0.6	7.2
	58	Aceite	0.25	Ltrs.	6.5	1.625	6.5	78
						85.025	340.1	4081.2

Fuente: Elaboración Propia.

MALAYA FRITA

Tabla 25 Insumos Malaya Frita (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Arroz	3	Kgrs	3.5	10.5	42	504
	58	Aceite	0.5	Ltrs	6.5	3.25	13	156
MALAYA FRITA	58	Papas	3	Kgrs	2	6	24	288
	58	Sal	0.5	Kgr.	1.5	0.75	3	36
	58	Malaya	7.5	Kgrs	13	97.5	390	4680
						118	472	5664

Fuente: Elaboración Propia.

ROCOTO RELLENO

Tabla 26 Insumos Rocoto Relleno (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Rocotos	5	Kgrs.	3.5	17.5	70	840
ROCOTO RELLENO	58	Papas	6	Kgrs	14	84	336	4032
	58	carne	5	Kgrs.	18.5	92.5	370	4440
	58	Cebolla	1	Kgrs.	2.5	2.5	10	120
	58	aceituna	2	Kgrs.	2.5	5	20	240
	58	Zanahoria	1	Kgrs.	2.5	2.5	10	120
						204	816	9792

Fuente: Elaboración Propia.

BISTEC ATOMATADO

Tabla 27 Insumos Bistec Atomatado (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Carne	7.5	Kgrs.	13	97.5	390	4680
	58	Pan molido	4	Kgrs.	4	16	64	768
	58	Papa	4	Kgrs.	2	8	32	384
BISTEC ATOMATADO	58	Arroz	3	Kgrs.	3.5	10.5	42	504
	58	Aji Colorado	0.25	Grs.	14	3.5	14	168
	58	Cebolla	1	Kgrs.	2.5	2.5	10	120
	58	Tomate	1	Kgrs.	2.5	2.5	10	120
	58	Aceite	1	Ltr.	6.5	6.5	26	312
	58	Ajo	0.25	Kgrs.	3.5	0.875	3.5	42
						147.875	591.5	7098

Fuente: Elaboración Propia.

LOCRO

Tabla 28 Insumos Locro (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Papa	6	Kgrs.	2	12	48	576
	58	Carne	7.5	Kgrs.	13	97.5	390	4680
	58	Arroz	6	Kgrs.	2	3.5	14	168
LOCRO	58	cebolla	6	Unidades	2.5	15	60	720
	58	Aji Colorado	0.25	Grs.	14	3.5	14	168
	58	aceite	1	ltr.	6.5	1	4	48
	58	ajo	6	Unidades	2.5	2.5	10	120
	58	hierbabuena	50	Grs.	1	1	4	48
						136	544	6528

Fuente: Elaboración Propia.

CHICHARRÓN DE CHANCHO

Tabla 29 Insumos Chicharrón de Chancho (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Chancho	4	Unidades	18.5	74	296	3552
	58	Aceite	2	Ltrs.	6.5	13	52	624
	58	Limón	0.5	Kgrs.	3	1.5	6	72
CHICHARRÓN DE CHANCHO	58	Comino	100	Grs.	2	2	8	96
	58	Sal	0.5	Kgrs.	1.5	0.75	3	36
	58	Arroz	3	Kgrs.	3.5	10.5	42	504
	58	Papa	4	Kgrs.	2	8	32	384
	58	Ajo	0.25	Kgrs.	3.5	0.875	3.5	42
						110.625	442.5	5310

Fuente: Elaboración Propia.

AJI DE GALLINA

Tabla 30 Insumos Ají de Gallina (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Pechuga de Pollo	7	Unidades	8	56	224	2688
	58	Tomate	3	Kgrs	3.5	10.5	42	504
	58	Papa	4	Kgrs	2	8	32	384
AJI DE GALLINA	58	pan molido	1	Kgrs	3	3	12	144
	58	Cilantro	1	Unidad	1	1	4	48
	58	Cebolla	1	Kgrs	2.5	2.5	10	120
	58	Ají Amarillo	0.25	Kgrs.	0	0	0	0
						81	324	3888

Fuente: Elaboración Propia.

AJÍ DE CALABAZA

Tabla 31 Insumos Ají de Calabaza (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Arroz	3	Kgrs.	3.5	10.5	42	504
	58	Choclo	3	Kgrs.	3.5	10.5	42	504
AJI DE CALABAZA	58	Queso	2	Unidad	15	30	120	1440
	58	Habas	2	Kgrs.	1.5	3	12	144
	58	Calabaza	5	Unidades	2	10	40	480
	58	Cebolla	1	Kgrs.	2.5	2.5	10	120
	58	Mantequilla	100	Grs.	3.5	3.5	14	168
						70	280	3360

Fuente: Elaboración Propia.

MATASCA

Tabla 32 Insumos Matasca (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Carne	6	Kgrs.	8	48	192	2304
	58	Zanahoria	4	Kgrs.	6	24	96	1152
MATASCA	58	alberja	2	Kgrs.	3.5	7	28	336
	58	Pimiento de olor	0.5	Kgrs.	3.5	1.75	7	84
	58	ají panca	0.5	Kgrs.	14	7	28	336
	58	Ajo	0.25	Kgrs.	3.5	0.875	3.5	42
	58	Aceite	2	Ltrs.	6.5	13	52	624
	58	Papa	5	Kgrs.	2	10	40	480
	58	Arroz	3	Kgrs.	3.8	11.4	45.6	547.2
						123.025	492.1	5905.2

Fuente: Elaboración Propia.

REVUELTO DE HABAS

Tabla 33 Insumos Revuelto de Habas (Montos en S/.)

	CANTIDAD PRODUCTO (platos)	DESCRIPCION	CANTIDAD INSUMO (por plato)	UNIDAD	PRECIO DE INSUMO (por plato)	CANTIDAD TOTAL (semanal)	MONTO TOTAL (Mensual)	MONTO TOTAL ANUAL
	58	Arroz	3	Kgrs.	3.8	11.4	45.6	547.2
	58	Papa	5	Kgrs.	2	10	40	480
	58	Habas	9	Kgrs.	4	36	144	1728
REVUELTO DE HABAS	58	Zanahoria	5	Kgrs.	2.5	12.5	50	600
	58	Cebolla	2	Kgrs.	2.5	5	20	240
	58	Huevos	1	Kgrs.	5.5	5.5	22	264
	58	Aceite	1	Ltr.	6.5	6.5	26	312
						86.9	347.6	4171.2

Fuente: Elaboración Propia.

BEBIDAS

Tabla 34 Insumos de Bebidas (Montos en S/.)

				MONTO TOTAL - DIARIO	MONTO TOTAL - SEMANAL	MONTO TOTAL - MENSUAL	MONTO TOTAL - ANUAL	
BEBIDAS	100	JUGOS DE SOBRE	5	PAQUETES	2.5	12.5	50	600

Fuente: Elaboración Propia.

En total se gastará en insumos lo siguiente:

Tabla 35 Costos Totales de Materia Prima

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
S/. 106,219.20	S/. 119,007.99	S/. 134,717.05	S/. 154,116.30	S/. 178,220.09	S/. 208,374.93

Fuente: Elaboración Propia

Los costos aumentarán al mismo ritmo que las ventas.

3.3.2 Presupuesto De Mano De Obra

Tabla 36 Costo de Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA											
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL	GRATIFICACIONES	REMUNERACIÓN COMPUTABLE	VACACIONES	ESSALUD	CTS	TOTAL ANUAL	
1	COCINEROS	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	S/. 2,000.00	S/. 14,000.00	1,000.00	1,260.00	S/. 7,000.00	S/. 23,260.00	
3	ASISTENTES DE COCINA	S/. 850.00	S/. 2,550.00	S/. 30,600.00	S/. 5,100.00	S/. 35,700.00	850.00	3,213.00	S/. 17,850.00	S/. 57,613.00	
TOTAL MANO DE OBRA			S/. 3,550.00		S/. 7,100.00	S/. 49,700.00				S/. 80,873.00	

Fuente: Elaboración Propia

Para el primer año, se estimó la necesidad de contratar tres personas para la mano de obra directa, un chef principal, que contará con un sueldo de 1000 soles mensuales, y 3 asistentes de cocina, los cuales contarán con un sueldo de 850 soles mensuales cada uno, considerándose para cada uno, un 12 salarios, además de vacaciones, seguro, CTS y gratificaciones. Cada uno laborará 5 días a la semana.

Tabla 37 Costo de Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA											
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL	GRATIFICACIONES	REMUNERACIÓN COMPUTABLE	VACACIONES	ESSALUD	CTS	TOTAL ANUAL	
1	ENCARGADOS DE LIMPIEZA	S/. 850.00	S/. 850.00	S/. 10,200.00	S/. 1,700.00	S/. 11,900.00	S/. 850.00	S/. 1,071.00	S/. 5,950.00	S/. 19,771.00	
1	MIEMBROS DE SEGURIDAD	S/. 850.00	S/. 850.00	S/. 10,200.00	S/. 1,700.00	S/. 11,900.00	S/. 850.00	S/. 1,071.00	S/. 5,950.00	S/. 19,771.00	
TOTAL MANO DE OBRA			S/. 1,700.00		S/. 3,400.00	S/. 23,800.00				S/. 39,542.00	

Fuente: Elaboración Propia

En lo referente a mano de obra indirecta, se contratará un encargado de limpieza y un miembro de seguridad, cada uno con un sueldo de 850. Se considerarán 12 sueldos, adicionalmente gratificaciones, vacaciones, cts y seguro. De igual manera laborarán 5 días a la semana.

3.3.3 Presupuesto De Gastos Indirectos De Fabricación

Dentro de los gastos indirectos de fabricación se encuentran, los tapers, vasos, cubiertos y bolsas en las cuales serán empacados cada uno de los menús para su distribución más práctica e higiénica.

Además se considerará un gasto de agua, luz, teléfono e internet por la utilización de maquinarias para obtener los productos terminados para la comercialización.

Tabla 38 Presupuesto de Servicios Básicos

SUMINISTROS					
	MENSUAL	DIARIO	ANUAL		
LUZ	S/. 200.00	S/. 9.09	S/. 2,400.00		
AGUA	S/. 45.00	S/. 2.05	S/. 540.00		
GAS	S/. 192.00	S/. 8.73	S/. 2,304.00		
GASOLINA	S/. 400.00	S/. 18.18	S/. 4,800.00		
TELÉFONO E INTERNET	S/. 70.00	S/. 3.18	S/. 840.00		
TOTAL	S/. 907.00	S/. 41.23	S/. 10,884.00		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LUZ	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00
AGUA	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00
GAS	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00
GASOLINA	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00
TELÉFONO E INTERNET	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00
TOTAL	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00

Fuente: Elaboración Propia

Vemos que en el caso de los servicios básicos, en el primer año se gastará un total de 907 soles mensuales en los mismos, y 10,884 anuales. Se irán incrementando en el mismo porcentaje que las ventas.

Tabla 39 Presupuesto de Gastos Indirectos de Fabricación

CANTIDAD	CAPACIDAD	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL-SEMANAL	MONTO TOTAL-MENSUAL	MONTO TOTAL-ANUAL
2	200 Unid.	Porta Comida Darnel J- L1 GRAN x 200 Unid.	S/. 34.20	S/. 68.40	S/. 273.60	S/. 3,283.20
6		Tenedor INKABL #5 x 100 Unid.	S/. 2.00	S/. 12.00	S/. 48.00	S/. 576.00
0.5		Cuchillos El Rey Plas BL x 1000 Unidades	S/. 6.10	S/. 3.05	S/. 12.20	S/. 146.40
6	100 Unid.	Bolsas T- Shirt PB BL 16x 19x 100 Unid.	S/. 4.55	S/. 27.30	S/. 109.20	S/. 1,310.40
3	100 Unid.	Cucharas INKA BLAST #5 x 100 Unid.	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 24.00	S/. 288.00
6	100 Unid.	Tapas Vaso Poly 16- 21 Oz. X 100 Unid	S/. 6.60	S/. 39.60	S/. 158.40	S/. 1,900.80
1	50 Unid.	Tapers para Sopas x 50 Unid.	S/. 17.50	S/. 17.50	S/. 70.00	S/. 840.00
11	50 Unid.	Vaso Frio Polyboard 16 Oz. X 50 Unid.	S/. 13.20	S/. 145.20	S/. 580.80	S/. 6,969.60
TOTAL						S/. 15,314.40

Fuente: Elaboración Propia

En el presupuesto se incluyó 2 tipos de tapers, unos para los platos de fondo y otros para la sopa.

Tabla 40 Total de Gastos Indirectos de Fabricación

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	S/. 6,084.00	S/. 6,748.37	S/. 7,560.88	S/. 8,558.91	S/. 9,791.40
. LUZ	S/. 2,400.00	S/. 2,662.08	S/. 2,982.59	S/. 3,376.30	S/. 3,862.48
. AGUA	S/. 540.00	S/. 598.97	S/. 671.08	S/. 759.67	S/. 869.06
. GAS	S/. 2,304.00	S/. 2,555.60	S/. 2,863.29	S/. 3,241.25	S/. 3,707.98
. TELÉFONO E INTERNET	S/. 840.00	S/. 931.73	S/. 1,043.91	S/. 1,181.70	S/. 1,351.87
Envases	S/. 15,314.40	S/. 17,158.25	S/. 19,423.14	S/. 22,220.08	S/. 25,695.30
TOTAL	S/. 21,398.40	S/. 23,906.63	S/. 26,984.02	S/. 30,778.99	S/. 35,486.69

Fuente: Elaboración Propia

Para el primer año, se necesitarán un total de 21398 soles en total.

Tabla 41 Presupuesto de Costo de Ventas en Nuevos Soles

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	0	186583.0621	187619.8754	188653.5937	189690.407	190724.1253
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	S/. 20,229.60	S/. 20,229.60	S/. 20,229.60	S/. 20,229.60	S/. 20,229.60	S/. 22,252.56
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00
COSTO DE VENTAS	140644.6	327227.6621	328264.4754	329298.1937	330335.007	333391.6853

Fuente: Elaboración Propia

En este presupuesto se consideran todos aquellos gastos que intervienen para la producción de cada uno de los productos ofertados. Este cuadro resume los costos determinados en las tablas de costos anteriores de compra de materia prima, de mano de obra directa y de gastos indirectos de fabricación. Los gastos de mano de obra directa permanecen constante durante todo el año debido a que las personas contratadas se encuentran en planillas bajo el régimen laboral de la Microempresa. Los gastos indirectos de fabricación crecen conforme crecen las ventas.

3.4 PRESUPUESTOS DE GASTOS OPERATIVOS

3.4.1 Presupuesto De Gastos De Administración.

Tabla 42 Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACION								
EN S/.								
GASTOS DE ADMINISTRACION	MENSUAL	ANUAL	AÑOS					
			0	1	2	3	4	5
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACION		S/. 50,776.00	S/. 50,776.00	S/. 50,776.00	S/. 50,776.00	S/. 50,776.00	S/. 50,776.00	S/. 50,776.00
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00	S/. 14,400.00
SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS			S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00	S/. 10,884.00
LUZ			S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00	S/. 2,400.00
AGUA			S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00	S/. 540.00
GAS			S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00	S/. 2,304.00
GASOLINA			S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00
TELÉFONO E INTERNET			S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00	S/. 840.00
TOTALES			S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se precisan cada uno de los gastos de administración. Por el alquiler del local, considerado como otros gastos administrativos, se pagarán 1200 soles mensuales y 14400 soles anuales.

3.4.2 Presupuestos De Gastos De Venta.

Tabla 43 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS									
GASTOS DE VENTA	MENSUAL	ANUAL	EN S/.						
			AÑOS						
			0	1	2	3	4	5	
REMUNERACIONES DE VENTAS	S/. 4,780.00	S/. 107,220.00	S/. 1,038.00	S/. 107,220.00	S/. 107,220.00	S/. 107,220.00	S/. 107,220.00	S/. 107,220.00	S/. 107,220.00
OTROS GASTOS DE VENTAS	S/. 173.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	S/. 1,038.00
TOTALES			S/. 1,038.00	S/. 108,258.00	S/. 108,258.00	S/. 108,258.00	S/. 108,258.00	S/. 108,258.00	S/. 108,258.00

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los gastos de ventas anuales, considerando que se contratarán 3 repartidores con sus motos, se considera el combustible que utilizarán los mismos.

3.4.3 Presupuesto De Personal De Administración.

Tabla 44 Remuneraciones de Administración

REMUNERACIONES DE ADMINISTRACION										
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL	GRATIFICACIONES	REMUNERACIÓN COMPUTABLE	VACACIONES	ESSALUD	CTS	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRADOR	S/. 1,100.00	S/. 1,100.00	S/. 13,200.00	S/. 2,200.00	S/. 15,400.00	S/. 1,100.00	S/. 1,188.00	S/. 7,700.00	S/. 25,388.00
1	CONTADOR	S/. 1,100.00	S/. 1,100.00	S/. 13,200.00	S/. 2,200.00	S/. 15,400.00	S/. 1,100.00	S/. 1,188.00	S/. 7,700.00	S/. 25,388.00
TOTAL REMUNERACION			S/. 2,200.00							S/. 50,776.00

Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

En lo referente al personal administrativo, se contrató un administrador y un contador, pagándole a cada uno 1100 soles mensuales, pagándoles 12 sueldos, además de gratificaciones, vacaciones, seguro y cts..

3.4.4 Presupuesto De Personal De Ventas.

Tabla 45 Remuneraciones de Ventas

REMUNERACIONES DE VENTAS										
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL	GRATIFICACIONES	REMUNERACIÓN COMPUTABLE	VACACIONES	ESSALUD	CTS	MONTO ANUAL
1	REPARTIDOR DE VOLANTES	S/. 280.00	S/. 280.00	S/. 3,360.00		S/. 3,360.00				S/. 3,360.00
6	REPARTIDORES	S/. 850.00	S/. 5,100.00	S/. 61,200.00	S/. 10,200.00	S/. 71,400.00	S/. 5,100.00	S/. 5,508.00	S/. 35,700.00	S/. 117,708.00
TOTAL			S/. 5,380.00		S/.					S/. 121,068.00

Fuente: Elaboración Propia

El pago al personal de ventas incluye a 1 repartidor de volantes, al cual se le pagará un total de 280 soles mensuales y 3 motociclistas, como repartidores, a los cuales se les pagará 850 soles. En el caso del repartidor de volantes, no lo consideraremos en planillas por lo que únicamente recibirá los 12 sueldos que le corresponden; a los repartidores, los cuales contarán con una moto propia, se les pagará un sueldo de 850 y adicionalmente el combustible que usen.

3.4.5 Presupuesto De Inversión.

Tabla 46 Presupuesto de Inversiones en Equipos

EQUIPOS				
CANTIDAD	CAPACIDAD	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL
2	300 W	Batidora Moulinex	S/. 130.00	S/. 260.00
2	1,75 Lt.	Licuadaora MMB2001	S/. 250.00	S/. 500.00
1		Campana Extractora Industrial	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
1	22.4 Ltrs.	Microondas 22,4 Litros LED- Samsung	S/. 239.00	S/. 239.00
1	371 Ltrs.	Refrigeradora 371 lt. ECOTT 421IX LK Inox- Bosh	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
1	260 Ltrs.	Congeladora 260 lt. RZ26FARCEWW- Samsung	S/. 1,299.00	S/. 1,299.00
1		Horno Convenyor de Faja	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00
1		Cocina Industrial	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00
1		Plancha freidora	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
1	825-980 W	Tostadora Compacta Class Rojo- Bosh	S/. 129.00	S/. 129.00
1		Ventilador Lonizador difusor de aroma	S/. 100.00	S/. 100.00
4		Extintores de un 1 kilo PQS ABS	S/. 29.90	S/. 119.60
TOTAL				11,246.60

Fuente: Elaboración Propia

Vemos que la inversión necesaria para la realización del proyecto en equipos será de 11,246.60, dentro de los cuales se incluirá una batidora, licuadora, horno, entre otros

Tabla 47 Presupuesto de Inversión en Herramientas

HERRAMIENTAS				
CANTIDAD	CAPACIDAD	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL
2		Sacaorcho profesional Modelo Toskana	S/. 70.00	S/. 140.00
10		Ollas de acero inoxidable (autodaves)	S/. 1,050.00	S/. 10,500.00
3		Bandejas de acero inoxidable, Tabola de 4, 5, 6	S/. 3,500.00	S/. 10,500.00
8		Asadera LRR AC INOX 50x35x7	S/. 42.99	S/. 343.92
8		Asadera LRR AC INOX 40x30x7	S/. 27.95	S/. 223.60
15		Fuentes de Melamine	S/. 22.00	S/. 330.00
10		Foco Led blanco 1156/207	S/. 10.00	S/. 100.00
2		Tenedor Facusa Mesa MOD 730x12	S/. 32.00	S/. 64.00
2		Cucharones Finezza por 7 pzs	S/. 336.00	S/. 672.00
6	33.5 cm	Cuchara Luna Blas MAD MD 33.5 cm.	S/. 7.80	S/. 46.80
24		Tapers Conservadores para refrigerar	S/. 8.00	S/. 192.00
6		Rallador Facusa Piramidal C/ Band	S/. 15.00	S/. 90.00
4	28 cm.	Sartén ILKO WOK ANTIAD CL 28 cm.	S/. 30.00	S/. 120.00
5	16 cm	Colador Facusa 16 cm	S/. 8.89	S/. 44.45
4		Escurridores	S/. 3.00	S/. 12.00
4	4.5 Ltrs.	Jarra Bas Tropical - 4.5 Ltrs.	S/. 11.60	S/. 46.40
4	2.5 Ltrs.	Tetera- T- FAL AC INOXx 2.5 Ltrs.	S/. 91.49	S/. 365.96
2	20 Ltrs.	Balde Buraplast C/ CAND y Tapa	S/. 31.69	S/. 63.38
1		Freidora de Papas	S/. 150.00	S/. 150.00
12		Mantel es Secantes	S/. 5.00	S/. 60.00
1		Balanza	S/. 40.00	S/. 40.00
13	7.5 Ltrs.	Bowl Bhalaria Regular - 7.5 Ltrs.	S/. 17.50	S/. 227.50
2		Cucharas Facusa Blist MOD 12x 12	S/. 13.55	S/. 27.10
2		Cuchillos Facusa Blist MOD 12x 12	S/. 29.55	S/. 59.10
4		Termo Futura 1.80 Ltrs.	S/. 36.16	S/. 144.64
2		Tenedor Facusa Mesa MOD 730x12	S/. 20.56	S/. 41.12
5		Espátula Facusa Calad INOX M/ PLST	S/. 5.40	S/. 27.00
TOTAL			S/. 24,630.97	

Fuente: Elaboración Propia

El total que se necesitará invertir en herramientas para poner el proyecto en marcha sería de 24630 soles.

Tabla 48 Presupuesto de Inversión en Bienes Inmuebles

BIENES MUEBLES				
CANTIDAD		DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL
3		Mesas	115.00	345.00
1		Estante	130.00	130.00
1		Juego de Muebles	1,450.00	1,450.00
TOTAL				S/. 1,925.00

Fuente: Elaboración Propia

Se necesitarán mesas, un estante y un juego de muebles, para lo cual se invertirá un total 1925 soles

Tabla 49 Resumen de la Inversión Tangible

RESUMEN DE LA INVERSION TANGIBLE	
DESCRIPCION	MONTO TOTAL
EQUIPOS	S/. 11,246.60
HERRAMIENTAS	S/. 10,330.02
BIENES MUEBLES	S/. 1,925.00
TOTAL	S/. 23,501.62

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50 Inversión Fija Intangible

INVERSION FIJA INTANGIBLE				
CANTIDAD		DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO TOTAL
1		Software de Facturación	S/. 10.00	S/. 10.00
1		Registro de marca	S/. 533.30	S/. 533.30
1		Tasa municipal	S/. 272.00	S/. 272.00
1		Certificado de defensa civil	S/. 266.00	S/. 266.00
1		Derecho de inscripción de local	S/. -	S/. -
1		Derecho de calificación	S/. 39.96	S/. 39.96
1		Lincencia de sanidad	S/. 360.00	S/. 360.00
TOTAL			TOTAL	S/. 1,481.26

Fuente: Elaboración Propia

3.4.6 PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO.

Tabla 51 Presupuesto de Capital de Trabajo

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PRECIO DE VENTA	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
UNIDADES PRODUCIDAS	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00
INGRESO DE CAJA	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00	5,024.00
MANO DE OBRA DIRECTA	0.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00	55,264.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00
MATERIA PRIMA DIRECTA	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00	3,550.00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59	15,548.59
SUELDOS Y SALARIOS ADMIN	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80	1,178.80
ALQUILER	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00
REMUNERACION DE VENTAS	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
OTROS GASTOS DE VENTAS	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00	5,380.00
GRATIFICACIONES	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00
SALIDA DE CAJA							25,100.00					25,100.00
FLUJO NETO	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39	30,930.39
FLUJO NETO ACUMULADO	-30,930.39	24,333.61	24,333.61	24,333.61	24,333.61	24,333.61	-766.39	24,333.61	24,333.61	24,333.61	24,333.61	-766.39
	-30,930.39	-6,596.78	17,736.83	42,070.45	66,404.06	90,737.67	89,971.28	114,304.89	138,638.50	162,972.11	24,333.61	23,567.22

Fuente: Elaboración Propia

El capital de trabajo es el capital con el que cuenta la empresa para trabajar y para operar en el corto plazo. El Capital de Trabajo se calculó con el método del Déficit Acumulado.

3.4.7 PRESUPUESTO DE FINANCIAMIENTO

Después de haber realizado un detalle de la inversión para la realización de este proyecto, se determinó que el aporte propio será del 100% total de la inversión, sin ninguna fuente de financiamiento por parte de terceros.

Tabla 52 Presupuesto de Financiamiento

	INVERSIONES	TOTAL	APORTE PROPIO	IFI	COFIDE
	Participación	100%	100%	0%	0%
	TOTAL	S/. 55,913.27	S/. 55,913.27	S/. -	S/. -
S/. 23,501.62	Act. Fijos (Inmuebles Maquinaria y Equipo)	S/. 23,501.62	S/. 23,501.62	S/. -	S/. -
S/. 1,481.26	Activos Intangibles	S/. 1,481.26	S/. 1,481.26	-	-
S/. 30,930.39	Capital de Trabajo	S/. 30,930.39	S/. 30,930.39	S/. -	S/. -

Fuente: Elaboración Propia

3.4.8 Presupuesto de Depreciación

La depreciación es el monto estimado por el desgaste de los activos. El presupuesto de depreciación se calcula a partir de la inversión en activos fijos de largo plazo

Tabla 53 Presupuesto de Depreciación

Activo Fijo	Valor Inversión	% Depreciación	Depreciación				Total Depreciación Acumulada	Valor Residual
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		
EQUIPOS	11,246.60	10%	-1124.66	-1124.66	-1124.66	-1124.66	-4498.64	6747.96
HERRAMIENTAS	S/. 10,213.27	20%	-2042.654	-2042.654	-2042.654	-2042.654	-8170.616	2042.654
BIENES MUEBLES	S/. 1,925.00	10%	-192.5	-192.5	-192.5	-192.5	-770	1155
Valor Residual A. Fijo								9945.614

Fuente: Elaboración Propia

En el presupuesto de depreciación mostrado anteriormente, se considera la depreciación de los equipos, herramientas y bienes muebles. La depreciación se realizará de forma lineal, considerando un 10% anual en equipos y bienes muebles, y un 20% en lo que son herramientas. La depreciación anual será de 9945 soles.

Este presupuesto se realiza con el fin de obtener un escudo fiscal para el escudo fiscal para el cálculo del impuesto a la renta.

3.4.8.1 Presupuesto de IGV

En estas tablas se determina el presupuesto de IGV, determinado por la resta del IGV de ingresos, menos el IGV de egresos, el IGV de inversión, los cuales fueron hallados anteriormente.

Tabla 54 Presupuesto de IGV

COMPRAS CON IGV	S/. 23,501.62	S/. 200,728.66	S/. 201,765.48	S/. 202,799.19	S/. 203,836.01	S/. 204,869.73
COMPRAS SIN IGV	S/. 19,916.63	S/. 170,109.04	S/. 170,987.69	S/. 171,863.72	S/. 172,742.38	S/. 173,618.41
IGV DE COMPRAS	S/. 3,584.99	S/. 30,619.63	S/. 30,777.78	S/. 30,935.47	S/. 31,093.63	S/. 31,251.31
VENTAS CON IGV		S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00
VENTAS SIN IGV		S/. 561,988.14	S/. 565,111.02	S/. 568,224.58	S/. 571,347.46	S/. 574,461.02
IGV DE VENTAS		S/. 101,157.86	S/. 101,719.98	S/. 102,280.42	S/. 102,842.54	S/. 103,402.98
IGV A PAGAR	0	S/. 66,953.25	S/. 70,942.20	S/. 71,344.95	S/. 71,748.91	S/. 72,151.67
CRÉDITO FISCAL	S/. 3,584.99					

Fuente: Elaboración Propia

Vemos que en el año cero, se obtiene un crédito fiscal reduciendo así el IGV a pagar en el año 1.

3.4.9 Estado De Resultados

Tabla 55 Estado de Resultados

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
EN S/.						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00
UNIDADES		S/. 60,286.00	S/. 60,621.00	S/. 60,955.00	S/. 61,290.00	S/. 61,624.00
PRECIO DE VENTA		S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00	S/. 11.00
EGRESOS	S/. -	S/. 321,143.66	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60
- Costo de producción	S/. -	S/. 321,143.66	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60
Materia prima directa		S/. 186,583.06	S/. 186,583.06	S/. 186,583.06	S/. 186,583.06	S/. 186,583.06
<i>materia prima indirecta</i>		S/. 14,145.60	S/. 14,145.60	S/. 14,145.60	S/. 14,145.60	S/. 14,145.60
<i>mano de obra directa</i>		S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00	S/. 80,873.00
<i>mano de obra indirecta</i>		S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00	S/. 39,542.00
UTILIDAD BRUTA	S/. -	S/. 342,002.34	S/. 571,812.40	S/. 575,486.40	S/. 579,171.40	S/. 582,845.40
- Gastos de Operación		S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00
<i>Gastos Administrativos</i>		S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00
<i>Gastos de Venta</i>		S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00
- Depreciación	S/. -	S/. 3,656.07	S/. 3,656.07	S/. 3,656.07	S/. 3,656.07	S/. 3,656.07
UTILIDAD OPERATIVA	S/. -	S/. 176,452.27	S/. 406,262.33	S/. 409,936.33	S/. 413,621.33	S/. 417,295.33
- Gastos Financieros		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/. -	S/. 176,452.27	S/. 406,262.33	S/. 409,936.33	S/. 413,621.33	S/. 417,295.33
- Impuesto a la renta		S/. 52,935.68	S/. 121,878.70	S/. 122,980.90	S/. 124,086.40	S/. 125,188.60
UTILIDAD NETA	S/. -	S/. 123,516.59	S/. 284,383.63	S/. 286,955.43	S/. 289,534.93	S/. 292,106.73

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

Para poder evaluar la viabilidad de un proyecto, el indicador determinante es el Valor actual Neto. Según (Press, 2007), este indicador permite determinar «el valor de una inversión, calculado al restar el costo de la inversión del valor actual de las ganancias futuras de la inversión» (p. 94). Para poder determinar el VAN se necesitó también determinar el Costo de Oportunidad del Capital (COK), que nos permitió actualizar los flujos futuros.

En este capítulo, además se desarrollarán otros indicadores como la Tasa Interna de Retorno, el periodo de recuperación de la inversión, la relación Costo Beneficio y el Valor Económico Agregado. No obstante, si estos indicadores no proveen de información, el indicador determinante para aceptar o rechazar un proyecto es el VAN.

Así mismo se considera el punto de equilibrio como parte del estudio.

4.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

4.1.1 Cálculo Del Costo de Oportunidad del Capital.

Para efectos de evaluar el costo de oportunidad de capital, hemos utilizado la siguiente fórmula:

$$K_e = r_f + \beta e^* (R_m - r_f) + R_p$$

En donde:

- Ke: Costo de oportunidad de capital.
- Rf: rendimiento libre de riesgo.
- Rm: rendimiento de mercado.
- βe : Beta.
- Rp: riesgo país.

Tabla 56 Determinación del Costo de Oportunidad de Capital (COK)

βe	0.75	Según Value Line Investment Survey
Rf	2.26%	Rendimiento bono del tesoro de EE.UU (5 años)
Rm	50.00%	Promedio rendimiento esperado competencia
RP Perú	1.83%	Promedio 2014-2016
$Ke=rf+\beta e*(Rm-rf)+Rp$		
COK	39.895%	

Fuente: Elaboración Propia

El costo de oportunidad que se obtuvo fue del 39.895%.

4.1.2 Cálculo Del Valor Actual Neto

El valor actual neto, considera el valor del dinero a través del tiempo, y es por ello que trae los flujos futuros a valor presente, y le resta la inversión inicial.

4.1.2.1 Ventajas

- Su cálculo sólo requiere de operaciones simples.
- Contabiliza la variación del "valor del dinero" en el tiempo (inflación).
- Su uso y entendimiento es extendido

4.1.2.2 Valor Actual Neto Económico

«Es el modelo o método de mayor aceptación, y consiste en la actualización de los flujos netos de fondos a una tasa conocida y que no es más que el costo medio ponderado de capital, determinado sobre la base de los recursos financieros programados con antelación»(Altuve, 2004) (p. 15).

A. Flujos Para El Cálculo Del Van Económico

Tabla 57 Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	AÑOS					VR	
	S/.	1	2	3	4		5
INGRESOS		S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00	S/. 10,241.87
- Ventas		S/. 663,146.00	S/. 666,831.00	S/. 670,505.00	S/. 674,190.00	S/. 677,864.00	S/. 10,241.87
EGRESOS	S/. 55,913.27	S/. 602,926.59	S/. 449,733.50	S/. 451,238.45	S/. 452,747.91	S/. 454,252.87	
- Inversiones fijas	S/. 23,501.62						
- Inversiones intangibles	S/. 1,481.26						
- Capital de trabajo	S/. 30,930.39						S/. 25,943.35
- Costo de producción		S/. 321,143.66	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	S/. 95,018.60	
Costos Directos		S/. 267,456.06	S/. 267,456.06	S/. 267,456.06	S/. 267,456.06	S/. 267,456.06	
Costos Indirectos		S/. 53,687.60	S/. 53,687.60	S/. 53,687.60	S/. 53,687.60	S/. 53,687.60	
- Gastos de Operación		S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	S/. 161,894.00	
Gastos Administrativos		S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	S/. 39,788.00	
Gastos de Venta		S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	S/. 122,106.00	
- Impuesto a la renta		S/. 52,935.68	S/. 121,878.70	S/. 122,980.90	S/. 124,086.40	S/. 125,188.60	
. IGV		66953.2451	70942.19867	71344.9535	71748.91419	72151.66902	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	S/. -55,913.27	S/. 60,219.41	S/. 217,097.50	S/. 219,266.55	S/. 221,442.09	S/. 223,611.13	S/. 10,241.87

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58 Determinación del VAN con la fórmula de Excel

INDICADORES ECONOMICOS	VALOR	UNIDAD
VAN	S/. 277,700.66	SOLES

Fuente: Elaboración Propia

Se obtuvo un VAN de 277,700.66 nuevos soles, como resultado de la inversión total, durante un periodo de 5 años.

4.1.3 Tasa Interna De Retorno

Como menciona (Altuve, 2004), la Tasa Interna de Retorno (TIR) «es aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. Es decir, este concepto envuelve criterios de matemáticas financieras al referirse a valores actuales, y criterios contables al mencionar o incluir corrientes de ingresos y egresos». (p. 12)

Se determina con la siguiente fórmula:

$$VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_1}{(1+TIR)^2} + \frac{F_1}{(1+TIR)^3} + \dots + \frac{F_1}{(1+TIR)^n} = 0$$

Como resultado se obtiene una TIR de 200.16%, lo cual nos muestra que el proyecto es rentable, ya que el proyecto da una rentabilidad mayor a la mínima requerida.

4.1.4 Uso General De La TIR

Y como ya se ha comentado anteriormente, la TIR o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión que permite conocer la factibilidad de decisiones de inversión.

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

Si $TIR \geq r \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).

Si $TIR < r \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.

En este esquema, “r” representa el costo de oportunidad.

4.1.5 Período De Recuperación De La Inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) “Se basa en el concepto de una oportunidad que paga su inversión inicial rápido es buena idea”. Para aplicar la regla del periodo de recuperación se debe calcular “La cantidad de tiempo que toma recuperar la inversión inicial”. Este indicador considera que mientras más pronto se recupere la inversión es mejor el proyecto (Berk, 2008)(p. 152).

Tabla 59 Período de Recuperación de la Inversión

INDICADORES ECONOMICOS	VALOR	UNIDAD
PRI	1.298914509	AÑOS

Fuente: Elaboración Propia

Según el análisis económico, el PRI estimado es de 15 meses, que vendría a ser el periodo en el que se recupera la inversión.

4.1.5.1 Deficiencias Del PRI

- No dice nada respecto del aporte de riqueza que hace el proyecto
- No considera el costo de oportunidad del capital
- No asigna valor a los flujos posteriores al PRI
- Da la misma ponderación a los flujos anteriores al PRI

4.1.6 Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, al utilizar flujos actualizados de ingresos y egresos. Este indicador muestra la relación entre los beneficios y costos generados por el proyecto, mostrando cuánto gana el proyecto por cada nuevo sol invertido en el mismo

Tabla 60 Relación Beneficio / Costo

INDICADORES ECONOMICOS	VALOR
B/C	5.966632583

Fuente: Elaboración Propia

En la evaluación económica, la relación Beneficio/ Costo es de 5.98 lo que quiere decir que por cada nuevo sol que invierta en el proyecto se obtiene 5.98 soles.

4.1.6.1 Ventajas

- Muy sencilla de trabajar.
- Muy usada en las bases de datos y en las hojas de cálculo.

4.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es la situación donde los ingresos cubren los costos de un proyecto y se logra cuando los ingresos totales se igualan a los costos totales.

Para poder determinar el punto de equilibrio, se decidió realizar una tabla que resuma los costos fijos y variables.

Tabla 61 Costos Fijos y Costos Variables

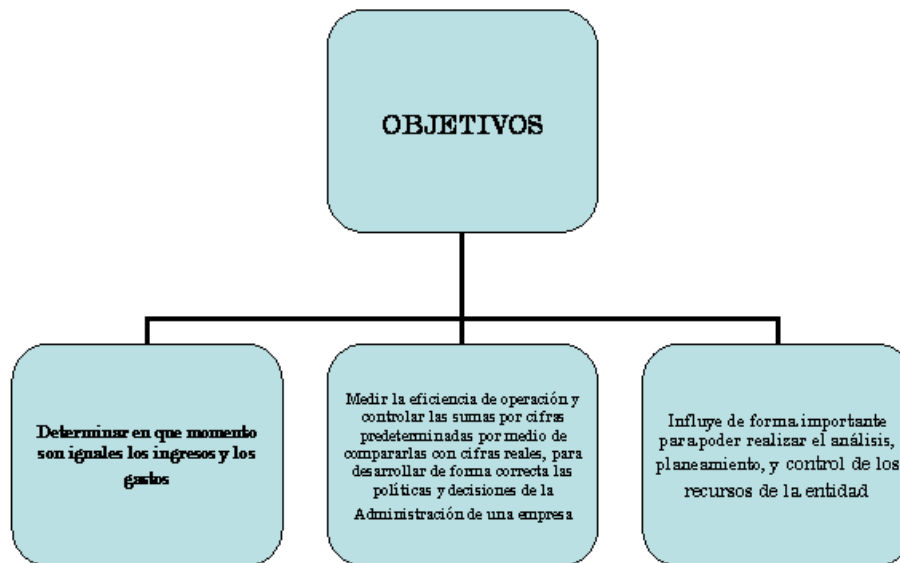
TIPO DE COSTO	FJOS	VARIABLES	MONTO TOTAL ANUAL	PORCENTAJE	VENTAS EN UNIDADES	CV UNITARIO
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 80,873.00	-	S/. 80,873.00	16.4%	60286	
MATERIA PRIMA E INSUMOS	-	S/. 186,583.06	S/. 186,583.06	37.7%	60286	S/. 3.09
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 39,542.00		S/. 39,542.00	8.0%	60286	
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACION	S/. 50,776.00	-	S/. 50,776.00	10.3%	60286	
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	S/. 14,400.00		S/. 14,400.00	2.9%	60286	
REMUNERACIONES DE VENTAS		S/. 121,068.00	S/. 121,068.00	24.5%	60286	S/. 2.01
OTROS GASTOS DE VENTAS		S/. 1,038.00	S/. 1,038.00	0.2%	60286	S/. 0.02
TOTAL COSTOS	185,591.00	308,689.06	494,280.06	1.00	60286	
						5.120410412
					PRECIO DE VENTA EN PROMEDIO	S/. 11.00
					PUNTO DE EQUILIBRIO	31565.29843

Fuente: Elaboración Propia

4.2.1 Requerimientos para el punto de equilibrio

A fin de realizar un "Análisis por medio del Punto de Equilibrio", se necesitan una serie de elementos, entre estos figuran:

- Los Inventarios.- Estos deben ser constantes, o que las variaciones que presentan no sean relevantes durante la operación de la entidad.
- La Contabilidad.- Esta debe estar basada en el costeo directo o marginal, en lugar del método de costeo absorbente, esto es con el fin de poder identificar los costos fijos, de los costos variables.
- Se deberá realizar la separación de los costos fijos y los variables.
- Se deberá determinar la Utilidad o contribución marginal por unidad de producción.
- Determinar el nivel de operaciones que se requieran para cubrir todos los costos.
- Evaluar la rentabilidad relacionada con diversos niveles de ventas.



Se determinó el Punto de Equilibrio Valorado en nuevos soles, a través de la fórmula: $VT^* = CF / (1 - (CV / VT))$, donde: “VT”, son las Ventas Totales, “CF” es el costo Fijo para los menús, y “CV” es el costo variable total conformado por el costo de materia prima de cada uno y los servicios de agua y luz que utiliza cada uno. Con el punto de equilibrio valorado pudimos obtener el monto de nuevos soles en equilibrio donde las ventas en Unidades monetarias de cada producto, y no existe ni pérdida ni ganancia.

Así mismo se determinó el Punto de Equilibrio Físico, en el cual obtuvimos la cantidad que se debe vender para cubrir el costo del producto. El Punto de Equilibrio Físico lo determinamos a través de esta fórmula: $Q(x)^* = CF / (P - V)$, donde “Q” es la cantidad que debe producir para cubrir todos los costos, “CF” es el costo fijo para la elaboración de los menús, “P” es el precio a cual vendemos cada producto y “v” es el costo variable unitario.

El Punto de Equilibrio Físico sería de 21783 menús anuales, monto que cubre los costos totales a abastecer la demanda, por lo cual deducimos que si hay ganancias.

El punto de Equilibrio Valorado sería de 239620 soles, monto que es superado por las ventas anuales de la empresa, por lo que podemos concluir que cubre los costos.

CONCLUSIONES

- CONCLUSIÓN NRO 1

Como se pudo comprobar a lo largo de este estudio, si se demuestra la hipótesis, concluyendo que si es viable económicamente la instalación de una empresa que oferte menús delivery en el Cercado, Yanahuara y Cayma, debido a la creciente demanda de menús en dichos distritos.

- CONCLUSIÓN NRO 2

Después de haber indagado acerca de lo que se requerirá para la realización de este proyecto y haber realizado sus respectivas cotizaciones se determinó que se necesitará de una inversión de 23,501 en equipos, herramientas y bienes muebles para que el proyecto pueda ponerse en marcha, además de 1,481 soles en lo referente a bienes intangibles, como son las licencias, la licencia de sanidad entre otros.

- CONCLUSIÓN NRO 3

En el presente estudio podemos concluir que si existe una demanda insatisfecha, la cual nos permitirá ofrecer un total de 116 menús diarios a un precio de 11 soles cada uno.

- CONCLUSIÓN NRO 4

El proyecto fue de un 100% por aporte propio de los inversionistas.

- CONCLUSIÓN NRO. 5

Podemos concluir que al tener un VAN de 277,700 soles, el proyecto sí es viable

económicamente por este método

- **CONCLUSIÓN NRO 6**

Se puede concluir que al tener un COC de 39.89% y una TIR de 200%, el proyecto resulta rentable por este método

- **CONCLUSIÓN NRO. 7**

Se determinó como tiempo de recuperación de la inversión del proyecto un total de 15 meses aproximadamente

- **CONCLUSIÓN NRO. 8**

Vemos que el ratio de Beneficio costo, tiene como resultado 5.96, lo cual significa que por cada sol invertido, se obtendrá 5.96 de ganancia.

- **CONCLUSIÓN NRO. 9**

Vemos que el punto de equilibrio físico resulta ser de 2591 unidades y el punto de equilibrio valorado de 28507 soles, por lo que al cubrir sus costos, concluimos que sí hay ganancias.

RECOMENDACIONES

- RECOMENDACIÓN NRO. 1

Como se pudo comprobar a lo largo de esta investigación, es viable emprender este negocio de menú a domicilio en los distritos de Yanahuara , Cayma y Cercado. Por consiguiente, para crecer en el mercado recomendamos desarrollar estrategias de crecimiento para sobrevivir a la competencia

- RECOMENDACIÓN NRO 2

Posteriormente se decida abarcar nuevos mercados, ofreciendo a otros distritos de Arequipa el servicio de menú delivery, se recomienda hacer una inversión en un local que abastezca a otros distritos, equipos para poder ampliar nuestra empresa y lleguen a tiempo nuestros pedidos.

- RECOMENDACIÓN NRO. 3

Con una creciente demanda gracias al boom gastronómico, se recomienda poder realizar el estudio de mercado en otros distritos de la ciudad de Arequipa, con el fin de poder determinar su demanda y ver la posibilidad de abarcar nuevos mercados.

- RECOMENDACIÓN NRO. 4

Se recomienda buscar otros tipos de financiamiento, como por ejemplo buscar nuevos inversionistas para hacer crecer la empresa y que sea sostenible en el tiempo.

- **RECOMENDACIÓN NRO. 5**

Para aumentar el valor agregado del proyecto, se sugiere evaluar la factibilidad de ofrecer un menú simple y uno ejecutivo, de manera de darles mayores opciones a nuestros clientes.

- **RECOMENDACIÓN NRO 6**

Para incrementar la TIR se sugiere evaluar la posibilidad de cambiar semanalmente la cartera de platos, así brindara mayores opciones y posibilidades a nuestros clientes

- **RECOMENDACIÓN NRO 7**

Se recomienda aplicar estrategias eficientes a corto plazo para poder recuperar la inversión en un menor tiempo del estimado o de otra manera buscar socios para iniciar el proyecto.

- **RECOMENDACIÓN NRO 8**

Para aumentar la relación Beneficio costo, se sugiere establecer contacto con distintos proveedores que nos faciliten los insumos más baratos a manera de disminuir costos.

- **RECOMENDACIÓN NRO. 9**

Se recomienda para incrementar las ventas y la aceptación de nuevos menús, brindar a los clientes concurrentes una cortesía de nuestros nuevos platillos que se tienen en mente sacar al mercado.

- **RECOMENDACIÓN NRO. 10**

En el punto de equilibrio, vemos que se cubren los costos; pero podríamos de igual manera disminuir los costos o aumentar las ventas poniéndole un mayor énfasis a la utilización de herramientas web, aplicaciones u similares en el que puedan realizar su pedido más fácilmente y al alcance de todos.



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- Altuve, J. (2004). *El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno*. Mérida: Universidad de los Andes.
- Berk, J. (2008). *Corporate Finance*. Pearson.
- Press, H. B. (2007). *Entendiendo las Finanzas*. Santiago: Impact Media.
- Stewart, S. (1991). *The Quest of Value: the EVA Management Guide*. Haper Business.
- Velásquez, H. C. (2006). *El simbolismo de la comida arequipeña*. Lima: UNMSM.

SITIOS WEB:

- Perú, R. P. (30 de Abril de 2014). *RPP Noticias*. Recuperado el Enero de 2017, de <http://rpp.pe/peru/actualidad/la-picanteria-arequipena-patrimonio-cultural-de-la-nacion-noticia-687346>





ANEXO 1

PLAN DE TESIS

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema:

“Desarrollo de un Modelo de Negocio económicamente viable para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida tradicional en la ciudad de Arequipa 2016-2020”.

1.2. Descripción:

a) SÍNTOMAS

Podemos ver que en los últimos años, la gastronomía peruana ha cobrado mayor importancia, logrando que nuestro país se convierta en uno de los destinos turísticos más visitados

Arellano Márketing realizó una encuesta entre turistas para poder realizar este informe. En esta se descubrió que la gastronomía influyó en la decisión del 42% de los turistas extranjeros a la hora de elegir el Perú como destino turístico. Y el 93% afirmó que la comida peruana “cubrió sus expectativas”, es decir, quedaron contentos. Por ello, el 92% recomendará nuestro país a sus familiares y amigos para que vengan a comer.

Son dos los valores agregados que le ven a nuestra comida principalmente. El 64% de los turistas afirmó que esta tiene buena sazón, mientras que el 29% declaró que el mayor valor es su variedad. De 1 a 5, el nivel de satisfacción de los turistas por la gastronomía

de nuestro país es de 4,2. Arellano Márketing lo considera altísimo.

Tanto en Tacna como en Piura llegan chilenos y ecuatorianos, respectivamente, para probar la comida peruana. Ellos suman 100 mil.

En el 2008, se generó 431 millones de dólares por el consumo de alimentos de turistas extranjeros.

La gastronomía en Perú generará este año 320 mil puestos de trabajo, cifra que ha venido creciendo en los últimos años como parte del desarrollo que está cobrando este sector que se proyecta como uno de los dinámicos en el país, afirmó el presidente del Comité Económico de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega), Irzio Pinasco.

Comentó que de esta cifra 240 mil puestos de trabajo serían generados solo en Lima, lo que refleja el gran potencial que hay por desarrollar en las ciudades del interior del país.

Dijo que en los últimos años el crecimiento en el número de restaurantes a nivel nacional bordeó el 45 por ciento, como producto de boom gastronómico que se está gestando.

Prueba de ello es que el 68 por ciento de las franquicias nacionales en Perú corresponden al rubro gastronómico, indicó.

Del mismo modo, es importante mencionar que hoy en día las personas tienen un ritmo de vida más acelerado por sus diversas actividades, pero al mismo tiempo han permitido

aumentar sus ingresos en búsqueda de una mejor calidad de vida, por lo cual buscan ahorrar el tiempo que pasan en la cocina.

La falta de tiempo es sólo uno de los principales motivos de una mala alimentación, el mal concepto de las “dietas”, un horario desordenado de comidas, el estrés y la falta de sueño, también forman parte del problema. La alimentación desequilibrada trae como principales consecuencias, la obesidad, la gastritis, desnutrición, o cambios drásticos de peso.

Los profesionales son los principales afectados, ya que su ajetreada vida laboral les impide disponer de mayor tiempo para satisfacer necesidades básicas como la alimentación; acuden a restaurantes fast food y piden un almuerzo rápido al paso, es por ellos que hemos optado por ofrecer un servicio de menú delivery donde podrá almorzar una comida nutritiva y saludable en su lugar de trabajo o estudio.

b) **PRONÓSTICO**

De continuar en la situación mencionada anteriormente, es decir que incrementara la tendencia a consumir , esto permitirá crear más oportunidades para crear una empresa que haga posible que más personas puedan acceder al crédito con mayor rapidez y efectividad; ya que en los últimos años la estabilidad económica del país ha generado confianza por lo que hoy en día el Perú es un país de gran auge económico ya que ha encontrado un rumbo económico adecuado y que es importante sobre la oferta y la demanda gastronómica en el Perú.

La sociedad viene siendo afectada por la falta de tiempo; las familias, los trabajadores, los estudiantes y hasta los niños comen cada vez menos por no disponer de tiempo para

recurrir a un restaurante; con esta nueva modalidad podrán ahorrar tiempo y poder hacerlo en la comodidad de su hogar lo cual se les hará más fácil, rápida y placentera la vida a la hora de satisfacer sus necesidades.

c) CONTROL DE PRONÓSTICOS

Este problema se solucionará al crear una entidad destinada a la prestación de servicios de microcrédito, que brinde mejores posibilidades a la población arequipeña haciendo que el acceso a un crédito no sea dificultoso o engorroso para uno

Campo:

Ciencias Económicas Administrativas.

Área:

Ingeniería Comercial.

Línea:

Negocios Internacionales y Finanzas.

1.2.1 Tipo de problema:

El tipo de problema a analizar sería explicativo-descriptivo:

- Descriptivo porque nos dará a conocer los hábitos de consumo del mercado arequipeño.
- Explicativa porque nos permitirá evaluar la relación entre la demanda y oferta de los productos ofrecidos por una entidad que brinda servicios de menú delivery de comida tradicional Arequipeña en la ciudad de Arequipa.

- *Variables*

(a) *Análisis de Variables:*

- **Variables Independientes:**

- Propuesta de valor.
- Segmentos del cliente.
- Canales.
- Relaciones con los clientes.
- Actividades clave.
- Recursos clave.
- Socios clave.
- Fuentes de ingreso.
- Estructura de costos.

- **Variable Dependiente:** Desarrollo de un modelo de negocio (viabilidad económica).

(b) *Operacionalización de Variables:*

TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES

Variables	Indicadores
Propuesta de valor	- Percepción del cliente (escala del 1-3).
Segmentos de cliente	- Tamaño de la población. - Tamaño de la muestra.
Canales	- # de canales de distribución. - Inversión en canales (S/.).

Relaciones con los clientes	- # de clientes.
Actividades clave	- Inversión (en S/.) en actividades clave.
Recursos clave	- Inversión (en S/.) en recursos clave.
Socios clave	- # de proveedores.
Fuentes de ingreso	- Nivel de ingresos anual (S/.)
Estructura de costos	- Costos anuales (S/.)

TABLA 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES
Desarrollo de un Modelo de Negocio	<ul style="list-style-type: none"> - VALOR ACTUAL NETO VAN= - Inversión Inicial+(Flujos Futuros/(1+r)^t) - RELACIÓN BENEFICIO COSTO Valor Actual de los flujos/ Costo - VALOR ECONÓMICO AGREGADO <ul style="list-style-type: none"> - Periodo de recuperación de la inversión - Periodo de la recuperación de la inversión descontado - Tasa Interna de Retorno

1.2.1 Interrogantes Básicas

- ¿Cuál es la demanda de los distintos instrumentos que ofrece una entidad que brinde servicio de Menú Delivery?
- ¿Cuál es el monto de inversión para la instalación de entidad destinada a la prestación de servicios de Menús Delivery?
- ¿Cómo se financia la instalación de una entidad destinada a la prestación de servicio de Menús Delivery?

- ¿Cuáles son los presupuestos de ingresos y egresos necesarios que viabilicen la instalación de una entidad destinada a la prestación de servicios de Menús Delivery?
- ¿Es viable económicamente la instalación de una entidad destinada a la prestación de servicios de Menús Delivery a través del VAN?
- ¿Cuál es la Tasa Interna de Retorno?
- ¿En cuánto tiempo se recupera la inversión?
- ¿Cuál es el Valor Económico Agregado del Proyecto?

1.3 Justificación:

- **JUSTIFICACIÓN ECONOMICA:**

Aprovechando la acogida que tiene la comida peruana, se plantea implementar una empresa que ofrezca el servicio de menú delivery para las familias arequipeñas, aperturando y promoviendo nuevos canales de distribución de la comida nacional, que permita ahorro en tiempo, manteniendo la calidad y prestigio, ofreciendo diversidad de oferta para los comensales y crecimiento de la demanda, finalmente reflejado en el incremento de su rentabilidad.

Este proyecto posee una relevancia económica, debido a la carencia de empresas que oferten este tipo de servicio, lo cual nos da una apertura importante a un nuevo mercado por explorar. La apertura de una entidad destinada a la prestación de servicios de menú delivery, constituye una alternativa rentable.

- **JUSTIFICACIÓN SOCIAL:**

Este proyecto posee una relevancia social, debido a que de resultar viable económicamente, este generará puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, mejorando la calidad de vida de la población arequipeña.

1.4.OBJETIVOS

Objetivo General:

- Desarrollar un Modelo de negocio económicamente viable para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña en la ciudad de Arequipa (2016-2020).

Objetivos Específicos:

- Estudiar todos los requisitos y los insumos necesarios para la instalación de una empresa que brinde servicios de Menú Delivery
- Explicar la viabilidad económica del Modelo de negocio.

1.4 MARCO TEÓRICO

- MARCO CONCEPTUAL

- **NEGOCIO**

Se designa con el término de negocio a aquella ocupación que detenta un individuo y que está encaminada a obtener un beneficio de tipo económico.

(Definición ABC: S. F)

- **ACTIVIDAD ECONÓMICA**

La actividad económica es toda acción humana dirigida a la creación de valor, en la forma de bienes y servicios, que se aplicarán a la satisfacción de necesidades. (EumedNet: S. F.)

- **VALOR ACTUAL NETO:**

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Para su cálculo es necesario descontar al valor presente (mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros y determinar la equivalencia en el periodo cero de los flujos de efectivo futuros que son generados en un proyecto; posteriormente se debe descontar la inversión inicial (Barrachina 2010)

- **VALOR AGREGADO**

El valor agregado es una característica o peculiaridad extra que se le da a un bien o servicio, para lograr darle mayor valor comercial. Casi siempre esta característica o peculiaridad es poco común, o poco usada anteriormente, de tal manera que le brinda al negocio cierta diferenciación (Rojas M. 2013).

- **VIABILIDAD ECONÓMICA**

Es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos del coste compatible con la racionalidad económica de una solución mediante el correspondiente análisis coste beneficio. En sí es lograr vender el producto a un precio superior al coste de obtenerlo (Diccionario de la Real Academia española S.F)

- **DEMANDA**

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor, demanda individual, o por el conjunto de consumidores, demanda total o de mercado, en un momento determinado. (Paul Krugman: S. F)

- **FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del periodo fueron mayores a los egresos; si es negativo, significa que los egresos fueron mayores a los ingresos (De Gerencia: 2013)

- **OFERTA**

La oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. (Paul Krugman: S. F)

- **EQUILIBRIO DEL MERCADO**

Samuelson y Nordhaus (2010) afirman que el equilibrio de mercado es una situación hipotética que supone una interacción estable entre oferta y demanda, en función del grado de competencia existente.

Además estos autores añaden que esto ocurre cuando la cantidad demandada de un artículo o bien, es igualada a la cantidad que se ofrece de dicho bien en el mercado en un periodo de tiempo. “El equilibrio se presenta en la intersección de las curvas de demanda y oferta agregadas del mercado donde se encuentran a un mismo nivel de precios”

- **TASA INTERNA DE RETORNO**

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. (Iturrioz del Campo, Javier: S.F)

- **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (JOSE DIDIER VAQUIRO C.: 2010)

- **PRESUPUESTO**

Cómputo anticipado del coste de una obra o de los gastos y rentas de una corporación (RAE s.f.)

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Podemos proceder a elaborar la definición de presupuesto de ingresos, el cual se basa en las ventas logradas en el pasado y en las expectativas respecto a próximas actividades comerciales. Mientras que los primeros datos son concretos, las previsiones deben estimarse con realismo y teniendo en cuenta diversos factores que incidirán sobre los potenciales ingresos, como la situación económica del país o los países en los cuales se desea operar, el estado de la demanda y la fortaleza de la competencia (Definición de; S.F).

- **PRESUPUESTO DE EGRESOS**

En el presupuesto de egresos se incluyen todos los conceptos de gastos y costes que representen una disminución de los recursos financieros de la empresa. En su gran mayoría constituyen el pago de productos o servicios que la empresa recibe del exterior, y que son necesarios para su operación y, fundamentalmente, para poder generar las ventas. (El Plan de Negocios: 1994).

1.4.1 Esquema Estructural

Primera Unidad: Marco Teórico.

Capítulo I: Desarrollo del plan de negocios.

Capítulo II: Análisis de viabilidad económica.

Segunda Unidad: Diseño de investigación.

Tercera Unidad: Presentación de resultados.

Bibliografía Básicas

LIBROS

- AGUILAR, Inmaculada y otros
2006 Finanzas Corporativas en la Práctica. Madrid: Publicaciones Delta
<https://books.google.com.pe/books?id=kLbHgcDyv0IC&printsec=frontcover&dq=finanzas+corporativas&hl=es&sa=X&ei=7cCZVYPaL8WZgwSd5ICADg&ved=0CDQO6AEwAw#v=onepage&q&f=false>
- AGUILAR, Inmaculada y otros
2009 Finanzas Corporativas en la Práctica 2da Ed. Madrid: Publicaciones Delta
https://books.google.com.pe/books?id=WA2mznh_OMQC&printsec=frontcover&dq=finanzas+corporativas&hl=es&sa=X&ei=sOaWVYj5OIeVNpr6ntgG&sqi=2&ved=0CCoQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false
- APAZA, Mario
2013. “Guía Práctica de Finanzas Corporativas”. 1ra Ed. Perú: Pacífico Editores SAC.
- EHRHARDT, Michael y Eugene Brigham
2007 Finanzas Corporativas 2da Ed. México: Cengage Learning
<https://books.google.com.pe/books?id=bLOKcYHC0dsC&pg=PA1&dq=finanzas+corporativas&hl=es&sa=X&ei=sOaWVYj5OIeVNpr6ntgG&sqi=2&ved=0CCQO6AEwAA#v=onepage&q&f=false>
- LAWRENCE, Gitman
2003 Principios de Administración Financiera 10Ed. México: Pearson Educación.
https://books.google.com.pe/books?id=KS_04zILe2gC&pg=PA443&dq=estructura+de+capital&hl=es&sa=X&ei=dcKZVYviB4HagwTkioPwDg&sqi=2&ved=0CCcQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false
- ROSS, Stephen Y OTROS
2010. “Finanzas Corporativas”. 9na Edición. Estados Unidos: McGraw- Hill/ Interamericana Editores SAC.
- SULLIVAN, William y otros
2004 Ingeniería Económica de DeGarmo. 12 Ed. México: Pearson Educación
<https://books.google.com.pe/books?id=Nvh6Aag6WqsC&pg=PA598&dq=estructura+de+capital&hl=es&sa=X&ei=rsKZVaADx5k20fK9kAo&ved=0CDcQ6AEwBjgK#v=onepage&q=estructura%20de%20capital&f=false>

TESIS

- CASTILLO SANDOVAL, Laura Franchesca
2014, “Plan de negocios para la puesta en marcha de un fast food saludable en la Ciudad de Piura”. Tesis de bachiller. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de empresas.
- MONTES YASUOKA, Akemi Susana
2011, “Estudio de pre-factibilidad para el establecimiento de un restaurante de comida rápida cereal bar, dedicado a la venta de snacks saludables”. Tesis de bachiller. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- PRIETO AVALOS, Andrés Eduardo
2014. “Plan de negocios para un restaurante delivery en el Sector Norponiente de la Región Metropolitana” Tesis de maestría. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial.
- SÁNCHEZ UNTHIVEROS, María Fernanda; VILLANUEVA PAREDES, Grace Medina
2014. “Viabilidad Económica Financiera para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara en Arequipa 2015- 2019”. Tesis de Bachiller. Universidad Católica de Santa María, Facultad de Ciencias Económico Administrativas, Escuela Profesional de Ingeniería Comercial.

ARTÍCULOS EN PORTALES WEB

- ANGELLOTTI MARTÍNEZ, German; CARBONE VIDAL, Rafael;
VENTURA VALDERRAMA, Cristian

“Plan de negocios: Empresa de Cáterin “Sabores Delivery””. En: Repositorio Académico de la Universidad de Chile. Fecha de consulta: 02/11/2015

http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-angellotti_g/pdfAmont/ec-angellotti_g.pdf

1.4.2 Antecedentes Investigativos

PLAN DE NEGOCIOS PARA UN RESTAURANTE DELIVERY EN EL SECTOR NORPONIENTE DE LA REGIÓN METROPOLITANA

ANDRÉS EDUARDO PRIETO AVALOS

2014

En este estudio se muestra una evaluación económica, el cual se encuentra detallado en un plan para la instalación de un negocio de comida rápida en la zona norponiente de la región metropolitana.

El documento comienza con los principales supuestos de mercado que se han establecido como parte de la hipótesis del proyecto. Junto con eso, declara el alcance del mismo, además de los objetivos específicos a concluir. Se identificará la demanda potencial o nicho de mercado en el cual se invertirá, definiendo la propuesta de valor las estrategias a seguir, para ello se elaborarán presupuestos para finalmente evaluar la viabilidad económica del proyecto. Se utilizará la información de esta investigación para complementar nuestro marco teórico.

Viabilidad Económica Financiera para la instalación de una empresa que oferte insumos para los restaurantes del distrito de Yanahuara en Arequipa 2015- 2019.

Sánchez Unthiveros, María Fernanda y Villanueva Paredes, Grace Medina

2014

En este estudio de la Universidad Católica de Santa María, se realiza un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca distintos insumos para restaurantes en el distrito de Yanahuara en el distrito de Arequipa, evaluando la demanda, si se cuenta con los recursos necesarios y si económicamente resulta rentable mediante el VAN, la TIR, entre otros.

Esta investigación me servirá como guía para la correcta estructuración de la tesis, además de darme idea acerca de los pasos a seguir para la correcta comprobación de la hipótesis.

PLAN DE NEGOCIOS: Empresa de Cáterin “Sabores Delivery”

Germán Angellotti Martínez y otros

2010

El objetivo de este proyecto es satisfacer una necesidad antes descrita a través del desarrollo de un plan de negocios que detalle los procedimientos para lograr dicho efecto. Lo que se busca con este proyecto es poder satisfacer la necesidad de alimentarse a diario, pero con un producto distinto, un producto tradicional que simboliza una comida hogareña con un toque gourmet.

Para realizar este plan de negocio, se han propuesto unos pasos que

determinaran la factibilidad y viabilidad económica de desarrollar este tipo de proyectos. Entre ellos se destacan una evaluación del mercado de manera general tanto externo como interno. Se presentan planes operacionales, comerciales y la capacidad de recursos humanos que se necesitan para el éxito de un proyecto de este tipo. Este estudio nos ayudará para la comprobación de la hipótesis, contando con información confiable para nuestro marco teórico.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN FAST FOOD SALUDABLE EN LA CIUDAD DE PIURA

Laura Franchesca Castillo Sandoval

2014

El principal objetivo de la tesis presentada es la propuesta del Plan de Negocios para la puesta en marcha de un fast food saludable en la ciudad de Piura. La propuesta de negocio consiste en ofrecer distintos platos preparados a base de verduras, frutas, carnes magras al vapor o a la parrilla, reduciendo al mínimo el uso de condimentos y agregados que no aporten al beneficio de la salud.

Para facilidades del estudio se ha empleado un precio de venta promedio y un costo de producción promedio frente a que no es difícil estimar qué platos de los menús ofrecidos elegirán los clientes. El estudio se utilizará para la complementación del marco teórico.

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
RÁPIDA CEREAL BAR, DEDICADO A LA VENTA DE SNACKS
SALUDABLES**

Akemi Susana Montes Yasuoka

2011

Este estudio busca evaluar la viabilidad económica para la creación de un cereal bar destinado a la venta de snacks saludables, ubicado en el distrito miraflores, para ello se realizarán encuestas y se elaborarán un conjunto de presupuestos para poder comprobar la hipótesis.

Esta investigación nos ayudó a determinar que métodos y procedimientos son los adecuados para determinar la factibilidad económica de un proyecto.

1.5 HIPOTESIS:

Si se elabora un Modelo de negocio de una empresa que preste servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña, este será viable económica y en la ciudad de Arequipa (2016-2020).

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e instrumentos

En el presente estudio utilizaremos tanto el método de estudio de información como el método de estudio de información secundaria

- Usaremos el método de estudio de información primaria, el cual es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2010: 69) como aquel método donde el investigador crea información para su investigación
- También usaremos información secundaria, que consiste en los datos y hechos que alguien reunió anteriormente para su propia investigación. Esta información puede ser utilizada para evitar gastos de tiempo y dinero (Idem 2010: 69)

El doctor Julio E. Paredes Núñez (2010), plantea que existen dos formas fundamentales de actuación concreta para conocer variables o indicadores, siendo ellas, la observación y la comunicación. A partir de ellas, hemos elegido utilizar ambas técnicas de investigación para nuestro estudio

- **Técnica de observación:**

Dentro de esta, utilizaremos la observación documental, definido por Paredes (2010), como aquella información que versa sobre todos los documentos que dan cuenta de acontecimientos sociales e ideas humanas que son productos de la vida social.

Para obtener este tipo de información, utilizaremos datos obtenidos de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el Banco Central de Reserva; además de datos obtenidos de encuestadoras oficiales como

es el caso de IPSOS.

- **Técnica de comunicación**

Dentro de esta, utilizaremos la técnica del cuestionario o encuesta, que es aquella que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema de estudio (Paredes: 2010)

Para ello desarrollaremos un formulario de preguntas, que nos permita obtener información sobre la posibilidad de preferencia de demandar los productos financieros ofrecidos por una cooperativa de ahorro y crédito

2.2. Instrumentos

Después de haber seleccionado las técnicas a utilizar en este estudio, los instrumentos que utilizaremos para recopilar información serán instrumentos documentales e instrumentos mecánicos.

Usaremos instrumentos documentales:

- Formulario de preguntas, que se utilizará para la aplicación de encuestas y entrevistas. Este contendrá preguntas abiertas, cerradas y mixtas
- Fichas bibliográficas, para poder obtener los datos más importantes de libros
- Fichas hemerográficas, para extraer los datos relevantes de artículos
- Fichas de resumen, para sintetizar los conceptos relevantes
- Fichas textuales, para extraer información de importancia señalada por distintos autores
- Fotografías que respalden la observación de campo

Utilizaremos instrumentos mecánicos

- Cámara fotográfica, para la obtención de fotografías en la observación de campo
- Grabadora de voz, para registrar la información obtenida en las entrevistas

2.3.1 Campo de Verificación

2.3.2 *Ámbito:*

El presente estudio se realizará en la ciudad de Arequipa.

2.3.3 *Temporalidad:*

2016-2020.

2.3.4 *Unidades de estudio:*

a) Universo:

Consideraremos como nuestro universo al total de viviendas en la provincia de Arequipa, tomando como nuestros posibles clientes a las amas de casa

b) Muestra:

Para la determinación de la muestra, se utilizó la fórmula estadística de la población finita, con el fin de obtener la cantidad óptima de personas a encuestar, como se observa a continuación:

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

Dónde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Tamaño de la población= 207097
- Nivel de confianza= 95%
- $K=1.96$
- P = Homogeneidad que suceda el fenómeno. Probabilidad=50%
- Q = Homogeneidad que no suceda el fenómeno. Probabilidad= 50%
- E = Error dispuesto a admitir 5% (mientras menor sea el error mayor probabilidad de obtener mejores resultados)

Obteniendo como resultado para “ n ”, una muestra de 384 personas a encuestar

2.3. Estrategia de recolección de datos

Como estrategia de recolección de datos para fuente primaria, he determinado el uso de encuestas personales y entrevistas, las cuales se realizarán por medio de trabajo de campo.

Además para obtener la información secundaria, recurriremos a investigar vía web para obtener información estadística, de fuentes oficiales como el INEI, BCRP, entre otros. Investigaremos en internet durante cuatro horas diarias.

También consultaremos libros en la biblioteca de la Universidad Católica de Santa María, a la cual tengo fácilmente acceso por ser alumna de dicha institución. Para ello

invertiré dos días a la semana, mínimo dos horas cada día. Del mismo modo visitaré una vez al mes la biblioteca de la Universidad Católica San Pablo, obteniendo acceso a ella por medio de amistades que laboran allí.

2.4. Recursos necesarios

2.5.1 *Humanos*

Investigador:

Paredes Benavente Maryangela Darly

Paz Cruz Mario Alejandro

2.5.2 *Materiales:*

Para el presente estudio se requerirá de ciertos materiales que permitan la realización del mismo, dentro de estos:

- Computadora personal.
- Libros.
- Revistas
- Software estadísticos
- Internet
- Impresora.
- Fotocopiadora
- Tablas para encuestas
- Cámara Fotográfica
- Grabadora de voz
- Hojas

- Lapiceros y lápices
- Regla
- Borrador y corrector; y demás materiales de escritorio en general

2.5.3 *Financieros:*

TABLA 5: Estimación de Costos para la realización de un proyecto

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	GASTOS
Formulario de encuesta		S/. 80.00
Energía Eléctrica		S/. 600.00
Útiles de Escritorio		S/. 46.00
6 Lapiceros	S/. 2.50	S/. 15.00
2 Folder	S/. 5.00	S/. 10.00
2 Tablas de encuestas	S/. 7.00	S/. 14.00
2 Correctores	S/. 3.50	S/. 7.00
Impresiones		S/. 100.00
Fotocopias		S/. 40.00
Transporte		S/. 400.00
Llamadas telefónicas		S/. 200.00
Otros		S/. 1,000.00
Total		S/. 1,566.00

ELABORACIÓN PROPIA

A lo largo del periodo de estudio, se realizará una serie de gastos para poder llevar a cabo la investigación. Sin embargo, a pesar de la estimación que se ha hecho, la tabla anterior de gastos será ajustada durante el desarrollo de la investigación. El monto estimado es de S/. 1566 aproximadamente.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES	METODO
<p>Planteamiento del Problema : Podemos ver que en los últimos años la gastronomía peruana ha cobrado mayor importancia, logrando que nuestro país se convierta en uno de los destinos turísticos más visitados, en los últimos años ha habido un crecimiento de restaurantes por el boom gastronómico, prueba de ello es que el 68% en franquicia nacional corresponde al rubro gastronómico, del mismo modo cabe mencionar que hoy en día las personas tienen un ritmo de vida acelerado por sus diversas actividades, es por ello que buscan ahorrar el tiempo en la cocina, y la falta de tiempo es solo uno de los principales motivos de una mala alimentación lo cual trae, gastritis,</p>	<p>Objetivo General: Desarrollar un Modelo de negocio para la prestación de servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña en la ciudad de Arequipa 2016-2020.</p> <p>Objetivos Específicos: - Estudiar todos los requisitos y los insumos necesarios para la instalación de una empresa que brinde servicios de Menú Delivery. -Explicar la</p>	<p>Hipótesis Principal : Si se elabora un Modelo de negocio de una empresa que preste servicios de Menú Delivery de comida tradicional Arequipeña, este será viable económica y financieramente en la ciudad de Arequipa</p>	<p>Variables: 1) Dependiente: Desarrollo de un Modelo de Negocio . 2) Independientes: - Propuesta de valor. - Segmentos de cliente. - Canales. - Relaciones con clientes. - Actividades clave. - Recursos clave. - Socios clave. - Fuentes de ingreso. - Estructura de costos.</p>	<p>a) Indicadores de Desarrollo de un Modelo de Negocio : - VALOR ACTUAL NETO VAN= - Inversión Inicial+(Flujos Futuros/(1+r)^t) - RELACIÓN BENEFICIO COSTO Valor Actual de los flujos/ Costo - VALOR ECONÓMICO AGREGADO UODI*(1- Tasa Imp. A la renta)+ Flujo Económico del año “0” * Costo de Oportunidad - Periodo de recuperación de la inversión - Periodo de la recuperación de la inversión descontado Tasa Interna de Retorno.</p> <p>b) Indicadores de servicios de Menú Delivery: - Percepción del cliente. - Tamaño de la población. - Tamaño de la muestra. - #Canales de distribución. - Inversión en canales (S/).</p>	<p>a) Universo: Consideramos como nuestro universo al total de viviendas en la provincia de Arequipa, tomando como nuestros posibles clientes a las amas de casa.</p> <p>b) Muestra: Para la determinación de la muestra se utiliza la fórmula estadística de la población finita, con el fin de obtener la cantidad óptima de personas a encuestar, como se observa a continuación.</p> <p>c) Tipo de Investigación: De carácter explicativo – descriptivo, explicativo porque nos permitirá evaluar la relación entre la demanda y oferta de los productos ofrecidos por una entidad que brinda servicios de Menú Delivery en la ciudad de Arequipa.</p> <p>d) Diseño y Plan a seguir: Se utilizarán instrumentos documentales (encuestas y entrevista), e instrumentos mecánicos (cámara fotográfica,</p>

<p>desnutrición, es por ello que hemos optado por ofrecer un servicio de Menú Delivery donde almorzar una comida nutritiva.</p>	<p>viabilidad económica y financiera del Modelo de Negocio.</p>	<p>2016-2020.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - # clientes - Inversión (S/.) en actividades clave. - Inversión (S/.) en recursos clave. - # proveedores. - Nivel de ingresos anual (S/.). - Costos anuales (S/.). 	<p>grabadora de voz) para que respalden la observación de campo.</p>
---	---	-------------------	--	--	--

ANEXO 2

Estimado (a) señor(a):

Esta encuesta se está realizando para saber su opinión acerca del lanzamiento de una empresa dedicada a brindar el servicio de menú delivery, le agradeceríamos contestar las siguientes preguntas

- 1) ¿Ha pedido delivery para almorzar en los últimos 30 días? (De ser no su respuesta pasar a la pregunta 3)
 - a) Si
 - b) No

- 2) ¿Cuál fue el motivo por el cual usted pidió delivery?
 - a) Por falta de tiempo
 - b) Porque vivo solo
 - c) No tener que preparar
 - d) Disfrutar de una ocasión especial con familia y amigos
 - e) Otros.....
.....

- 3) ¿Conoce de alguna empresa que brinde servicio de menú delivery?
 - a) Si
 - b) No

- 4) ¿En qué lugares suele almorzar?
 - a) En casa
 - b) En un restaurante o menú

- 5) ¿Entre que rango de ingresos mensuales?
 - a) De 0 a 750
 - b) De 750 a 1500
 - c) De 1500 a 3000
 - d) Más de 3000

- 6) ¿Cuánto dinero suele gastar diariamente para el almuerzo?
- Entre 8 y 12 soles por persona
 - Entre 13 y 15 soles por persona
 - Más de 15
- 7) Considera que las empresas que ofrecen el servicio de menú actualmente son:
- Dietéticos
 - De comida tradicional
 - Frituras
 - Condimentadas
 - Otras, especifique.....
- 8) ¿Cuáles son los medios por los que se ha enterado de la oferta de menús a medio día?
- Radio
 - Televisión
 - Prensa Escrita
 - Volantes
 - Internet
 - Vallas publicitarias
 - Amigos
- 9) ¿Qué debe contener el menú de su preferencia?
- Tradicional (rocoto relleno, chicharron de chanco, ají de gallina, pastel de papa)
 - Pastas (Lasagna, canelones, macarrones, fetucchini, espagueti con albóndigas)
 - Vegetariano
 - Otros, especifique.....