

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA VIABILIDAD
DE UNA EMPRESA DELIVERY DE COMIDA RÁPIDA
SALUDABLE EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2020**

Tesis presentado por el Bachiller:

Anco Rosas José Cristian

Para optar el Título Profesional de:

Ingeniero Comercial

En la especialidad de:

Economía

Asesor:

Dr. Manrique Oroza Pablo Ignacio

Arequipa – Perú

2021

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INGENIERIA COMERCIAL

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 11 de Junio del 2021

Dictamen: 003355-C-EPICO-2021

Visto el borrador del expediente 003355, presentado por:

2012402021 - ANCO ROSAS JOSE CRISTIAN

Titulado:

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA DELIVERY
DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2020**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

0360 - MEZA CHAVERA JUAN PASTOR DICTAMINADOR



2770 - MANRIQUE OROZA PABLO IGNACIO DICTAMINADOR



2772 - GAMBETTA PAREDES BRUNNO ALONSO DICTAMINADOR



Agradecimiento

A mi madre.



Dedicatoria

A mi madre.



Resumen

En el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Determinar el estudio de pre – factibilidad para ver la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable, en la ciudad de Arequipa 2020, la metodología que se siguió fue una investigación cuantitativa nivel descriptivo-explicativo y un diseño de investigación no experimental, la muestra de estudio de mercado fue de 384 personas de los distritos Cayma, Arequipa, Mariano Melgar, Jacobo Hunter, Yanahuara, José Luis Bustamante y Rivero, Alto Selva Alegre, Paucarpata y Cerro Colorado los cuales concentran el 78% de la población. La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue un cuestionario y el instrumento que se utilizó fue una encuesta posteriormente se realizó los cálculos financieros para determinar la viabilidad de la Empresa delivery de comida rápida, el procesamiento de datos se hizo mediante el programa Microsoft Excel y IBM spss. Los principales resultados obtenidos son: Se determinó una inversión total de S/. 289,104 conformada en dos fuentes: (a) el capital propio que asciende a S/. 159,007 y (b) crédito bancario emitido por el Banco de Crédito del Perú (BCP) un monto de S/. 130,097 que tendrá una Tasa Costo Efectivo Anual (TCEA) de 22% a un plazo de cinco años; mismo que representa el horizonte de vida del negocio. La viabilidad de la empresa de delivery de comida saludable está respaldada por su Valor Actual Neto Económico (VANE) positivo que es S/. 1,026,067 como por su Valor Actual Neto Financiero (VANF) positivo que asciende a S/. 1,318,218, otro criterio es la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) de 116.43% y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) de 177.56%. En conclusión, Al tener un estudio de pre-factibilidad positiva de la empresa de delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa, se puede afirmar que el proyecto es viable.

Palabras claves: comida rápida saludable, pre – factibilidad, viabilidad, rentabilidad.

Abstract

The objective of this research work was to determine the pre-feasibility study to see the viability of the healthy fast food delivery company, in the city of Arequipa 2020, the methodology that was followed was a quantitative descriptive-explanatory investigation and a non-experimental research design, the market study sample was of 384 people from the Cayma, Arequipa, Mariano Melgar, Jacobo Hunter, Yanahuara, José Luis Bustamante and Rivero, Alto Selva Alegre, Paucarpata and Cerro Colorado districts, which concentrate 78 % of the population. The technique used for data collection was a questionnaire and the instrument used was a survey, subsequently financial calculations were made to determine the viability of the fast food delivery company, data processing was done through the Microsoft program Excel and IBM spss. The main results obtained are: A total investment of S/. 289,104 was determined, made up of two sources: (a) own capital amounting to S/. 159,007 and (b) bank credit issued by Banco de Crédito del Perú (BCP) a amount of S/. 130,097 that will have an Annual Effective Cost Rate (TCEA) of 22% for a term of five years; same that represents the life horizon of the business. The viability of the healthy food delivery company is supported by its positive Net Present Value (VANE) which is S/. 1,026,067 as well as its positive Net Present Value (VANF) which amounts to S/. 1,318,218, another criterion is the Rate Internal Rate of Economic Return (EIRR) of 116.43% and the Internal Rate of Financial Return of 177.56%. In conclusion having a positive pre-feasibility study of the healthy fast food delivery company in the city of Arequipa, it can be affirmed that the project is viable.

Keywords: healthy fast food, pre - feasibility, feasibility, profitability.

Introducción

Los servicios de delivery en el Perú crecieron en 36.6% en el lapso del 2013 al 2018. Ochoa (2019), “pero con la presencia de la pandemia provocada por el Covid-19 esta tendencia que parecía iba a decrecer empezó un gran crecimiento que se estima entre 60 y 85%”. Kantar (2020). “Lo cual, crea una oportunidad de crecimiento en un sector descuidado en el mercado arequipeño; no existe establecimiento alguno que ofrezca el servicio de comida natural por delivery. El servicio genera valor al cliente al ser una comida balanceada que consiste en un plato de segundo, un plato de ensalada y su refresco natural”.

“El estudio de pre-factibilidad se construye con información proveniente de fuentes secundarias de información, que aún no es demostrativa, pero es útil para presentar un panorama de la inversión. Los elementos que contiene el estudio de pre-factibilidad son los siguientes: Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio administrativo, Estudio financiero” (Morales & Morales, 2012), “los mismos que nos brindan ventajas para determinar si se debe emprender o no el proyecto” (QuestionPro, 2021).

“Luego de culminar con el análisis económico-financiero se procede a estimar la evaluación económica-financiera o viabilidad del proyecto, para el cual se analiza la rentabilidad propia del proyecto, por lo que va a ser necesario emplear cinco indicadores los cuales son: relación beneficio-costos, valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de Recuperación de la inversión y el índice de rentabilidad. Consiguiendo todos estos resultados se determinará la viabilidad del proyecto” (Baca, 2013), “lo cual permitirá a la organización determinar si una acción tiene sentido desde el punto de vista financiero y operativo” (ESAN, 2020).

La presente tesis tiene los siguientes capítulos:

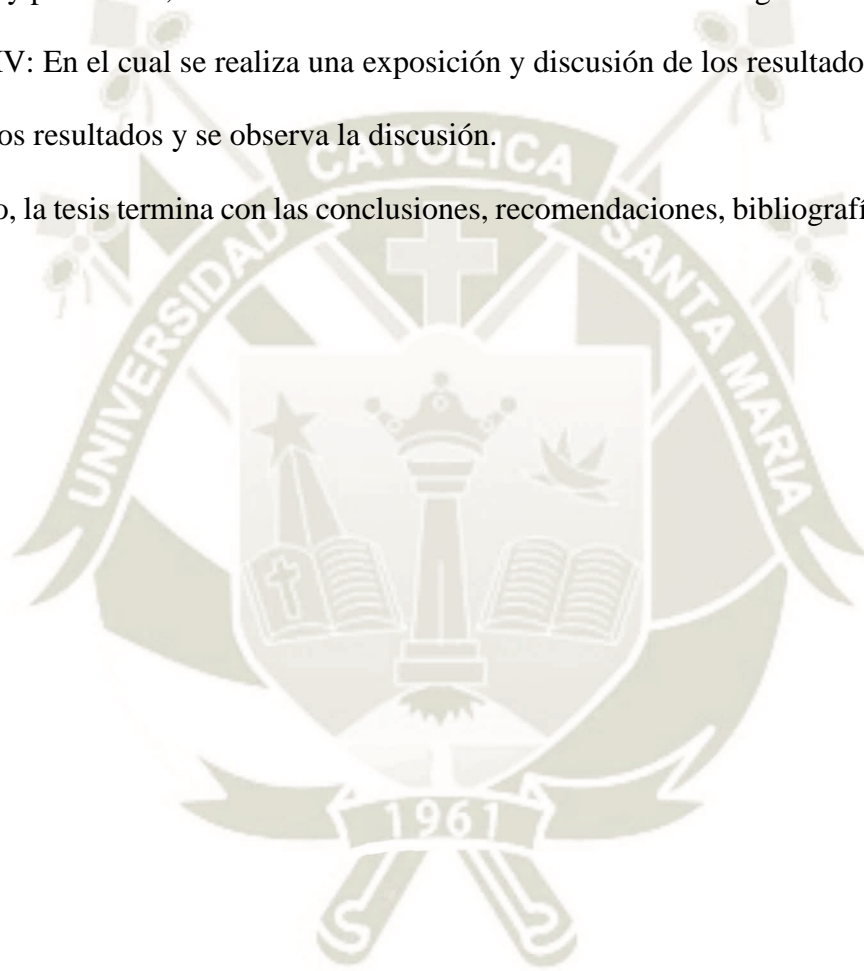
Capítulo I: En el cual se detallan los fundamentos teóricos, en los que se encuentra la descripción del problema, los objetivos y las hipótesis.

Capítulo II: En este apartado se detalla el marco teórico, en el que se encuentra los antecedentes y la base teórica.

Capítulo III: Donde se detalla la metodología de la investigación, en el que se encuentra el enfoque de investigación, el nivel de investigación, el diseño de la investigación, la población y muestra y por último, las técnicas fuentes e instrumentos de investigación.

Capítulo IV: En el cual se realiza una exposición y discusión de los resultados, en el cual se presenta los resultados y se observa la discusión.

Por último, la tesis termina con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.



ÍNDICE

DICTAMEN APROBATORIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

Capítulo I.....	1
1. Fundamento teórico.....	1
1.1 Descripción del Problema.....	1
1.2 Formulación del planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Problema General.....	3
1.2.2 Problema Específicos.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Justificación de Estudio.....	5
1.5 Campo, Área, y Línea.....	5
1.6 Hipótesis.....	6
1.6.1 Hipótesis General.....	6
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	6
1.7 Variables.....	8
1.7.1 Definición conceptual de la variable.....	8
1.7.2 Operacionalización de las variables.....	8
Capitulo II.....	9
2. Marco Teórico.....	9
2.1 Antecedentes.....	9
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	9
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	10
2.1.3 Antecedentes locales.....	13
2.2 Marco Conceptual.....	15
2.2.1 Comida rápida saludable.....	15

2.2.2	Estudio de Pre factibilidad	18
2.2.3	Viabilidad del proyecto	29
Capítulo III		36
3.	Metodología de la investigación.....	36
3.1	Método de investigación	36
3.2	Enfoque de investigación	36
3.3	Nivel de investigación.....	36
3.4	Diseño de investigación	36
3.5	Población y muestra	36
3.5.1	Población.....	36
3.5.2	Muestra.....	37
3.5.3	Técnica de muestreo.....	37
3.6	Técnicas fuentes e instrumentos de investigación.....	38
3.6.1	Técnica	38
3.6.2	Instrumento.....	39
3.6.3	Recolección de datos	39
Capítulo IV		40
4.	Exposición y Discusión de los Resultados	40
4.1	Presentación de resultados	40
4.1.1	Análisis de mercado	40
4.1.2	Análisis técnico	59
4.1.3	Análisis económico	65
4.1.4	Viabilidad o Evaluación económico	78
4.1.5	Viabilidad o evaluación legal.....	83
4.1.6	Viabilidad o evaluación ambiental.....	88
4.2	Contrastación de hipótesis.....	90
4.3	Discusión.....	92
Conclusiones.....		93
Recomendaciones		95
Referencia Bibliográfica.....		96
Anexos.....		100

Anexo 01: Plan de Tesis.....	101
Anexo 02: Matriz de consistencia	147
Anexo 03: Ficha de reclutamiento.....	148
Anexo 04: Guía de indagación	151
Anexo 05 Focus Group.....	153
Anexo 06: Encuesta.....	177
Anexo 07: Base de datos y Reporte del programa IBM SPSS	180
Anexo 08: Prima de riesgo del Mercado	194
Anexo 09: Tasa libre de riesgo.....	195
Anexo 10: Beta By Sector	196
Anexo 11: Tasa libre de riesgo USA.....	197

Índice De Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	8
Tabla 2: Distritos que conforman la población de estudio y su cantidad de habitantes mayores a 18 años	37
Tabla 3: Encuestas a realizar por distrito según su población.....	38
Tabla 4: Número de personas según su género	42
Tabla 5: Número de personas según su edad.....	42
Tabla 6: Número de personas según su distrito de procedencia.....	43
Tabla 7: Número de personas según su rango de ingreso familiar mensual.....	44
Tabla 8: Número de personas que cuentan con celular	45
Tabla 9: Número de personas que cuentan con servicios de internet.....	46
Tabla 10: Número de personas que conocen el concepto de comida rápida saludable	46
Tabla 11: N° de personas que piensan que la comida rápida saludable afecta la salud	47

Tabla 12: N° de personas que están dispuesto a adquirir comida saludable por delivery ...	48
Tabla 13: N°de personas que no consumirían comida rápida saludable por algún motivo.	49
Tabla 14: N°de personas que prefieren comida saludable.....	50
Tabla 15: N° de personas que realizan con frecuencia el pedido de delivery	51
Tabla 16: N° de personas que piden por delivery durante el día.....	52
Tabla 17: N°de personas que creen que es el medio más eficiente para difundir la oferta .	53
Tabla 18: N° de personas que afirman lo que debe resaltar en la comida saludable.....	54
Tabla 19: N° de personas que están dispuesto a pagar por la comida rápida saludable.....	55
Tabla 20: N° de personas que brindan su percepción del precio de S/12.00 por la comida	56
Tabla 21: N°de personan de intención de compra del servicio de delivery de comida saludable	57
Tabla 22: Proceso de producción y servicio en cocina.....	59
Tabla 23: Inversión inicial.....	65
Tabla 24: Inversión en capital de trabajo.....	67
Tabla 25: Costos del proyecto	70
Tabla 26: Financiamiento	72
Tabla 27: Cálculo del WACC.....	74
Tabla 28: Presupuesto de ventas.....	75
Tabla 29: Estado de resultados	76
Tabla 30: Estados de flujo financiera	76
Tabla 31: Flujo de caja económico.....	77
Tabla 32: Flujo de caja financiero	78
Tabla 33: Periodo de recuperación	79
Tabla 34: Ratios financieros	80

Tabla 35: Análisis de punto de equilibrio..... 81

Tabla 36: Beneficio Costo..... 81



Índice De Figuras

Figura 1: Comida balanceada	17
Figura 2: Número de personas según su genero	42
Figura 3: Numero de personal según su edad.....	43
Figura 4: Número de personas según su distrito de procedencia	44
Figura 5: Número de personas según su rango de ingreso familiar mensual	45
Figura 6: Número de personas que cuentan con celular.....	45
Figura 7: Número de personas que cuentan con servicios de internet.....	46
Figura 8: Personas que conocen el concepto de comida rápida saludable	47
Figura 9: personas que piensan que la comida rápida saludable afecta la salud	48
Figura 10: Personas que están dispuesto a adquirir comida saludable por delivery.....	49
Figura 11: Personas que no consumirían comida rápida saludable por delivery	50
Figura 12: Número de personas que prefieren comida saludable.....	51
Figura 13: N° Personas que realizan con frecuencia el pedido de delivery	52
Figura 14: Número de personas que piden por delivery durante el día.....	53
Figura 15: Personas que creen que es el medio más eficiente para difundir la oferta.....	54
Figura 16: Personas que afirman lo que debe resaltar en la comida saludable	55
Figura 17: Personas que están dispuesto a pagar el precio por la comida rápida saludable	56
Figura 18: N° de personas que brindan su percepción del precio de S/12.00 por la comida	57
Figura 19: Personan de intención de compra del servicio de delivery de comida saludable	58
Figura 20: Distribución de la cocina	61
Figura 21: Macro localización.....	62
Figura 22: Micro localización.....	63

Figura 23: Cadena de valor del negocio 64

Figura 24: Estructura organizacional de la empresa..... 64



Capítulo I

1. Fundamento teórico

1.1 Descripción del Problema

Arequipa como una de las ciudades más importantes del Perú viene creciendo demográficamente a un ritmo acelerado, esto debido a que muchas personas de otras regiones buscan mejorar su calidad de vida (Banco Central de Reserva del Perú sucursal Arequipa, 2021), consiguiendo mejores oportunidades laborales y profesionales. Tal situación no se supo controlar adecuadamente en años anteriores, mostrándonos el escenario actual que presenta la ciudad de Arequipa, en donde observamos mucho desorden demográfico apoyado principalmente por la informalidad.

Ante tal crecimiento poblacional, la demanda de transporte público y privado también ha visto afectada, su crecimiento ha hecho que sea complicado trasladarse de un lugar a otro, pero más allá de este problema, es que las personas están en constante riesgo cuando salen de sus hogares a realizar actividades propias arriesgando salud y bienestar. Por esa razón, en la actualidad, los servicios de delivery han tomado mayor protagonismo en muchas ciudades del Perú, teniendo muy buena aceptación en Arequipa y otras ciudades importantes del país, ya que al tener un alto crecimiento poblacional resulta más fácil y seguro para la población realizar sus pedidos vía teléfono o desde cualquier aplicativo.

Se sabe que muchas personas consumen comidas y bebidas no saludables que incluso están dentro del desayuno, almuerzo y/o cena, siendo conscientes del daño que se causa al organismo y a la salud en general como es el caso del consumo de

bebidas azucaradas y comida chatarra (El Poder del Consumidor, 2020), puede llevar a adquirir a largo plazo alguna enfermedad mortal.

Por la presencia de la pandemia COVID-19 se ordenó el cierre de los establecimientos que ofrecen comida, afectando negativamente a este sector y como una manera de reactivación económica se decidió que dichos establecimientos brinden su servicio a través del delivery y que demostraron ser una efectiva herramienta de abastecimiento contra la pandemia (Diario Oficial El Peruano, 2021).

Con la realidad que se está viviendo, se tiene la oportunidad de ofrecer el servicio de comida rápida saludable con entrega a través del delivery, ya que este tipo de servicio se utiliza para la entrega de cualquier producto según a la comodidad del cliente (Diario Oficial El Peruano, 2021).

1.2 Formulación del planteamiento del problema

1.2.1 Problema General

¿Mediante el estudio de pre-factibilidad será posible ver la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020?

1.2.2 Problema Específicos

PE1 ¿Cuál es el estado de la oferta y demanda para el producto de la empresa según el estudio de mercado?

PE2 ¿En qué lugar se localizará el sistema de producción que sea más factible para la empresa según el estudio técnico?

PE3 ¿Cuál es el estado del análisis económico – financiero del estudio de pre factibilidad de la empresa?

PE4 ¿Sera factible la viabilidad económico – financiero para el funcionamiento de la empresa?

PE5 ¿Sera factible la viabilidad legal para el funcionamiento de la empresa?

PE6 ¿Sera factible la viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar el estudio de pre-factibilidad para ver la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable, en la ciudad de Arequipa 2020.

1.3.2 Objetivos Específicos

OE1 Determinar la oferta y la demanda para el producto de la empresa según el estudio de mercado.

OE2 Identificar la localización del sistema de producción que sea más factible para la empresa según el estudio técnico.

OE3 Determinar el Analizar económico – financiero del estudio de pre factibilidad de la empresa.

OE4 Determinar la viabilidad económico – financiero para el funcionamiento de la empresa.

OE5 Determinar la viabilidad legal para el funcionamiento de la empresa.

OE6 Determinar la viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa.

1.4 **Justificación de Estudio**

Con el siguiente trabajo de investigación se pretendió estudiar y analizar el mercado de las personas que viven en la ciudad de Arequipa y posteriormente ver su viabilidad para poder llevar a cabo una inversión y ejecutar una empresa delivery de comida rápida saludable. Se debe de comprender que lo más importante es mantener un adecuado sistema de alimentación compuesto sobre todo de comida natural y no artificial para llevar una mejor calidad de vida.

Sobre todo, la alimentación sana facilita y promueve una vida futura menos propensa a las enfermedades que hoy afectan la salud de muchas personas.

1.5 **Campo, Área, y Línea**

Campo: Ciencias Sociales

Área: Ingeniería Comercial

Línea: Economía

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

Dado que los resultados obtenidos en el estudio de pre-factibilidad son favorables, entonces es probable la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020.

1.6.2 Hipótesis Específicas

HE1 Dado que el estado de la oferta y demanda para el producto de la empresa es favorable, es probable que el estudio de mercado sea factible.

HE2 Dado que el estudio técnico llevado a cabo, es probable que la localización del sistema de producción más factible para la empresa es el centro de la ciudad.

HE3 Dado que los resultados obtenidos en los estudios anteriores y al ordenamiento y sistematización de los recursos monetarios, es probable que el análisis económico – financiero del estudio de pre-factibilidad de la empresa sea factible.

HE4 Dado que la estimación y análisis que se llevaron a cabo para conocer la rentabilidad propia del proyecto, es probable que la viabilidad económico – financiero para el funcionamiento de la empresa sea factible.

HE5 Dado que se conocen las normativas legales llevadas por el gobierno, es probable que ciertas normas no afecten al funcionamiento del proyecto.

HE6 Dado que existen organismos nacionales que evalúan los impactos ambientales causados por los proyectos de inversión, es probable que la viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa sea factible.



- 1.7 Variables
- 1.7.1 Definición conceptual de la variable
- 1.7.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1:
Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores
Variable Independiente	Estudio de pre-factibilidad	Análisis de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • “Análisis de la oferta • Análisis de la demanda”
		Análisis técnico	<ul style="list-style-type: none"> • “Tamaño del proyecto • Localización del proyecto • Recursos técnicos y humanos” • “Determinación de los costos
Variable Dependiente	Viabilidad de una empresa delivery	Análisis económico financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo • Inversión • Financiamiento • Estados financieros”
		Viabilidad o evaluación económica	<ul style="list-style-type: none"> • “Relación beneficio – costo • Valor actual neto • Tasa interna de retorno • Periodo de recuperación de inversión • Índice de rentabilidad”
		Viabilidad Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto ambiental
		Viabilidad legal	<ul style="list-style-type: none"> • Trabas legales

Fuente: Elaboración propia

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

1. Tesis: Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Plan De Negocio Para Una Empresa De Servicio De Alimentación Móvil De Comida Rapida (Food Truck)

Autor: Jean Marchant Pastén

Año: 2019

Lugar de Investigación: Chile en la región Metropolitana

Resumen:

Marchant (2019), tesis “Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Plan De Negocio Para Una Empresa De Servicio De Alimentación Móvil De Comida Rapida (Food Truck)”, cuyo objetivo fue Creación de una empresa de servicios y venta de comida rápida móvil (Food Truck). Los resultados obtenidos son: Después de realizar un análisis financiero se pudo observar que el proyecto viable y rentable es con financiamiento de 75%, puesto que el proyecto tiene una tasa interna de retorno del 64,90% lo cual es bastante positivo”.

Conclusión:

Marchant (2019), muestra “Se tiene un VAN de 1075,33 UF lo que indica que se obtuvo un valor presente neto positivo. Adicionalmente es contundente para la evaluación del proyecto ver como desde el AÑO 2 se obtienen utilidades netas positivas que no solo permiten cubrir los costos de producción y gastos de ventas,

administrativos y financieros, sino que también aseguran el capital para las inversiones futuras”.

2. Tesis: Plan de negocios para una red de locales de comida rápida Saludable en Guadalajara, Jalisco, México

Autor: Luis Miguel Carrillo Carrillo

Año: 2016

Lugar de Investigación: México, ciudad de Guadalajara, Jalisco,

Resumen:

Carrillo (2016) tesis “Plan de negocios para una red de locales de comida rápida Saludable en Guadalajara, Jalisco, México”, cuyo objetivo fue evaluar la factibilidad técnica, económica y financiera de entrar a la industria de la comida rápida saludable. Los resultados son Después de realizar el análisis de mercado con 150 encuestas y varias entrevistas, se identifica como segmento objetivo a trabajadores(as) entre los 24 y 45 años de edad que busquen un mejor estilo de vida mediante la alimentación saludable”.

Conclusión:

Carrillo (2016), muestra “La evaluación económica, con una tasa de descuento de 29,8% y un horizonte de 5 años, arroja un VAN positivo de USD\$133.800 y una TIR de 49%, con una recuperación de la inversión en 1,27 años, por lo que se concluye que el proyecto es rentable”.

2.1.2 Antecedentes nacionales

1. Tesis: Plan De Negocios Para La Elaboración De Un Servicio Integral Nutricional De Comida Saludable Para Condominios Ubicados En El Distrito De Surco.

Autores: Renzo Díaz Dueñas, Daniel Huanca Leon, Ximena Solis Borra, Eduardo Tecserupay Silva.

Año: 2020

Lugar de Investigación: Lima distrito Miraflores, Surco, La Molina, San Borja.

Resumen:

Díaz, Huanca, Solis, & Tecserupay (2020) tesis “Plan De Negocios Para La Elaboración De Un Servicio Integral Nutricional De Comida Saludable Para Condominios Ubicados En El Distrito De Surco”, cuyo objetivo fue Evaluar la viabilidad comercial, operativa y económica de un plan de negocio que brindará un servicio integral nutricional que garantice la calidad, rapidez y buen servicio a personas del segmento B en un distrito de Lima moderna. Los resultados son de las encuestas que se realizaron, se pudo comprobar que un 11.7% está totalmente de acuerdo y un 47.5% está de acuerdo, lo que nos da un total del 59.2% de aprobación del público”.

Conclusión:

Díaz, Huanca, Solis, & Tecserupay (2020), muestra “La propuesta de negocios resulta económicamente viable, dando como resultado un VAN positivo y un TIR superior al costo de oportunidad de los socios”.

2. Tesis: Plan De Negocios De Comida Rápida Saludable En Lima Metropolitana 2016.

Autores: Gianina Pamela Cabrera Sipiran, Ivanna Nancy Pisfil Díaz

Año: 2018

Lugar de Investigación: Lima en el distrito de Santiago de Surco

Resumen:

Cabrera & Pisfil (2018) tesis “Plan De Negocios De Comida Rápida Saludable En Lima Metropolitana 2016”, cuyo objetivo fue Demostrar la viabilidad de implementar un fast food de comida saludable para personas que desean buscar una alternativa saludable. Los resultados obtenidos fueron la inversión preoperativa es de 157 632,80 soles, donde los 56 174,80 soles será financiado en 24 cuotas de 2814 soles mensuales. El plan de negocios a nivel económico: el VAN es positivo, por lo que el proyecto sería viable si se invierte sólo con recursos propios, además el TIR (492%) es mayor que el COK (22,51%) lo que generaría rentabilidad. El plan de negocio a nivel financiero: el VAN es positivo incluso mayor al VAN económico, lo que significa que conviene financiar el proyecto con recursos de terceros. Además Según los resultados de la Encuesta el 100% de los encuestados visitaban un fast food dos veces al mes como mínimo a pesar de que lo definen como “no saludable”. Del 100% de los encuestados; el 42,7% acuden a un fast food por falta de tiempo y consideran el concepto de fast food saludable como una alternativa interesante; el 30,6% acudiría 2 a 3 veces por semana y el 40,7% acudiría una vez a la semana; prefiriendo acudir en el horario del almuerzo y pagar 20 soles por ración personal. La intención de compra del concepto fast food saludable es de 95,6% de los Encuestados donde el 63.7% probablemente compraría nuestros productos, y el 31.9% definitivamente lo compraría”.

Conclusión:

Cabrera & Pisfil (2018) afirma: “ El proyecto si viable y dable según realizado el estudio de mercado y los estados financieros, por ser un proyecto innovador en el sector de la comida.

2.1.3 Antecedentes locales

1. Tesis: Plan De Negocios Para La Creación Y Desarrollo De Una Empresa De Comida Rápida Saludable En La Ciudad De Arequipa.

Autores: Jordy Estefanero Condori, Mary Carmen Mozo Uscamayta

Año: 2017

Lugar de Investigación: Arequipa

Resumen:

Estefanero & Mozo (2017), tesis “Plan De Negocios Para La Creación Y Desarrollo De Una Empresa De Comida Rápida Saludable En La Ciudad De Arequipa”, cuyo objetivo fue propuesta de la formulación del plan de negocios para la creación y funcionamiento de una empresa de comida rápida saludable. Los resultados fueron La inversión necesaria para poder llevar el proyecto es de 41,155.21 nuevos soles financiado por recursos propios en 60% y un financiamiento bancario de 40%, y su rentabilidad es evaluada según los indicadores VAN y TIR principalmente. Económicamente, el análisis proyecta un VAN positivo de S/21,581.00, y una TIR de 38%, A su vez, la evaluación financiera calcula un VAN de S/55.271, y una TIR de 106 %, mayor al costo financiero estimado en 70%”.

Conclusión:

Es viable en los aspectos técnico, económico, y financiamiento el proyecto del negocio para su apertura.

2. Tesis: Plan De Negocios: Creación De Una Empresa De Servicios Dedicada A La Preparación Y Delivery De Almuerzos Saludables Balanceados – Delivery Healthy Express.

Autores: Traisy Valdeiglesias Bellota, Zhenia Nailé Bellido Choque

Año: 2017

Lugar de Investigación: Arequipa Metropolitano

Resumen:

Valdeiglesias & Bellido (2017), tesis “Plan De Negocios: Creación De Una Empresa De Servicios Dedicada A La Preparación Y Delivery De Almuerzos Saludables Balanceados – Delivery Healthy Express, En Arequipa Metropolitana 2016”, cuyo objetivo fue Formular el Plan de negocios, para la creación de una empresa de servicios dedicada a la preparación y delivery de almuerzos saludables balanceados – Delivery Healthy Express. Los resultados obtenidos son Una vez analizados los datos se pudo demostrar la aceptación de los trabajadores de instituciones públicas y privadas ante tres escenarios posibles, el optimista se encuentra conformado por 60% que estaría dispuesto a contratar los servicios de almuerzos por delivery balanceados, el 35% tal vez lo haría esto debido a los atributos que tenga el almuerzo haciendo un total de 95% , contra un 5% que no lo haría, además los aspectos relacionado con el plan de inversión, de lo que se desprende un VAN de S/. 127,123.72 , un TIR de 82% , un Costo Beneficio de S/. 3.21 y un PRI de 1.21 que equivale a un año con 55 días”.

Conclusión:

Siendo los indicadores financieros favorables para la aceptación del proyecto, se concluye, que el proyecto si es viable y rentable.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Comida rápida saludable

2.2.1.1 Definición

Para Gonzalo (2020), afirma: “El fast food o comida rápida empezó con una oferta de bocadillos cargados de salsas, hamburguesas grasientas, pizzas con doble de queso, raciones gigantes de patatas fritas y de refrescos. Todo un despropósito a nivel de salud. Desde el sector sanitario se alertó de sus riesgos y la comida rápida quedó automáticamente asociada a comida no saludable”

Para Cabrera & Pisfil (2018), afirman: “Según la Asociación Española de Afectados por Linfoma, Mieloma y Leucemia de AEAL14, y que brinda información sobre alimentación saludable siendo el aporte a cada persona de los alimentos sanos y necesarios que van a cubrir sus necesidades alimenticias para brindarles salud y un buen funcionamiento del organismo. Los requerimientos nutricionales varían en la persona según su peso, edad, sexo, talla. La alimentación saludable dará un estilo de vida saludable al individuo, mediante una dieta balanceada, actividad física, evitar bebidas con alcohol y el tabaco”.

(p. 18)

Para Cabrera & Pisfil (2018), “La alimentación saludable debe tener las siguientes características:

- (i) Debe ser una alimentación completa (con todos los nutrientes necesarios).
- (ii) Debe ser equilibrada (que aporte todos los nutrientes necesarios para el organismo).
- (iii) Debe ser suficiente (lo adecuado para mantener el peso ideal normal).

(iv) Debe ser adaptada a la persona ya sea hombre, mujer, edad, talla, actividad física, etc. sin que hayan faltas o excesos.

(v) Debe ser variada (que contenga los alimentos de cada grupo alimenticio para garantizar todos los nutrientes necesarios para el organismo)". (p. 18)

2.2.1.2 Plato balanceado

Para Madariaga (2021), afirma: “Un plato balanceado es una forma de controlar las porciones de alimentos de una manera adecuada, haciendo un balance nutricional ideal para tener una buena alimentación en cada comida. No existe un alimento que contenga todos los nutrientes esenciales para nuestro organismo, ya que cada uno nos proporciona una nutrición especial. Por lo tanto, necesitamos la combinación de muchos de ellos en proporciones adecuadas para cubrir las necesidades básicas de nuestro organismo”.

Para Valdeiglesias & Bellido (2017), afirman: “Sabemos que una de las claves de la nutrición es moderar las porciones y balancear nuestros alimentos. A continuación se muestra la estructura de un plato balanceado”. (p. 28)



Figura 1: Comida balanceada
Fuente: (Valdeiglesias & Bellido, 2017, p.38)

Es importante tener en cuenta que las porciones varían según el tipo de persona por lo tanto se aconseja la opinión de un especialista en nutrición y conocer lo exacto para mantener una dieta balanceada.

2.2.1.3 Servicio delivery

Para Themse (2020), afirma: “Se trata de un servicio mediante el cual el restaurante distribuye los platos a domicilio. El restaurante mantiene la cocina en funcionamiento, los clientes hacen sus pedidos y los reciben en donde estén”

Para Valdeiglesias & Bellido (2017), afirman: “Delivery (reparto o entrega) es una actividad parte de la función logística que tiene por finalidad colocar bienes, servicios e información directo en el lugar de consumo (al cliente final)”.
(p. 38)

Para Cabrera & Pisfil (2018) mencionan: “Si bien es cierto no es un servicio que produce la comida, al día de hoy es muy usado para hacer los pedidos y continúa creciendo, este servicio se aplica cuando las personas viven a una cierta

distancia del comercio y no tiene la facilidad de salir a comprarlo directamente”.

(p. 45)

2.2.2 Estudio de Pre factibilidad

2.2.2.1 Definición

Para Quiroa (2020), “Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar”.

Para Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro (2017), Sostienen: “Este estudio se enfoca en la investigación a través de fuentes secundarias para estimar las inversiones probables los costos de operación y los ingresos que demandara el proyecto. Estas vienen a ser las variables independientes determinantes que combinadas presuponen la futura rentabilidad de inversionistas variable dependiente”. (p. 15)

Para Morales & Morales (2012), afirman: “El estudio de prefactibilidad se construye con información proveniente de fuentes secundarias de información, que aún no es demostrativa pero es útil para presentar un panorama de la inversión”. (p. 31)

Para Morales & Morales (2012), “Los elementos que contiene el estudio de prefactibilidad son los siguientes:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio administrativo.
- Estudio financiero”. (p. 31)

2.2.2.2 Análisis de mercado

Para Calla (2020), sostiene: “El análisis de mercado es una recopilación de datos sobre clientes, competidores, y el mercado en el que nos queremos desarrollar, en general, que servirá para su posterior estudio. Del análisis de estos datos se sacan otras informaciones como las tendencias del mercado, el posicionamiento de la empresa, del producto, etc”.

Para Viñán, Puente, Ávalos, & Cordova (2018), sostienen: “Al estudio de mercado se lo considera como la parte más importante del proyecto. Un buen estudio de mercado permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios: técnico, financiero y llevar a cabo una real evaluación del proyecto. De ahí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto”. (p. 19)

Para Morales & Morales (2015), afirman: “Su objetivo básico es estimar la cantidad de productos y/o servicios que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el proyecto de inversión”. (p. 33)

Para Morales & Morales (2012), “Las variables que se analizan y evalúan mediante el estudio de mercado son:

- I. Conocer las características de los productos y servicios que demanda el mercado.
- II. Identificar el mercado meta.
- III. Cuantificar la cantidad productos o servicios que se generarán.
- IV. Establecer el precio al que se debe vender el producto o servicio.
- V. Conocer la estación adecuada para generar los productos o servicios.
- VI. Fijar el lugar idóneo de producción y venta de los productos y/o servicios.

VII. Diseñar los canales de distribución de los productos y/o servicios.

VIII. Conocer las características de los competidores y de sus productos y/o servicios”. (p. 33)

2.2.2.2.1 Oferta

Para Viñán, Puente, Ávalos, & Cordova (2018), sostienen: “La oferta constituye las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y, en condiciones, de ofrecer al mercado en función de los diferentes niveles de precios, en un período de tiempo determinado”. (p. 36)

$$O = f(P)$$

Para Viñán, Puente, Ávalos, & Cordova (2018), “La ley de la oferta hace referencia a la relación directa entre los precios y cantidades. Para la proyección de la oferta se debe proveer la evolución de la oferta actual, formulando hipótesis sobre los factores que condicionarán la participación del proyecto en estudio de la oferta futura. Se debe tomar en cuenta:

- La utilización de la capacidad instalada ociosa de los proveedores actuales, analizando sus posibilidades de crecimiento.
- Los planes y proyectos de ampliación de la capacidad instalada.
- Examen de los datos previsibles sobre la evolución estructural y coyuntural de los datos endógenos y exógenos”. (p. 26)

2.2.2.2.2 Demanda

Para Castilla (2020), afirma: “La demanda, es la cantidad total de bienes y servicios disponibles necesarios para cubrir la necesidad real en el mercado libre”.

Para Sapag & Sapag (2016) sostienen: “El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto. De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor”. (p. 44)

Para Sapag & Sapag (2016), sostienen: “En términos generales, la cantidad demandada de un bien aumenta al bajar el precio del producto, al aumentar el precio de los bienes sustitutos o reducirse el de los complementarios, al aumentar el ingreso del consumidor y al aumentar las preferencias del consumidor por ese producto”. (p. 44)

2.2.2.3 Análisis técnico

Para López (2021), sostiene: “El análisis técnico es un tipo de análisis bursátil que estudia los movimientos de las cotizaciones a través de gráficos e indicadores basados en los precios de los activos”.

Para Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro (2017) sostienen: “El estudio técnico, independientemente del proyecto a realizar, permitirá definir la ubicación conveniente, analizando desde la macro y micro localización; el tamaño óptimo de producción, definiendo la capacidad instalada y a la capacidad utilizada; el proceso a realizar para disponer del producto o servicio que se quiera poner en el mercado; la materia prima necesaria para elaborar los costos de producción y la mano de obra directa necesaria para la producción, así como la necesidad de personal administrativo”. (p. 74)

Para Morales & Morales (2016) sostienen: “En esta etapa del proceso se debe determinar la mejor manera de generar los productos que el mercado demanda, es decir, establecer la viabilidad técnica de fabricar los productos y/o servicios. Las partes que integran un estudio técnico son:

- i. Localización de la planta productiva.
- ii. Tamaño de las instalaciones.
- iii. Distribución de los equipos y maquinaria en la planta productiva.
- iv. Establecimiento del proceso productivo.
- v. Selección y justificación de la maquinaria y equipo necesario para llevar a cabo la producción.
- vi. Determinación de las características del personal que operará la planta productiva.
- vii. Pruebas de control de calidad.
- viii. Plan de mantenimiento de los equipos y maquinaria.
- ix. Determinación de las áreas de trabajo.
- x. Flujos de proceso de los productos.
- xi. Manuales de procesos productivos.
- xii. Medidas de verificación de calidad de los productos y/o servicios”. (p. 33)

2.2.2.3.1 Localización del proyecto

Para Rodriguez (2021), detalla “La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social”.

Para Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro (2017), Afirman: “La localización se refiere a la seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles, produzcan al mayor nivel de beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes. La adecuada localización garantiza la minimización de los costos en la producción, tales como costo de transporte y producción, materia prima e insumos, entre otros”. (p. 74)

2.2.2.3.2 Tamaño del proyecto

Para Rodríguez (2021), detalla: “El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado”.

Para Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro (2017) Sostienen: “El tamaño óptimo del proyecto se refiere a la capacidad instalada de producción y la capacidad de utilización, técnicamente la capacidad es el máximo de unidades bienes y servicios que se pueden obtener de unas instalaciones productivas por una unidad de tiempo. Se entiende por tamaño óptimo aquel que permite obtener el costo unitario mínimo de producción, desde el punto de vista social o la maximización de las utilidades, desde el punto de vista privado”. (p. 78)

2.2.2.3.3 Recursos técnicos y humanos

Para Corvo (2021), afirma: “Los recursos técnicos, llamados también tecnológicos, son los utilizados como instrumentos y herramientas auxiliares para

poder coordinar los otros recursos de una empresa, como los sistemas de ventas, sistemas de producción, sistemas administrativos y financieros, etc., al igual que para patentes, fórmulas, etc”.

Según Baca (2013), nos dice “Que al conocer cuál va a ser el tamaño del proyecto, es necesario contar con el personal adecuado y suficiente para cubrir los puesto requeridos en la empresa, para conseguir esto se tiene que evaluar a cada persona y ver su desenvolvimiento en el proceso productivo”. (p. 108)

Para Baca (2013), “Para que las empresas funcionen adecuadamente, es necesario gestionar eficientemente todos los recursos disponibles que se necesita para la producción de un bien o servicio, estos recursos adquieren mayor relevancia debido a las exigencias actuales del mercado, las empresas requieren cierto profesionalismo y competencia en todos sus procesos productivos para generar ventajas competitivas y beneficios tanto para la empresa como para los propios consumidores”. (p. 108)

2.2.2.4 Análisis económico

Para Galán (2021), afirma “El análisis económico es la base del estudio teórico y académico de las economías. Su centro de investigación es el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora de tomar decisiones e interactuar con el resto de los agentes”.

Según Baca (2013), nos dice “La finalidad del análisis económico-financiero es ordenar y sistematizar los recursos monetarios obtenidos por la información de los estudios anteriores y trasladarlos a unos cuadros analíticos que nos servirán de apoyo para el análisis del proyecto”. (p. 170)

Para Baca (2013), afirma: “En esta tercera parte, es necesario la información obtenida en el análisis de mercado y análisis técnico, donde se analizan los montos económicos de todos los recursos necesarios para llevar a cabo las operaciones de un proyecto o empresa, como es la determinación de los costos, el capital de trabajo, la inversión total, el financiamiento, para luego trasladar esa información y representarla en los estados financieros y realizar la evaluación económica-financiera de la empresa”. (p. 170)

2.2.2.4.1 Determinación de costos

Según Calla (2020), afirma “La determinación de costos de los productos transferidos de un proceso a otro proceso o departamento, merma anormal e inventario final de productos en proceso, se determinan los métodos PEPS, UEPS, PROMEDIO. Generalmente se valúan a valores corrientes con base al método UEPS”.

Según Baca (2013), “Define al costo como el desembolso que realiza la empresa sea pecuniarios o no realizado en el pasado o costos perdidos, en el presente o inversión, en el futuro o costos posteriores o de manera virtual que hace referencia al costo de oportunidad”. (p. 171)

Según Baca (2013), “El costo viene a ser la entrega monetaria que la empresa destina para el funcionamiento de sus actividades de producción, dichas actividades están en constante consumo de recursos fijos y variables, por las que tiene que hacer uso de su presupuesto y destinarla a esos recursos productivos.

Tipos de costos:

a) Costos Fijos: son costos que no cambian con respecto a la producción. Por ejemplo: alquiler, sueldos, seguros.

b) Costos variables: son costos que cambian con respecto a la producción. Por ejemplo: servicios de agua y luz, materiales.

Entonces, decimos que la suma de los costos fijos y variables nos da los costos totales.

Clasificación de los costos:

a) Costos de fabricación: referido hacia aquellas actividades propias para la fabricación de un bien o servicio:

- Materiales e insumos.
- Mano de obra.
- Costo de fabricación indirecta.

b) Gastos operativos: son aquellos gastos necesarios para la continuidad de la empresa:

- Gastos administrativos
- Gastos de ventas y distribución
- Gastos financieros”. (p. 171)

2.2.2.4.2 Capital de Trabajo

Según Galán (2020), afirma “El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica”.

Según Baca (2013), define: “Como la resta del activo circulante con el pasivo circulante y funcionalmente, como el capital adicional con el que se tiene que contar para financiar el comienzo de las operaciones de una empresa o negocio.

Es la inversión requerida para mantener las operaciones de una empresa en el corto plazo, dicha inversión se reinvierte constantemente para asegurar la rentabilidad de la empresa”. (p. 170)

Según Baca (2013), “Contablemente viene a ser la diferencia positiva entre los activos circulantes y los pasivos circulantes, por lo tanto la empresa debe tener los fondos necesarios para la adquisición de materia prima, materiales, sueldos y otros costos fijos”. (p. 170)

2.2.2.4.3 Inversión

Para Viñán, Puente, Ávalos, & Cordova (2018), manifiestan: “Las inversiones son colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro sea esto traducido a un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a costo de adquisición”. (p. 57)

Para Viñán, Puente, Ávalos, & Cordova (2018), “Las inversiones de un proyecto se clasifican en fijas, intangibles y capital de trabajo.

Las inversiones fijas: se tomará en consideración a los activos cuya vida útil sea mayor a un año que sean utilizadas en el proceso productivo o que sirvan de apoyo a la actividad del proyecto , como por ejemplo, maquinaria, instalaciones industriales, terrenos, edificación, infraestructura de servicios, entre otros.

Las inversiones intangibles: representan los gastos pagados por anticipado, este tipo de inversiones son amortizables en un plazo no mayor a cinco años; dentro de estos rubros consideramos gastos de constitución, licencias, patentes.

El capital de trabajo: representa el activo circulante de una empresa para llevar a cabo las actividades del proyecto”. (p. 57)

2.2.2.4.4 **Financiamiento**

Para Viñán, Puentes, Ávalos, & Cordova (2018), indican: “Cual empresa puede ser financiada mediante inversiones (capital) o con recursos ajenos (Pasivos). Las fuentes de financiamiento, con recursos propios en sociedades anónimas, se traducen en acciones comunes y preferentes, mientras que el financiamiento con recursos ajenos puede provenir de préstamos bancarios. Los proyectos pueden tener varias alternativas de financiamiento entre las que destacan:

Fuentes internas: Dinero propio, utilidades no repartidas, venta de activos, depreciación.

Fuentes externas:

- Venta de acciones.
- Financiamiento a corto plazo: servicio de bancos y corporaciones
- Financiamiento a mediano plazo: créditos de fomento
- Financiamiento a largo plazo: Créditos de largo plazo”. (p. 69)

2.2.2.4.5 **Estados financieros**

Según Sevilla (2021), define: “Los estados financieros, también denominados cuentas anuales, informes financieros o estados contables, son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta. En los estados financieros se plasman las actividades económicas que se realizan en la empresa durante un determinado período”.

Según Baca (2013), hace referencia: “El estado financiero se debe de representar al activo es decir todo lo perteneciente a la empresa sea tangible e intangible; al pasivo que se refiere a las obligaciones que tenga la empresa o negocio y al capital que representa al dinero, los títulos y todo en posesión de los propietarios de la empresa”. (p. 188)

Según Baca (2013), “Conocido también como estado de pérdidas y ganancias, en donde se muestra para un periodo determinado de una empresa lo que fueron sus ingresos, ganancias, gastos y pérdidas contables. Para una buena elaboración de los estados financieros debemos tener bien en claro que significan o a qué están referidos los ingresos, ganancias, gastos y pérdidas, ya que algunas operaciones como ingresos y gastos son propias de la empresa, mientras que las ganancias y pérdidas no las son”. (p. 188)

2.2.3 Viabilidad del proyecto

2.2.3.1 Viabilidad o evaluación económica

Para ESAN (2020), afirma: “En el análisis económico se evalúan los costos y las ganancias de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo. Se asume que la realización de un proyecto ayudará al desarrollo de la economía y que su contribución social justifica el uso de los recursos que necesitará”.

Según Baca (2013), describe “En esta parte los procedimientos para tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo, para luego tomar sus delimitaciones y compararlos con aquellos procedimientos contables que no consideran el valor del dinero en el tiempo”. (p. 7)

Además, Baca (2013), Menciona: “Que se deben de tener en cuenta tres elementos importantes la variación del valor del dinero en el tiempo, la inflación

y la tasa de interés del financiamiento. Luego de culminar con el análisis económico-financiero se procede a estimar la evaluación económica-financiera, se va a analizar la rentabilidad propia del proyecto, con financiamiento como sin financiamiento, por lo que va a ser necesario emplear cinco indicadores los cuales son: relación beneficio-costo, valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de Recuperación de la inversión y el índice de rentabilidad. Consiguiendo todos estos resultados se determinará la factibilidad y rentabilidad del proyecto”. (p. 206)

2.2.3.1.1 Relación beneficio-costo: (B/C)

Según Vásquez (2021), afirma: “El análisis coste/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta. Este concepto se desarrolla en el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como son las operaciones en Bolsa”.

Según Baca (2013), Afirma: “Es la división entre el valor presente de los flujos netos y la inversión inicial de un proyecto. Dependiendo del caso podemos obtener el valor presente de los flujos netos mediante el interés compuesto o la aplicación de anualidades.

Si el resultado de la división (B/N) es mayor a 1, se acepta el proyecto, pero si el resultado es menor a 1, no se acepta el proyecto”. (p. 206)

2.2.3.1.2 Valor presente neto: (VAN)

Para ESAN (2021), afirma: “El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir

los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable”.

“El VAN es valor actual neto representa la verdadera contribución económica del proyecto. Según las alternativas de inversión sean buenas, malas o indiferentes (al menos financieramente), el mismo podrá ser positivo, negativo o igual a cero”.

(Fraile, Preve, & Sarria, 2013, p. 75)

Para Baca (2013), consiste: “En llevar todos los flujos de caja al presente, dado a una tasa de descuento, luego a la suma total de esos flujos se le resta la inversión inicial, con la intención de saber si se va a ganar o perder en un proyecto. Es decir:

- Si el VPN > 0 , se acepta el proyecto, caso contrario
- Si el VPN < 0 , el proyecto deja de ser atractivo y
- Si el VPN $= 0$ se podía invertir o no en dicho proyecto”. (p. 206)

2.2.3.1.3 Tasa interna de retorno: (TIR)

Según Sevilla (2021), señala: “La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”.

Según Baca (2013), sostiene: “Es aquella tasa de rendimiento que hace que el VPN sea igual a cero, entonces la TIR es igual a la tasa de descuento, es decir, lo mínimo que se espera del proyecto es justamente lo que va a dar en el futuro dicho proyecto.

- Tasa de descuento $>$ TIR se generan pérdidas.

- Tasa de descuento = TIR se recupera la inversión.
- Tasa de descuento < TIR se generan ganancias.

Se presentan problemas con la TIR cuando los flujos de caja son distintos entre positivos y negativos, para tales casos es recomendable el uso del VPN.” (p.206)

2.2.3.1.4 Periodo de recuperación de la inversión:

Según Velayos (2021), sostiene: “El payback o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones”.

Según Baca (2013), sostiene: “Es el tiempo requerido para la recuperación de la inversión inicial de un proyecto, lo que se quiere es recuperar la inversión en el menor tiempo posible con respecto a la vida útil del proyecto. Este indicador se obtiene dividiendo la inversión inicial entre la suma de los flujos de caja”. (p. 206)

Según Baca (2013), “La desventaja de este método es que no toma el valor del dinero en el tiempo, por lo que no es recomendable aplicarlo cuando se evalúan proyectos de inversión con larga duración, para eso es preferible aplicar los otros indicadores como la TIR y VPN, que son los más usados, otro problema que presenta es que no toma en cuenta los flujos de caja que se generan después del tiempo de recuperación”. (p.206)

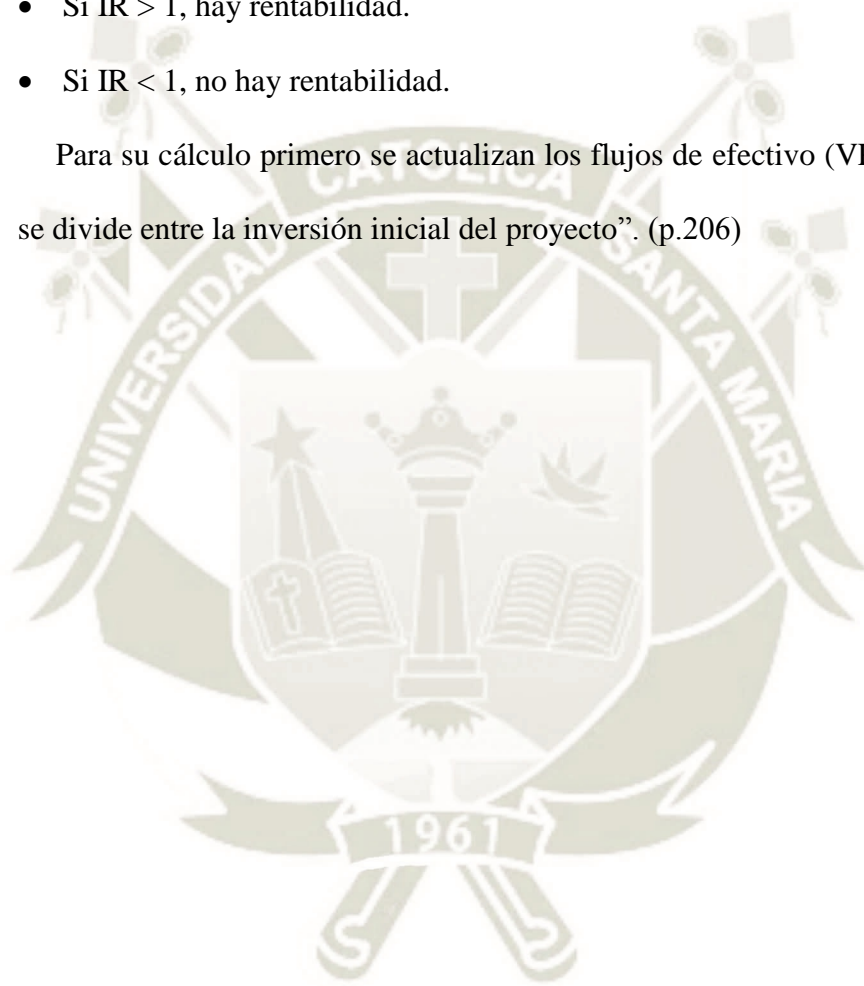
2.2.3.1.5 Índice de rentabilidad:

Según (Corvo, Liferder, 2021): afirma: “Índice de la rentabilidad de una inversión, como relación entre los futuros flujos de caja actualizados y el valor de la propia inversión. El índice más utilizado es la tasa interna de rentabilidad (TIR)”.

Para Baca (2013), sostiene: “Este indicador nos calcula la cuantía en que aumenta la inversión de un proyecto por cada unidad monetaria invertida, por lo general se usa para comparar y medir la rentabilidad de varios proyectos y elegir el de mayor rendimiento.

- Si $IR > 1$, hay rentabilidad.
- Si $IR < 1$, no hay rentabilidad.

Para su cálculo primero se actualizan los flujos de efectivo (VPN) y todo eso se divide entre la inversión inicial del proyecto”. (p.206)



2.2.3.2 Viabilidad o evaluación ambiental

El ministerio del ambiente MINAM (2021): describe: “la viabilidad ambiental constituye un proceso sistemático, activo y participativo que tiene como finalidad internalizar la variable ambiental en las propuestas de políticas, planes y programas de desarrollo que formulen las instituciones del Estado, usándola como una herramienta preventiva de gestión ambiental en los niveles de decisión que correspondan”.

En la guía de SNIP (2014), describe: “Los PIP pueden generar impactos positivos o negativos sobre el ambiente, que se traducen en externalidades positivas o negativas que pueden influir en la selección de alternativas de localización, tecnología y, por consiguiente, en su rentabilidad social.

Para evaluarlos existe el Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental (SEIA), que tiene por objeto la identificación, la prevención, la supervisión, el control y la corrección anticipada de los impactos ambientales derivados de proyectos de inversión, tanto públicos como privados.

En el SEIA, se define la evaluación de impacto ambiental como un proceso participativo, técnico-administrativo, destinado a prevenir, minimizar, corregir y/o mitigar e informar acerca de los potenciales efectos negativos que pudieran derivarse, entre otros, de los PIP”. (p. 242-243)

2.2.3.3 Viabilidad o evaluación legal

Según Rus (2020), afirma: “La factibilidad legal realiza un análisis y evaluación de un proyecto para confirmar que cumpla con los requisitos jurídicos necesarios para su funcionamiento”.

Para Dorado (2018), sostiene: “El análisis de esta viabilidad busca principalmente determinar la existencia de alguna restricción legal a la realización del proyecto de inversión, como así también el estudio de los aspectos legales en la viabilidad económica pretende determinar como la normatividad corriente afecta el monto de beneficios y costos de un proyecto que ya demostró su viabilidad legal”. (p.26)



Capítulo III

3. Metodología de la investigación

3.1 Método de investigación

El método que se siguió en este trabajo de investigación es Aplicada, porque este método aplica los conocimientos obtenidos en las investigaciones básica para pretender dar solución a un problema que afecta a un individuo, objetos, otros.

3.2 Enfoque de investigación

Es una investigación cuantitativa según Hernández (2018), “Porque los indicadores se definen en referentes empíricos, representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio porque tiene la necesidad de medir y probar el problema de investigación en su tratado de datos se realiza el análisis estadístico (p. 4).

3.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo explicativo Según Hernández (2018), afirma:” Este tipo de estudios pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.” (p.95)

3.4 Diseño de investigación

Diseño no experimental

Tipo de diseño

Sección Transversal

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Se tomó en cuenta a nueve distritos de la ciudad de Arequipa que concentran la mayor cantidad de personas, como se presenta en la siguiente tabla N°2.

Tabla 2:

Distritos que conforman la población de estudio y su cantidad de habitantes mayores a 18 años

Distrito	Población 2017 mayores a 18 años
Alto selva Alegre	36,558
Arequipa	22,636
Cayma	38,939
Cerro Colorado	84,803
Jacobo Hunter	21,526
José Luis Bustamante y Rivero	34,789
Mariano Melgar	25,274
Paucarpata	56,646
Yanahuara	10,551
Total	331,731

Fuente: Elaboración propia en base al INEI 2017

3.5.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra de estudio se utilizó la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

Z= Nivel de Confianza (95%).

N= Tamaño de la población.

P= Probabilidad de éxito.

Q= Probabilidad de fracaso.

E= Error

$$n = \frac{1.95^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 331,731}{0.05^2 \times (331,731 - 1) + 1.95^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 384 encuestas

3.5.3 Técnica de muestreo

La técnica de muestreo es probabilístico aleatorio y estratificado por lo tanto se obtuvieron las siguientes encuestas a realizar para cada distrito según su cantidad de población.

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

Donde:

N_i : Población del estrato

n_i : Muestra del estrato

n : Muestra general

N : Población total

$$n_i = \frac{384 * 36,558}{331,731} = 42$$

Tabla 3:
Encuestas a realizar por distrito según su población

Distrito	N° de Encuestas
Alto selva Alegre	42
Arequipa	26
Cayma	46
Cerro Colorado	98
Jacobo Hunter	25
José Luis Bustamante y Rivero	40
Mariano Melgar	29
Paucarpata	66
Yanahuara	12
Total	384 encuestas

Fuente: Elaboración propia

3.6 Técnicas fuentes e instrumentos de investigación

3.6.1 Técnica

Según Charaja (2011), Afirma “Que las técnicas de investigación son procedimientos que se debe cumplir para recoger los datos requeridos con la finalidad de comprobar la hipótesis o probar la posición que hemos asumido cuando nos planteamos un problema de investigación” (p. 311).

La técnica que se utilizó para la recolección de datos para este trabajo de investigación fue la Técnica del cuestionario.

3.6.2 Instrumento

Según Charaja (2011), afirma:” Los instrumentos son aquellos medios que nos permiten registrar los datos que observamos en las técnicas de investigación” (p. 318).

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos de este trabajo de investigación es el cuestionario de preguntas con una valoración de escala de Likert elaborado por el tesista el cual sirvió para el estudio de mercado.

3.6.3 Recolección de datos

Para la recolección de la información de datos se procedió a realizar una encuesta para el estudio de mercado a 384 pobladores que tenían las edades mayores a 18 años, esto se realizó en nuestra zona de estudio que fueron los distritos de Alto selva Alegre, Arequipa, Cayma, Cerro Colorado, Jacobo Hunter, José Luis Bustamante y Rivero, Mariano Melgar, Paucarpata, Yanahuara. Posteriormente se procesó la información en gabinete con el programa estadístico IBM SPSS para la tabulación de la información de las encuestas y para finalmente obtener los estados financieros del proyecto de la empresa y así ver si es viable o no el proyecto.

Capítulo IV

4. Exposición y Discusión de los Resultados

4.1 Presentación de resultados

4.1.1 Análisis de mercado

4.1.1.1 Descripción del servicio

El proyecto contempla el servicio de comida saludable con entrega a través del delivery por lo que los diferentes platos a entregar contienen: (a) un plato de segundo, (b) un plato de ensalada y (c) 1 litro de refresco natural; el plato de segundo al igual que el de ensalada serán servidos en un táper biodegradable a base de papel, el refresco se servirá en una botella de plástico el cual puede ser reutilizado. La ensalada vendrá acompañada de sal, pimienta, vinagre y aceite de oliva. Los platos serán envueltos en una bolsa biodegradable que será debidamente desinfectada y transportada al lugar de destino donde el cliente recibirá la comida y procederá a realizar el pago por el servicio cumpliendo los protocolos Covid-19.

4.1.1.2 Selección del segmento de mercado

Kotler y Armstrong (2013) refieren “Que a través de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas” (p. 165)

“Por lo que se tuvo dos criterios de segmentación: (a) geográfica y (b) demográfica.

Segmentación geográfica: El estudio consideró los distritos con mayor población en Arequipa, donde viven el 78% de los ciudadanos”. (Hanco, 2018),

los cuales son:

- Alto Selva Alegre
- Arequipa
- Cayma
- Cerro Colorado
- Jacobo Hunter
- José Luis Bustamante y Rivero
- Mariano Melgar
- Paucarpata
- Yanahuara

Segmentación demográfica: La tesis contempló a personas mayores de 18 años de edad por que las personas menores de edad todavía son dependientes de un responsable legal quienes son responsables del tipo de alimentación del menor.

4.1.1.3 Análisis de la encuesta

Pregunta N°1 ¿Cuál es tu género?

Tabla 4:

Número de personas según su género

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	192	50.00	50.00
Femenino	192	50.00	100.00
Total	384	100.00	

Fuente: Elaboración Propia en base a resultados al programa IBM SPSS

En la tabla N°4 se observa que del total de encuestados de 384 personal el 50% son varones y el 50% son mujeres.

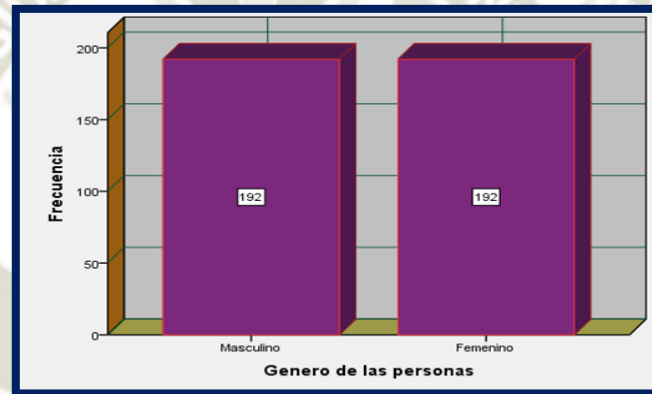


Figura 2: Número de personas según su género
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°2 ¿Cuál es tu rango de edad?

Tabla 5:

Número de personas según su edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
18 - 24	96	25.00	25.00
25 - 34	96	25.00	50.00
35 - 54	96	25.00	75.00
54 - a más	96	25.00	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°5 se observa que del total de encuestados de 384 personal todos tienen una representación del 25% en sus respectivos rangos de edad.

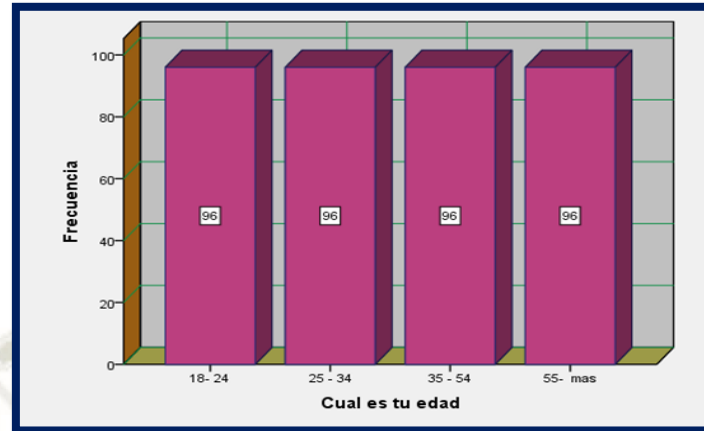


Figura 3: Numero de personal según su edad
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°3 ¿Cuál es su distrito de residencia?

Tabla 6:
Número de personas según su distrito de procedencia

Residencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto Selva Alegre	42	10.90	10.90
Arequipa	26	6.80	17.70
Cayma	46	12.00	29.70
Cerro Colorado	98	25.50	55.20
Jacobo Hunter	25	6.50	61.70
José Luis Bustamante y Rivero	40	10.40	72.10
Mariano Melgar	29	7,60	79.70
Paucarpata	66	17.20	96.90
Yanahuara	12	3.1	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°6 se observa que del total de encuestados de 384 personal la mayoría provienen del distrito de Cerro Colorado con un 25.50% y con menor procedencia de las personas se encuentra Yanahuara con un porcentaje de 3.1%.

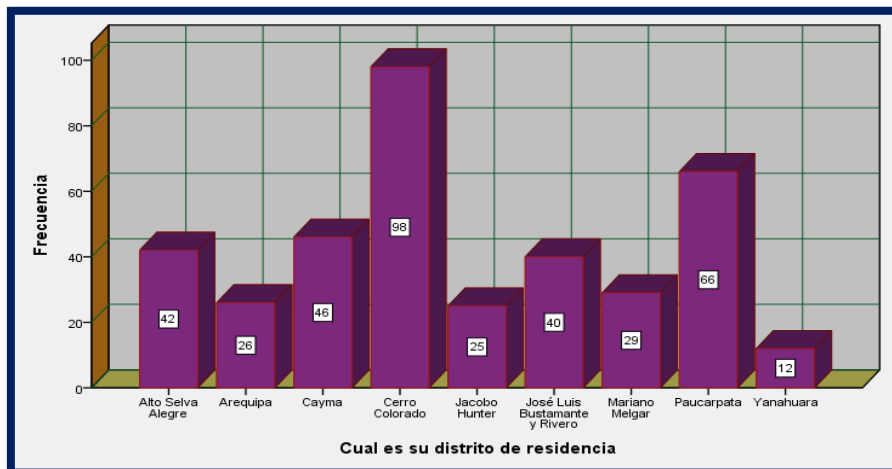


Figura 4: Número de personas según su distrito de procedencia
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°4 ¿Cuánto es el ingreso familiar mensual?

Tabla 7:
Número de personas según su rango de ingreso familiar mensual

Ingreso familiar mensual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
S/ 0.00 – S/ 3000.00	19	4.90	4.90
S/ 3001.00 – S/ 4500.00	92	24.00	28.90
S/ 4501.00 – S/ 5500.00	123	32.00	60.90
S/ 5501.00 – S/ 6500.00	92	24.00	84.90
S/ 6501.00 a más	58	15.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°7 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el ingreso familiar mensual más alto es de S/.4501.00 a S/.5500.00 que representa un 32% del total de encuestados, pero el menor ingreso familiar mensual es de S/.0.00 a S/.3000.00 que representa un 4.90% del total de encuestados.

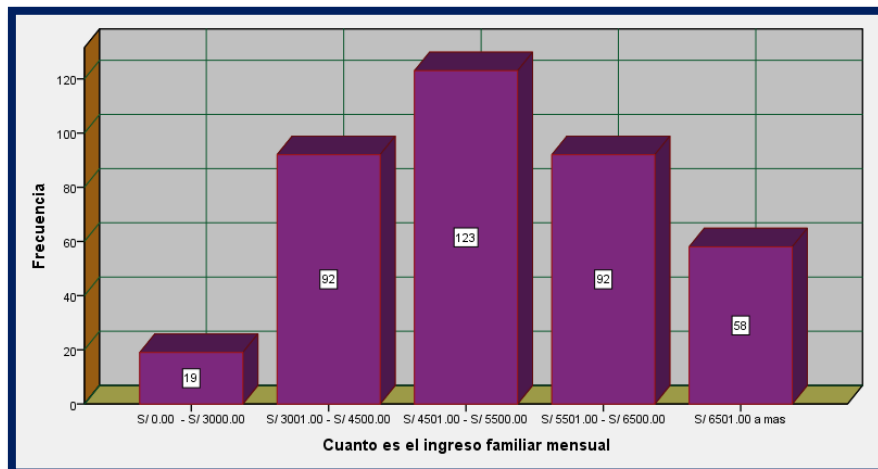


Figura 5: Número de personas según su rango de ingreso familiar mensual
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°5 ¿Cuenta usted con equipo celular?

Tabla 8:
Número de personas que cuentan con celular

Tiene Celular	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	384	100.00	100.00
No	0	0.00	
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°8 se observa que del total de encuestados de 384 personal todos tienen celular que representa al 100%.

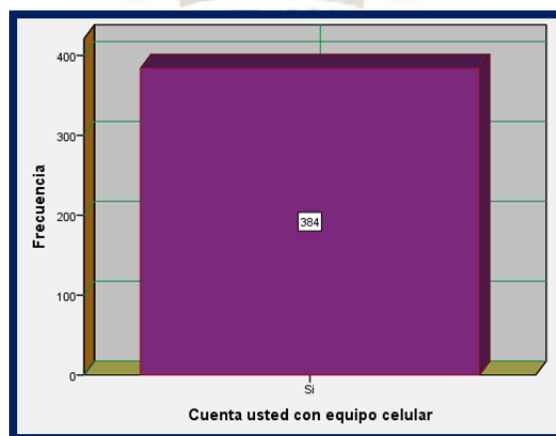


Figura 6: Número de personas que cuentan con celular
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°6 ¿Cuenta en su hogar con servicios de internet?

Tabla 9:
Número de personas que cuentan con servicios de internet

Servicio de internet	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si Eventualmente	69	18.00	18.00
Si Permanentemente	315	82.00	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°9 se observa que del total de encuestados de 384 personas afirman que si tienen internet eventualmente el 18%, pero el 82% afirman que si tienen permanentemente.

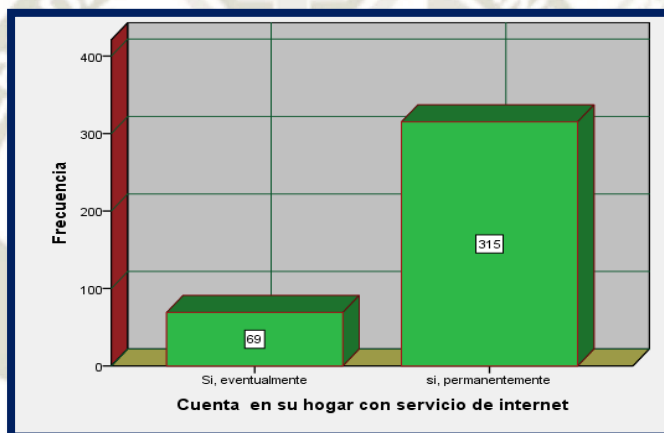


Figura 7: Número de personas que cuentan con servicios de internet
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°7 ¿Conoce el concepto de comida rápida saludable?

Tabla 10:
Número de personas que conocen el concepto de comida rápida saludable

Concepto de comida	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	307	79.9	79.9
No	77	20.1	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°10 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 79.9% si conocen el concepto de comida rápida saludable, y el 20% no conocen el concepto de comida rápida saludable.

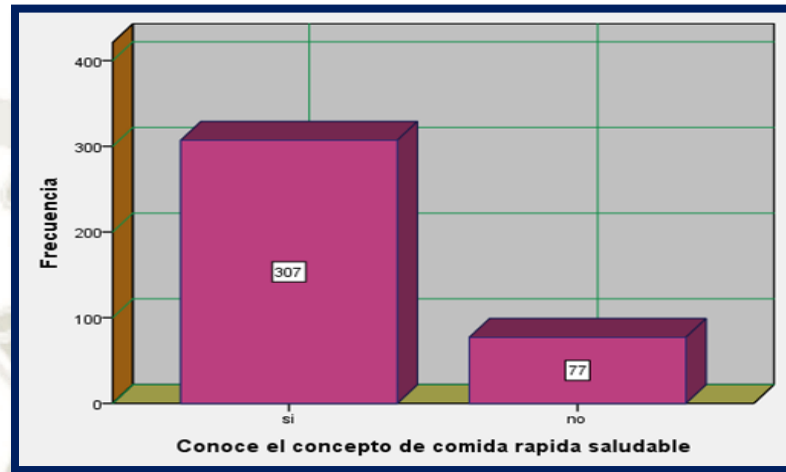


Figura 8: Personas que conocen el concepto de comida rápida saludable
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°8 ¿Piensa que la comida rápida saludable afecta la salud?

Tabla 11:

N° de personas que piensan que la comida rápida saludable afecta la salud

Afecta la salud la comida rápida saludable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No	384	100.00	100.00
Si	0	0.00	
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°11 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 100% afirman que la comida rápida saludable no afecta la salud.

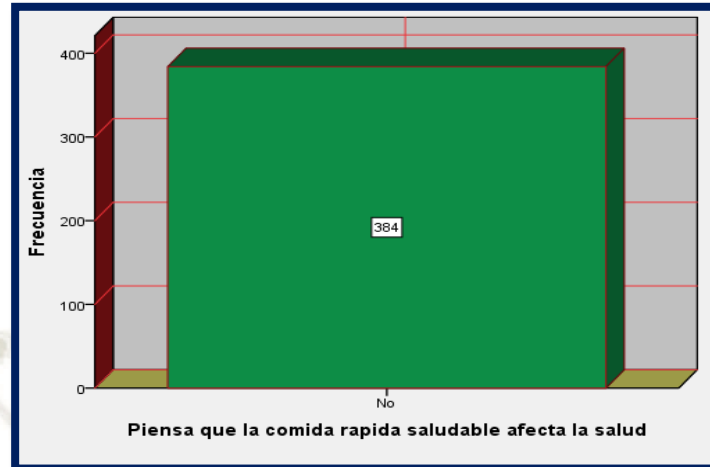


Figura 9: personas que piensan que la comida rápida saludable afecta la salud
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°9 ¿Está usted dispuesto a adquirir comida rápida saludable por delivery?

Tabla 12:
N° de personas que están dispuesto a adquirir comida saludable por delivery

Adquiriría comida rápida saludable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	377	98.2	98.2
No	7	1.8	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°12 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 98.2% afirman que si adquirirían comida rápida saludable por delivery, pero solo un 1.8% afirma que no adquiriría comida rápida saludable por delivery.



Figura 10: Personas que están dispuesto a adquirir comida saludable por delivery
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°10 ¿Por qué motivo usted no consumiría comida rápida saludable por delivery?

Tabla 13:
N°de personas que no consumirían comida rápida saludable por algún motivo

Porque no consumiría comida saludable por delivery	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Falta de tiempo	19	4.90	4.90
Precio	92	24.00	28.90
Falta de variedad de platos	123	32.00	60.90
El sabor no es el adecuado	92	24.00	84.90
No conoce a una empresa que preste el servicio	58	15.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°13 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 32.00% afirman que no consumirían comida rápida saludable por delivery por motivo de falta de variedad de platos para consumir, seguidamente de 24% por precio, pero solo un 4.90% afirma que no consumiría comida rápida saludable por delivery a falta de tiempo.

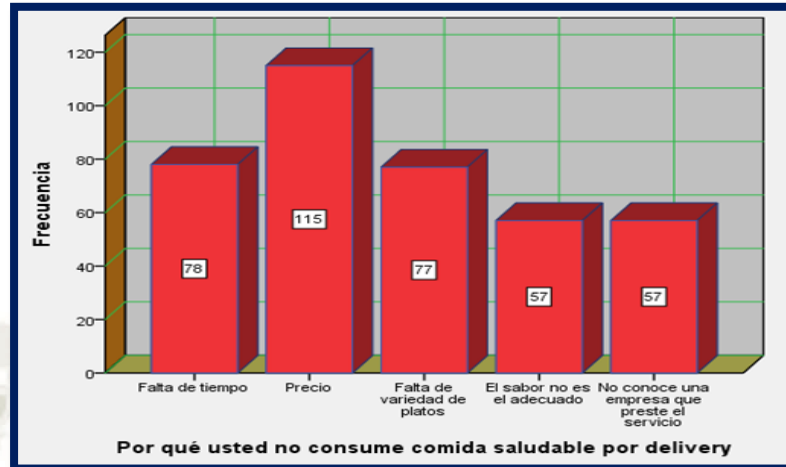


Figura 11: Personas que no consumirían comida rápida saludable por delivery
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N° 11 ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Tabla 14:
N° de personas que prefieren comida saludable

Preferencia por la comida saludable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Media preferencia	157	40.90	40.90
Alta preferencia	127	33.10	74.00
Demasiada preferencia	100	26.00	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°14 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 40.90% afirman que tienen preferencia por la comida saludable, seguidamente de 33.10% que tienen alta preferencia y un 26% que tienen demasiada preferencia por la comida saludable.

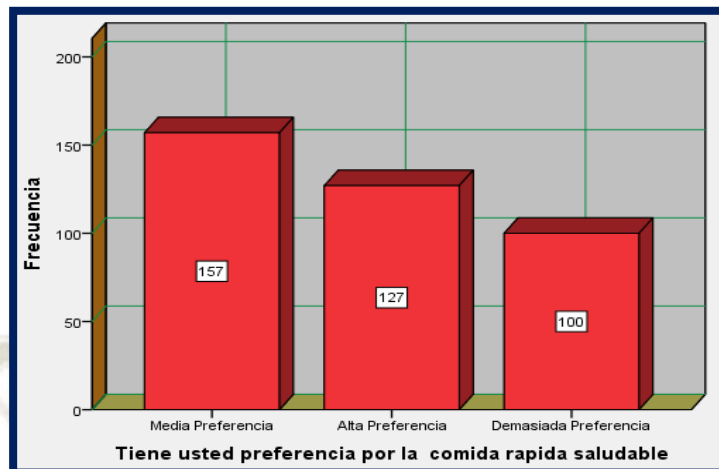


Figura 12: Número de personas que prefieren comida saludable
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°12 ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Tabla 15:
N° de personas que realizan con frecuencia el pedido de delivery

Frecuencia de pedido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1 a 2 veces por semana	156	40.60	40.60
De 3 a 4 veces por semana	170	44.30	84.90
De 5 a 6 veces por semana	46	12.00	96.90
De 1 vez al mes	12	3.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°15 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 44.30% afirman que sí realizan pedidos por delivery de 3 a 4 veces por semana, pero un 3.10% afirman que solo realizan 1 vez al mes un pedido por delivery.

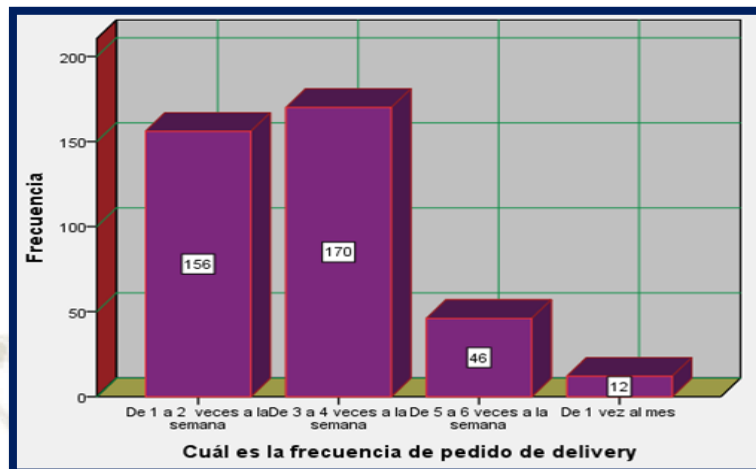


Figura 13: N° Personas que realizan con frecuencia el pedido de delivery
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°13 ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Tabla 16:
N° de personas que piden por delivery durante el día

Que comida pide por delivery	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Desayuno	19	4.90	4.90
Almuerzo	142	37.00	41.90
Cena	223	58.00	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°16 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 58% de personas afirman que piden comida por delivery en la cena, pero un 4.90% de personas afirman que piden comida por delivery en el desayuno.

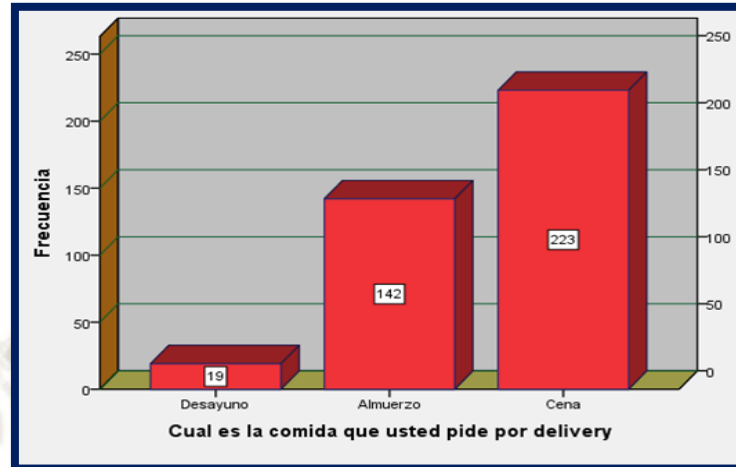


Figura 14: Número de personas que piden por delivery durante el día
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°14 ¿Por qué medios a usted cree más efectivo difundir la oferta para la comida rápida saludable por delivery?

Tabla 17:

N°de personas que creen que es el medio más eficiente para difundir la oferta

Porque medios le gustaría la Publicidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	19	4.90	4.90
Tv	12	3.10	8.10
Redes sociales	146	38.00	46.10
Páginas web	199	51.80	97.90
Folleteria	8	2.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°17 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 51.80% de personas afirman que el medio más eficiente para difundir la oferta es la página web, seguidamente de las redes sociales con un 38%.

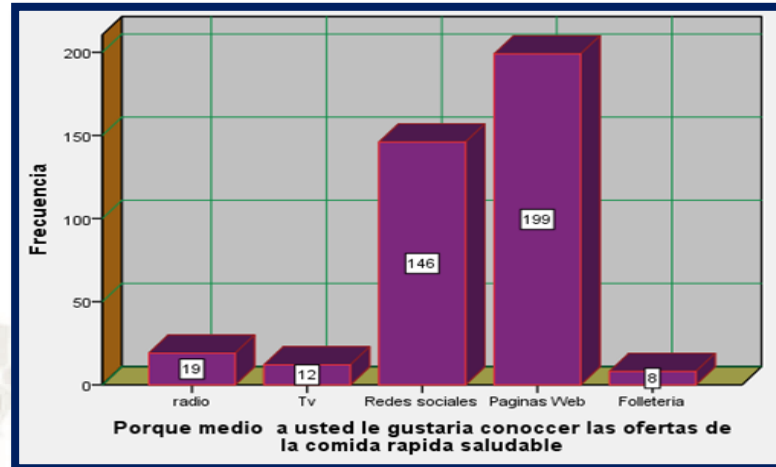


Figura 15: Personas que creen que es el medio más eficiente para difundir la oferta
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°15 ¿En su opinión que debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery?

Tabla 18:

N° de personas que afirman lo que debe resaltar en la comida saludable

Que debe resaltar en la Publicidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Precios por ocasión	61	15.9	15.90
Cuidado de la salud	150	39.10	54.90
Rapidez en la entrega del servicio	173	45.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°18 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 45.10% de personas resaltan la rapidez de la entrega del servicio, seguidamente del cuidado de la salud con un 39,10%.

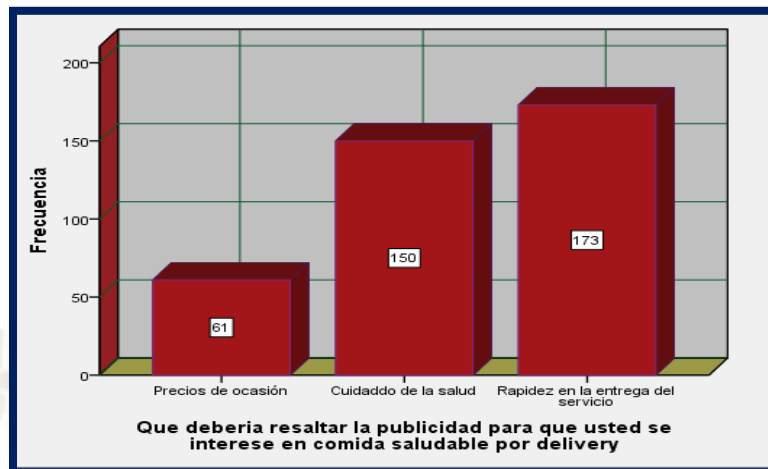


Figura 16: Personas que afirman lo que debe resaltar en la comida saludable
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°16 ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de comida saludable a delivery?

Tabla 19:

N° de personas que están dispuesto a pagar por la comida rápida saludable

Precio que usted está dispuesto a pagar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
S/ 7.00 – S/ 9.00	200	52.10	52.10
S/ 9.50 – S/ 11.00	122	31.80	83.90
S/ 11.50 – S/ 14.00	47	12.20	96.10
Más de S/ 14.50	15	3.90	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°19 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 52.10% de personas afirman que están dispuesto a pagar por la comida rápida saludable por delivery la suma de S/7.00 a S/9.00 soles, seguidamente de un 31.80% está dispuesto a pagar la suma de S/9.50 a S/11.00 soles.

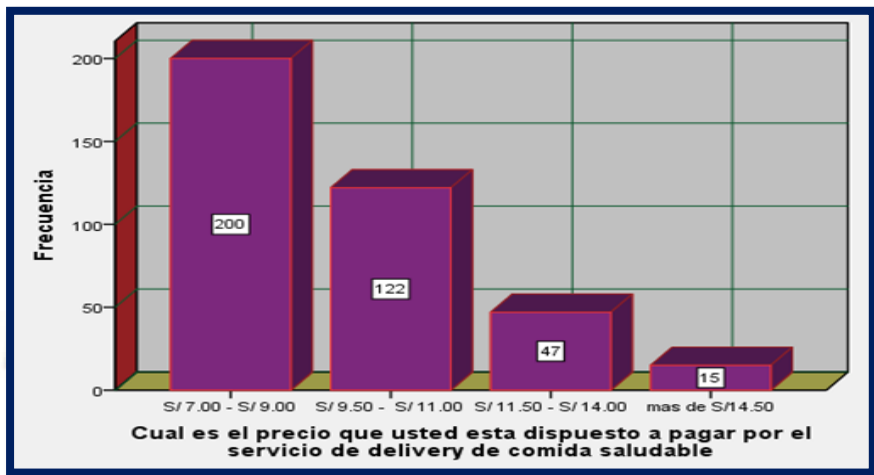


Figura 17: Personas que están dispuesto a pagar el precio por la comida rápida saludable
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°17 ¿El precio de venta de S/ 12.00 para un servicio de comida saludable por delivery que le parece?

Tabla 20:
N° de personas que brindan su percepción del precio de S/12.00 por la comida

Precio de venta de S/ 12.00	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco atractivo	23	6.00	6.00
Regular	50	13.00	19.00
Atractivo	138	35.90	54.90
Altamente atractivo	173	45.10	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°20 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 45.10% de personas afirman que el precio de S/12.00 soles por la comida saludable es altamente atractivo, seguidamente de un 35.90% que le parece atractivo el precio fijado.

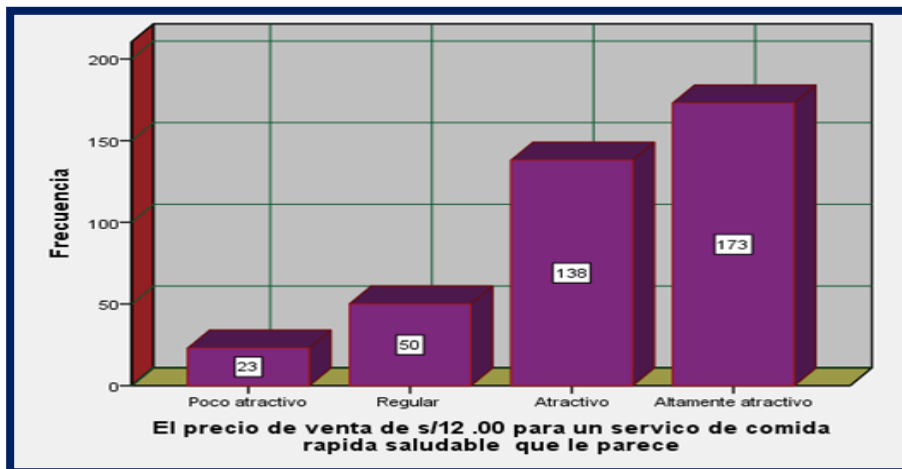


Figura 18: N° de personas que brindan su percepción del precio de S/12.00 por la comida
Elaboración Propia según resultados SPSS

Pregunta N°18 ¿Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida saludable lo compraría?

Tabla 21:
N°de personan de intención de compra del servicio de delivery de comida saludable

Calificación de su intención de compra	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	9.90	9.90
De acuerdo	81	21.10	31.00
Muy de acuerdo	265	69.00	100.00
Total	384	100.00	

Elaboración Propia según resultados SPSS

En la tabla N°21 se observa que, del total de encuestados de 384 personas, el 69.00% de personas afirman que la calificación de intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable es muy de acuerdo.

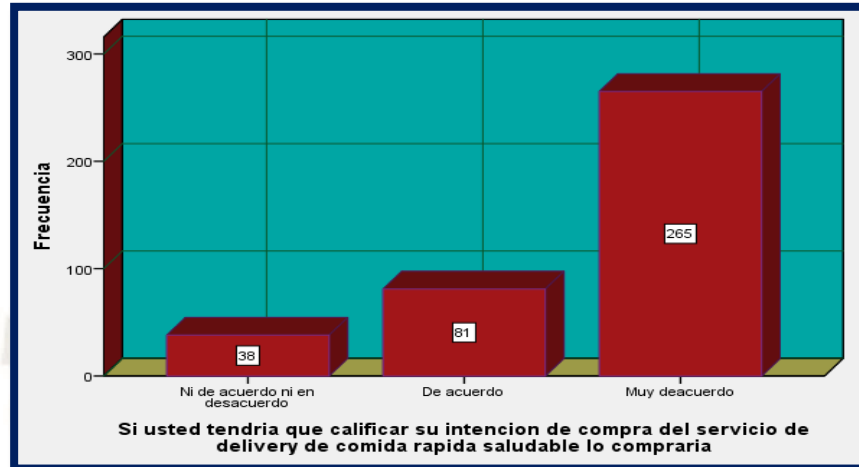


Figura 19: Personan de intención de compra del servicio de delivery de comida saludable
Fuente: Elaboración Propia envase a resultados al programa IBM SPSS

Después de realizar la encuesta para el estudio de mercado el analizar de la oferta y la demanda, se concluye que existe nula oferta de delivery de comida saludable y con respecta a la demanda, el 45% de la población objetivo está dispuesta a pagar el precio de S/12.00 por plato de comida saludable entregado por delivery.

4.1.2 Análisis técnico

4.1.2.1 Selección del proceso productivo

El proceso productivo en el servicio de cocina es el siguiente como se detalla en la siguiente Tabla N° 22:

Tabla 22:
Proceso de producción y servicio en cocina

SECUENCIACIÓN	PROCESO CON DISTRIBUCIÓN / SERVICIO	SUB PROCESOS
1°	APROVISIONAMIENTO	Recepción y almacenamiento
		Acopio de materias primas
		Puesta a punto de maquinaria, batería, útiles y herramientas
2°	PRODUCCIÓN	Preelaboración de materias primas
		Regeneración de materias primas y de preelaboraciones culinarias
		Tratamiento culinario
		Invasado y/o conservación de materias primas, preelaboraciones y elaboraciones culinarias, antes, durante y después de su uso/producción
		Recogida y finalización de la producción
3°	DISTRIBUCIÓN / SERVICIO	Distribución y/o servicio de elaboraciones
		Recogida y finalización de la distribución y/o servicio

Fuente: (birthl, 2015)

Nota: Procesos de producción culinaria.

4.1.2.2 Selección del equipamiento

Para el personal administrativo:

- Computadoras (2).
- Impresora (1).
- Equipos de comunicación (2).
- Otros equipos de oficina.

Para el personal de producción:

- Muebles de cocina.
- Cocina industrial (2).

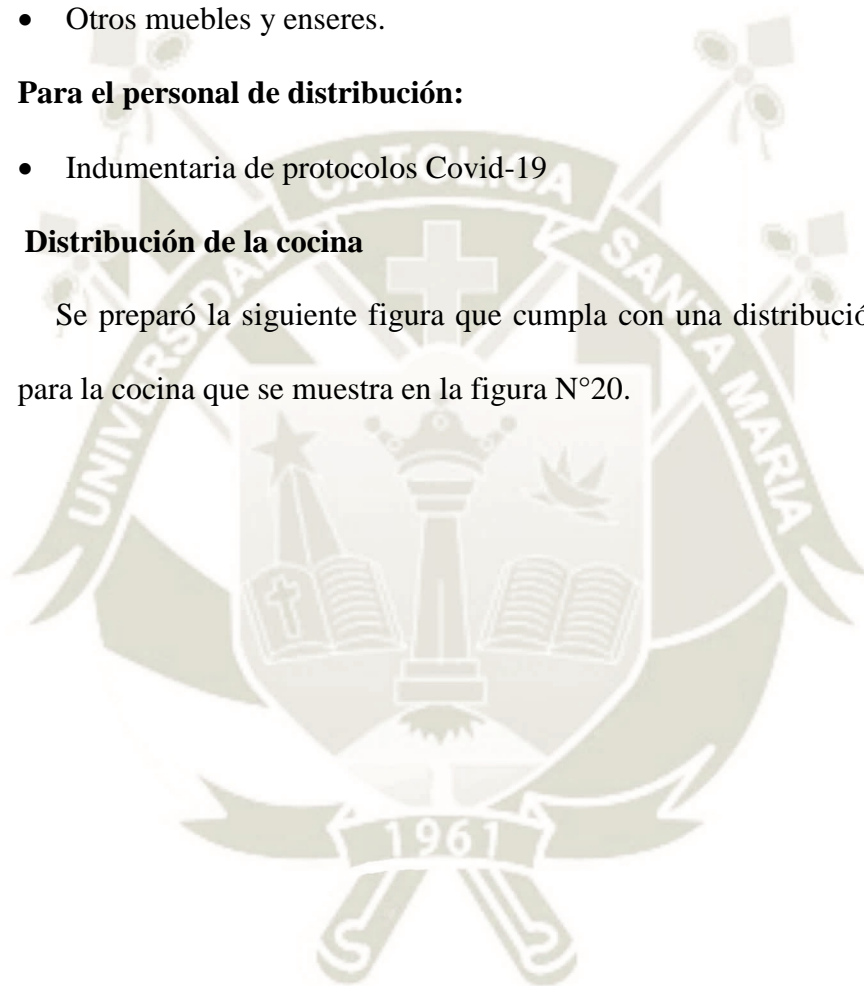
- Nevera.
- Refrigeradora.
- Campana.
- Horno.
- Otros muebles y enseres.

Para el personal de distribución:

- Indumentaria de protocolos Covid-19

4.1.2.2.1 Distribución de la cocina

Se preparó la siguiente figura que cumpla con una distribución satisfactoria para la cocina que se muestra en la figura N°20.



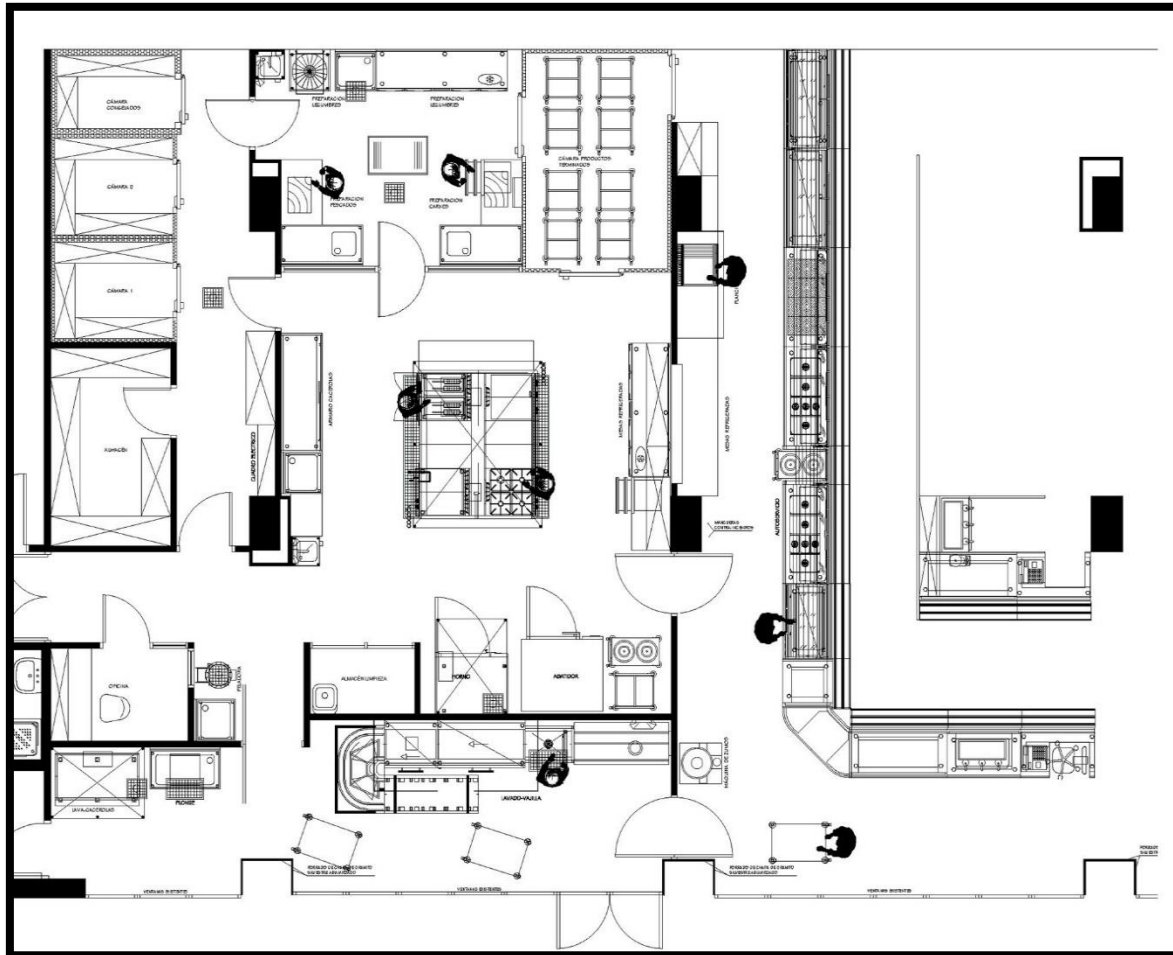


Figura 20: Distribución de la cocina
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.3 Determinación del tamaño

4.1.2.3.1 Proyección de crecimiento

Entre el 2013 al 2018, el crecimiento del fast foot y del delivery creció en 36.6%, esta misma consultora Euromonitor Internacional predice que para el 2018 al 2023 el crecimiento será de 5% Ochoa (2019), “Pronóstico que fue errado por la pandemia del Covid-19; el delivery o entrega de comida a domicilio acercado los restaurantes a las mesas del hogar, por lo que el 2021 el crecimiento se estima entre 60 a 85%”, Uranga (2020), “Por lo que para este proyecto se decidió un

crecimiento en el mercado de 5% para el segundo año, 10% para el tercer año y de 20% para el cuarto y quinto año”.

4.1.2.3.2 Recursos

Como recursos humanos, en producción se requerirá la presencia de un chef, tres ayudantes de cocina, un steward y un cajero; en administración se contará con un gerente general y un contador. Como recursos financieros, se utilizará un capital propio de S/. 159,007 y un crédito bancario del Banco de Crédito del Perú (BCP) de S/. 130,097.

4.1.2.3.3 Estudio de localización

El objeto de este estudio es conocer los diversos lugares donde se puede situar el proyecto con la finalidad de optar uno donde se logre minimizar costos y maximizar beneficios; por lo que se tiene la siguiente figura N°21, donde se visualizan los diferentes distritos objetivos.

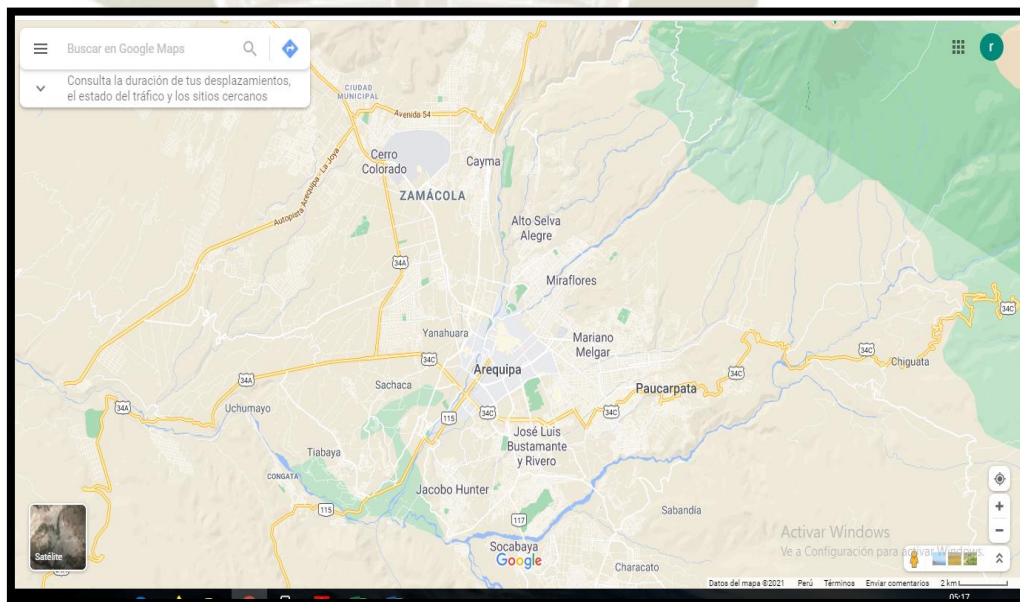


Figura 21: Macro localización.
Fuente: Google Maps (2020)

En la siguiente figura N°22, se muestra la micro localización donde se determina el lugar óptimo para la instalación de la cocina y su rápida distribución.

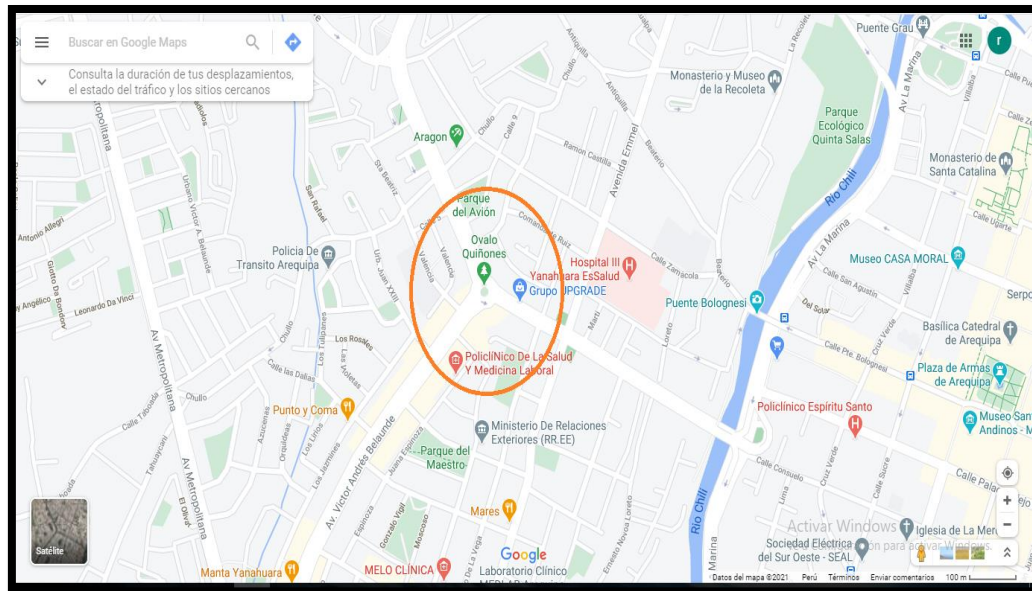


Figura 22: Micro localización.
Fuente: Google Maps (2020)

Como micro localización se tomó como criterios la accesibilidad de la zona y la cercanía a avenidas, siendo el lugar óptimo los alrededores del Óvalo Quiñones en el distrito de Yanahuara.

4.1.2.4 Determinación de la ventaja competitiva crítica

4.1.2.4.1 Ventaja competitiva crítica

El servicio de comida saludable es por delivery que incluye un plato de segundo, un plato de ensalada con refresco natural. Por lo que según Porter (1980) correspondería a una estrategia de diferenciación.

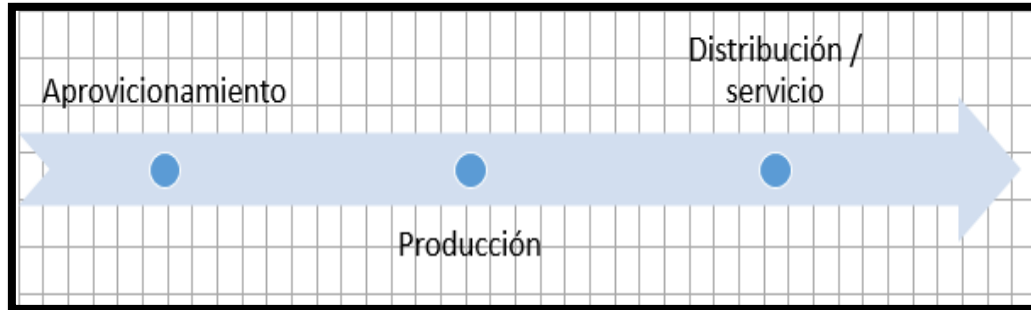


Figura 23: Cadena de valor del negocio
Fuente: Porter (1980)

4.1.2.4.2 Estructura organizacional deseada

La estructura organizacional es línea funcional que ayuda a la rápida toma de decisiones por su bajo nivel jerárquico, en la figura N°24, se muestra estructura organizacional de la empresa.

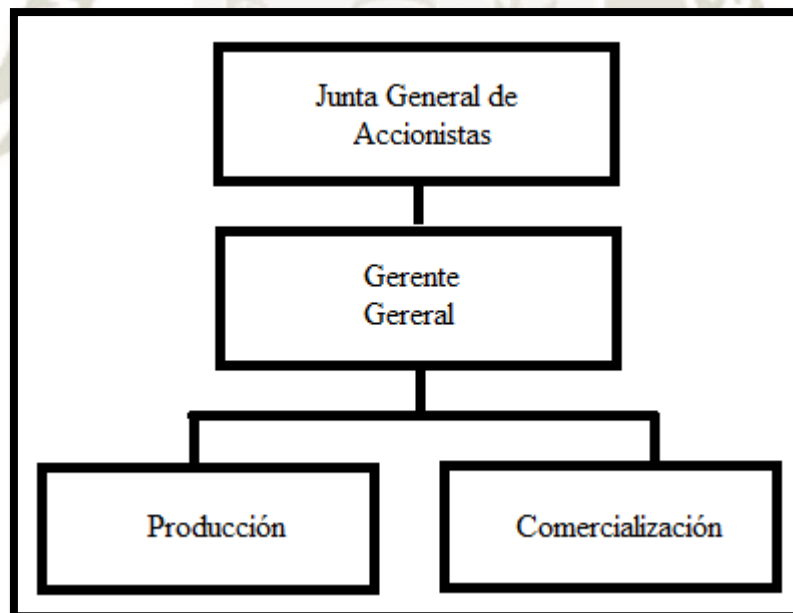


Figura 24: Estructura organizacional de la empresa
Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Análisis económico

4.1.3.1 La inversión

Corresponde a los desembolsos monetarios en el que incurre el negocio, desde la concepción de la idea, la compra de activos y la puesta en marcha del proyecto a realizarse.

Inversión inicial

En esta etapa se origina la viabilidad del proyecto. Dentro de la inversión inicial se detalla la inversión pre-operativa y fija.

Tabla 23:
Inversión inicial

1. Estudios de pre-inversión (inversión pre operativa)

Detalle	Costo sin IGV		IGV	Costo con IGV	
Estudio de Factibilidad	S/	2,000	S/	-	S/ 2,000
Total	S/	2,000	S/	-	S/ 2,000

2. Constitución y organización de empresa (inversión pre operativa)

Detalle	Costo sin IGV		IGV	Costo con IGV	
SUNARP - Reserva de nombre	S/	20	S/	-	S/ 20
SUNARP - Constitución de persona jurídica	S/	45	S/	-	S/ 45
SUNARP - Nombramiento de Gerente	S/	20	S/	-	S/ 20
Minuta y escritura de constitución de empresa	S/	400	S/	-	S/ 400
Trámites para obtención de RUC	S/	50	S/	-	S/ 50
Licencia de funcionamiento	S/	150	S/	-	S/ 150
Otros costos de constitución y organización de empresa	S/	500	S/	-	S/ 500
Total	S/	1,185	S/	-	S/ 1,185

1. Unidades de transporte (inversión fija)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Moto carga (1) + Moto lineal (5)	S/	25,000	S/	4,500	S/	29,500
Total	S/	25,000	S/	4,500	S/	29,500

2. Muebles y enseres (inversión fija)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Muebles de cocina	S/	15,254	S/	2,746	S/	18,000
Cocina industrial(2)	S/	2,712	S/	488	S/	3,200
Nevera	S/	3,814	S/	686	S/	4,500
Refrigeradora	S/	3,814	S/	686	S/	4,500
Campana	S/	1,525	S/	275	S/	1,800
Horno	S/	4,407	S/	793	S/	5,200
Otros muebles y enseres	S/	2,119	S/	381	S/	2,500
Total	S/	33,644	S/	6,056	S/	39,700

3. Equipos de oficina (inversión fija)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Computadoras (2)	S/	3,644	S/	656	S/	4,300
Impresora (1)	S/	508	S/	92	S/	600
Equipo de comunicación (2)	S/	2,373	S/	427	S/	2,800
Otros equipos de oficina	S/	1,525	S/	275	S/	1,800
Total	S/	8,051	S/	1,449	S/	9,500

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.2 Inversión en capital de trabajo

Es el presupuesto preliminar que se emplea para llevar a cabo las actividades diario. En el lapso de tiempo, el proyecto necesita solventar todos aquellos desembolsos necesarios para que la empresa funcione, para lo cual se detalla en la tabla N°24.

Tabla 24:
Inversión en capital de trabajo

1. Alquiler (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Costo de alquiler anual	S/	18,000	S/	-	S/	18,000
Impuesto alcabala	S/	-	S/	-	S/	-
Estudio títulos	S/	500	S/	-	S/	500
Costos notariales	S/	250	S/	-	S/	250
Costos registrales	S/	54	S/	-	S/	54
Otros costos	S/	600	S/	-	S/	600
Total	S/	19,404	S/	-	S/	19,404

2. Costo de estudios de diseño y preparación (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Estudio de diseño de cocina	S/	2,500	S/	-	S/	2,500
Diseño de presentación de segundos	S/	800	S/	-	S/	800
Diseño de presentación de ensaladas	S/	800	S/	-	S/	800
Otros costos de estudios y diseños	S/	500	S/	-	S/	500
Total	S/	4,600	S/	-	S/	4,600

3. Costo pre intalación (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Licencia municipal	S/	400	S/	-	S/	400
Revisión anteproyecto	S/	2,400	S/	-	S/	2,400
Otros costos de pre instalación	S/	500	S/	-	S/	500
Total	S/	3,300	S/	-	S/	3,300

4. Costo de obras preliminares (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Instalaciones de luz y agua	S/	678	S/	122	S/	800
Otros costos de obras preliminares	S/	424	S/	76	S/	500
Total	S/	1,102	S/	198	S/	1,300

5. Costo de materiales directos (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Ollas	S/	1,522	S/	274	S/	1,796
Cucharones	S/	7,119	S/	1,281	S/	8,400
Santenes	S/	680	S/	122	S/	802
Utensilios	S/	4,350	S/	783	S/	5,133
Cuchillos	S/	1,271	S/	229	S/	1,500
Bolsas	S/	6,750	S/	1,215	S/	7,965
Tapers	S/	4,020	S/	724	S/	4,744
Otros materiales directos	S/	824	S/	148	S/	972
Total	S/	26,536	S/	4,776	S/	31,312

6. Costo de mano de obra directa (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Mano de obra directa	S/	108,603	S/	-	S/	108,603
Total	S/	108,603	S/	-	S/	108,603

7. Costos indirectos n (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Sub contratos	S/	137	S/	25	S/	162
Costos de luz y agua	S/	850	S/	153	S/	1,002
Costos de combustible	S/	617	S/	111	S/	728
Costos de mantenimiento	S/	301	S/	54	S/	356
Otros costos indirectos	S/	274	S/	49	S/	323
Total	S/	2,179	S/	392	S/	2,571

8. Costo de supervisión técnica (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Supervision de preparación y calidad	S/	12,000	S/	-	S/	12,000
Supervision de entrega	S/	12,000	S/	-	S/	12,000
Total	S/	24,000	S/	-	S/	24,000

9. Costo de mano de obra directa (capital de trabajo)

Gastos de personal	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Chef (1)	S/	1,500	S/	-	S/	1,500
Ayudante de cocina (3)	S/	3,000	S/	-	S/	3,000
Steward (1)	S/	850	S/	-	S/	850
Cajero (1)	S/	850	S/	-	S/	850
Gratificaciones ley 30334	S/	1,033	S/	-	S/	1,033
Bonificación extraordinaria ley 30334	S/	93	S/	-	S/	93
Vacaciones	S/	517	S/	-	S/	517
CTS	S/	603	S/	-	S/	603
Aportación a EsSalud	S/	605	S/	-	S/	605
Total	S/	7,843	S/	-	S/	6,200

10. Costos por desembolsos diversos (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Costos por alquiler de local	S/	1,200	S/	216	S/	1,416
Costos de luz, agua, teléfono	S/	650	S/	117	S/	767
Costo de combustible y lubricantes	S/	300	S/	54	S/	354
Costos de mantenimiento de oficina	S/	120	S/	22	S/	142
Otros desembolsos diversos	S/	250	S/	45	S/	295
Total	S/	2,520	S/	454	S/	2,974

11. Gastos de administración (capital de trabajo)

Gastos de personal	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Gerente general	S/	4,000	S/	-	S/	4,000
Contador	S/	2,500	S/	-	S/	2,500
Gratificaciones ley 30334	S/	1,083	S/	-	S/	1,083
Bonificación extraordinaria ley 30334	S/	98	S/	-	S/	98
Vacaciones	S/	542	S/	-	S/	542
CTS	S/	632	S/	-	S/	632
Aportación a EsSalud	S/	634	S/	-	S/	634
Total	S/	9,488	S/	-	S/	9,488

12. Gastos de Ventas (capital de trabajo)

Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Comisión Moto	S/	540	S/	97	S/	637
Total	S/	540	S/	97	S/	637

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.3 Costo del proyecto

El proyecto contempla los siguientes costos, para ello se muestra la siguiente tabla N°25.

Tabla 25:
Costos del proyecto

<i>Inversión pre operativa</i>						
Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Estudios pre inversión	S/	2,000	S/	-	S/	2,000
Constitución y organización de empresa	S/	1,185	S/	-	S/	1,185
Total	S/	3,185	S/	-	S/	3,185
<i>Inversión fija</i>						
Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Unidades de transporte	S/	25,000	S/	4,500	S/	29,500
Muebles y enseres	S/	33,644	S/	6,056	S/	39,700
Equipo de oficina	S/	8,051	S/	1,449	S/	9,500
Total	S/	66,695	S/	12,005	S/	78,700
<i>Inversión en capital de trabajo</i>						
Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Local	S/	19,404	S/	-	S/	19,404
Estudios de diseño de cocina	S/	4,600	S/	-	S/	4,600
Materiales directos	S/	26,536	S/	4,776	S/	31,312
Mano de obra directa	S/	108,603	S/	-	S/	108,603
Costo de supervisión técnica	S/	24,000	S/	-	S/	24,000
Costo de mano de obra indirecta	S/	7,843	S/	-	S/	6,200
Costos por desembolsos diversos	S/	2,520	S/	454	S/	2,974
Gastos de administración	S/	9,488	S/	-	S/	9,488
Gastos de ventas	S/	540	S/	97	S/	637
Total	S/	203,535	S/	5,327	S/	207,219
<i>Costo total del proyecto</i>						
Detalle	Costo sin IGV		IGV		Costo con IGV	
Inversión pre operativa	S/	3,185	S/	-	S/	3,185
Inversión fija	S/	66,695	S/	12,005	S/	78,700
Inversión en capital de trabajo	S/	203,535	S/	5,327	S/	207,219
Total	S/	273,414	S/	17,332	S/	289,104

Trabajadores (empleados) - Administración		1		2		3		4		5		TOTAL
Gerente general	S/	4,000	S/	4,000	S/	4,000	S/	4,000	S/	4,000	S/	20,000
Contador	S/	2,500	S/	2,500	S/	2,500	S/	2,500	S/	2,500	S/	12,500
Total remuneración bruta	S/	6,500	S/	6,500	S/	6,500	S/	6,500	S/	6,500	S/	32,500
Gratificaciones ley 30334	S/	1,083	S/	1,083	S/	1,083	S/	1,083	S/	1,083	S/	5,417
Bonificación extraordinaria ley 30334	S/	98	S/	98	S/	98	S/	98	S/	98	S/	488
Vacaciones	S/	542	S/	542	S/	542	S/	542	S/	542	S/	2,708
CTS	S/	632	S/	632	S/	632	S/	632	S/	632	S/	3,160
Total remuneración bruta más Bs.Ss.	S/	8,854	S/	8,854	S/	8,854	S/	8,854	S/	8,854	S/	44,272
Descuento SNP	S/	-915	S/	-915	S/	-915	S/	-915	S/	-915	S/	-4,577
Total remuneración bruta más Bs.Ss. menos SNP	S/	7,939	S/	7,939	S/	7,939	S/	7,939	S/	7,939	S/	39,695
Aportación a EsSalud	S/	634	S/	634	S/	634	S/	634	S/	634	S/	3,169
Total remuneración bruta más Bs.Ss. y aportaciones	S/	9,488	S/	9,488	S/	9,488	S/	9,488	S/	9,488	S/	42,855
Total remuneración bruta más Bs.Ss. y aportaciones ANUAL	S/	113,858	S/	113,858	S/	113,858	S/	113,858	S/	113,858	S/	47,441

Trabajadores (empleados)		1		2		3		4		5		TOTAL
Chef (1)	S/	1,500	S/	1,500	S/	1,500	S/	1,500	S/	1,500	S/	7,500
Ayudante de cocina (3)	S/	3,000	S/	3,000	S/	3,000	S/	3,000	S/	3,000	S/	15,000
Steward (1)	S/	850	S/	850	S/	850	S/	850	S/	850	S/	4,250
Cajero (1)	S/	850	S/	850	S/	850	S/	850	S/	850	S/	4,250
Total remuneración bruta	S/	6,200	S/	6,200	S/	6,200	S/	6,200	S/	6,200	S/	31,000
Gratificaciones ley 30334	S/	1,033	S/	1,033	S/	1,033	S/	1,033	S/	1,033	S/	5,167
Bonificación extraordinaria ley 30334	S/	93	S/	93	S/	93	S/	93	S/	93	S/	465
Vacaciones	S/	517	S/	517	S/	517	S/	517	S/	517	S/	2,583
CTS	S/	603	S/	603	S/	603	S/	603	S/	603	S/	3,014
Total remuneración bruta más Bs.Ss.	S/	8,446	S/	8,446	S/	8,446	S/	8,446	S/	8,446	S/	42,229
Descuento SNP	S/	-873	S/	-873	S/	-873	S/	-873	S/	-873	S/	-4,366
Total remuneración bruta más Bs.Ss. menos SNP	S/	7,573	S/	7,573	S/	7,573	S/	7,573	S/	7,573	S/	37,863
Aportación a EsSalud	S/	605	S/	605	S/	605	S/	605	S/	605	S/	3,023
Total remuneración bruta más Bs.Ss. y aportaciones	S/	9,050	S/	9,050	S/	9,050	S/	9,050	S/	9,050	S/	40,877
Total remuneración bruta más Bs.Ss. y aportaciones ANUAL	S/	108,603	S/	108,603	S/	108,603	S/	108,603	S/	108,603	S/	45,251

Beneficios sociales y aportaciones	%
Gratificaciones ley 30334	16.67%
Bonificación extraordinaria ley 30334	1.50%
Vacaciones	8.33%
CTS	9.72%
Total Bs.Ss.	36.22%
Aportación a EsSalud	9.00%
Total Bs.Ss. más aportaciones	45.22%
Descuento SNP	13.00%

Costos generales diversos		1		2		3		4		5		Total
Costos de alquiler	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	6,000
Costos de luz, agua, teléfono	S/	650	S/	650	S/	650	S/	650	S/	650	S/	3,250
Costo de combustible y lubricantes	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	1,500
Costos de mantenimiento	S/	120	S/	120	S/	120	S/	120	S/	120	S/	600
Otros desembolsos diversos	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	1,250
Sub total	S/	2,520	S/	2,520	S/	2,520	S/	2,520	S/	2,520	S/	12,600
IGV 18%	S/	454	S/	454	S/	454	S/	454	S/	454	S/	2,268
Total	S/	2,974	S/	2,974	S/	2,974	S/	2,974	S/	2,974	S/	14,868

Fuente: Elaboración Propia.

Inversiones futuras

El proyecto estima inversiones futuras en nuevas instalaciones de cocina en distintas zonas de la ciudad de Arequipa para distribuir la comida rápida saludable de manera más eficiente.

4.1.3.4 Financiamiento

El proyecto requiere de financiamiento, obteniendo crédito generalmente en dinero y las fuentes son internas o externas. Con dicho financiamiento se pueden obtener bienes y servicios. El proyecto tiene capital propio y de un tercero como es el banco.

Endeudamiento

Es la obligación que personas acuerdan con otras, este endeudamiento tiene tres partes: (a) amortización, (b) interés y (c) mantenimiento bancario. El endeudamiento para el presente proyecto será con el Banco de Crédito del Perú el cual muestra las siguientes condiciones:

Tabla 26:
Financiamiento

Año	Saldo del préstamo	Cuota de interés	Cuota de amortización	Gastos Bancarios	Cuota total
0	S/ 130,097				
1	S/ 113,287	S/ 28,621	S/ 16,809	S/ 263	S/ 45,694
2	S/ 92,780	S/ 24,923	S/ 20,507	S/ 263	S/ 45,694
3	S/ 67,761	S/ 20,412	S/ 25,019	S/ 263	S/ 45,694
4	S/ 37,238	S/ 14,907	S/ 30,523	S/ 263	S/ 45,694
5	S/ -0	S/ 8,192	S/ 37,238	S/ 263	S/ 45,694
Total		S/ 97,056	S/ 130,097	S/ 1,315	S/ 228,468

TEA en % = 22.00%

TEA en fracción decimal = 22.00000000

Cuota Total = (a) 45,431

Gastos bancarios mensuales (b) 263

(a) + (b) 45,694

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.5 Costo de oportunidad

Ross, Westerfield y Jaffe (2010), mencionan que “El Costo de Capital es el rendimiento mínimo que una empresa necesita ganar para satisfacer a todos sus inversionistas, incluidos accionistas, tenedores de bonos y accionistas preferentes”. (p. 392).

Ross, Westerfield y Jaffe (2010), “El costo de oportunidad se calculó a través del modelo CAPM a través de la siguiente fórmula:

$CAPM = K_I + B_i (K_m - K_I)$ donde:

- CAPM = Modelo de Valoración de activos.
- K_m = rendimiento esperado del mercado.
- B_i = beta de la acción i .
- K_I = tasa libre de riesgo”. (p. 392)

Costo de capital promedio ponderado

Ross, Westerfield y Jaffe (2010), “El costo de capital es la tasa de retorno exigida a la inversión efectuada en los proyectos. Con esta tasa se descuentan los flujos futuros para calcular el valor actual neto, para el cálculo del presente proyecto se utilizó el WACC que es la diferencia entre la rentabilidad promedio observada en el mercado financiero menos la tasa de retorno de instrumentos libres de riesgo y cuya fórmula es:

$$WACC = W_d [K_d (1 - t)] + W_s * K_s$$

Donde:

- W_d : Peso aporte de la deuda.
- K_d : Rentabilidad exigida por los que aportan el financiamiento.
- t : Impuesto a las ganancias.

- Ws: Peso aporte de los accionistas.
- Ks: Rentabilidad exigida por los accionistas”. (p. 340)

Tabla 27:
Cálculo del WACC

Detalle	Abreviatura	%
Prima de riesgo de mercado	Rm =	5.88%
Tasa libre de riesgo	Rf =	5.65%
Beta	B =	0.64
Riesgo país	RP =	4.18%
Tasa libre de riesgo Perú	Rf _{Perú} =	5.65%
Tasa libre de riesgo USA	Rf _{USA} =	1.47%
Peso de la deuda	Pd =	45.00%
Peso del equity	Pe =	55.00%
Tasa de contribución	Tc =	29.50%
Tasa activa del banco	T _A =	22.00%
Costo de la deuda	Kd =	6.98%
Costo del equity	Ke =	5.49%
Costo de Capital Promedio Ponderado	CCPP =	12.47%

Fórmulas:

$$\text{CCPP} = \text{WACC}$$

$$\text{WACC} = W$$

$$W = Kd + Ke$$

$$Kd = Pd * K_D$$

$$K_D = T_A * (1 - Tc)$$

Modelo CAPM:

$$Ke = Pe * K_E$$

$$K_E = RP + Rf + B * (Rm - Rf)$$

$$W = 12.47\%$$

$$Kd = 6.98\%$$

$$K_D = 15.51\%$$

$$Ke = 5.49\%$$

$$K_E = 9.98\%$$

Fuente: Elaboración Propia.

Nota: Los datos fueron tomados de la página de Damodaran, Investing y DatosMacro, ver Anexo 6, Anexo 7, Anexo 8 y Anexo 9.

4.1.3.6 Presupuestos de ventas

El presupuesto de ventas, se ocupa de pronosticar las ventas futuras que se harán en el proyecto. El presupuesto va de acuerdo al mercado y a la capacidad de producción. Las personas encargadas del delivery, tendrán una comisión de S/ 3.00 por entrega de pedido. Para el año 2 se pronostica un crecimiento de 5%, para el año 3 se pronostica un crecimiento de 10% y para el año 4 y 5, se pronostica un crecimiento de 20%.

Tabla 28:
Presupuesto de ventas

Comida	Platos DÍA	Platos MES	Platos ANUAL	%	Precio de venta Soles	Crecimiento				
						1 0%	2 5%	3 10%	4 20%	5 20%
Desayuno	12.5	375.00	4,500.00	5%	S/ 9	S/ 40,500	S/ 42,525	S/ 46,778	S/ 56,133	S/ 67,360
Almuerzo	92.5	2,775.00	33,300.00	37%	S/ 9	S/ 299,700	S/ 314,685	S/ 346,154	S/ 415,384	S/ 498,461
Cena	145	4,350.00	52,200.00	58%	S/ 9	S/ 469,800	S/ 493,290	S/ 542,619	S/ 651,143	S/ 781,371
Total					S/ 27	S/ 810,000	S/ 850,500	S/ 935,550	S/ 1,122,660	S/ 1,347,192
IGV (18%)						S/ 72,900	S/ 76,545	S/ 84,200	S/ 101,039	S/ 121,247
Total con IGV	250.00	7,500.00	90,000.00	100%	S/ 27	S/ 882,900	S/ 927,045	S/ 1,019,750	S/ 1,223,699	S/ 1,468,439

Fuente: Elaboración Propia.

Presupuestos de resultados

Este presupuesto lleva los ingresos y los egresos monetarios, como la depreciación de activos fijos. Este presupuesto muestra el resultado económico.

Estado de ganancias y pérdidas proyectado

El estado de resultados, es un estado financiero que muestra la rentabilidad del proyecto y la eficiencia del mismo en el tiempo.

Tabla 29:
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS
Del 01 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2025
(Expresado en Soles)

	<u>SOLES</u>	<u>%</u>
VENTAS	5,065,917	100%
(-) Costo de Ventas	-1,003,573	-20%
UTILIDAD BRUTA	<u>4,062,344</u>	<u>80%</u>
(-) Gastos de administración	-47,441	-1%
(-) Gastos de ventas	-3,240	0%
UTILIDAD OPERATIVA	<u>4,011,663</u>	<u>79%</u>
Ingresos financieros	-	
(-) Gastos financieros	-98,371	-2%
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO RENTA	<u>3,913,292</u>	<u>77%</u>
(-) Impuesto a la renta (29.50%)	-1,154,421	-23%
UTILIDAD NETA	<u>2,758,871</u>	<u>54%</u>

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.7 Balance proyectado

El balance del presente proyecto muestra el efectivo que tendrá el negocio, los impuestos y el patrimonio.

Tabla 30:
Estados de flujo financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
Al 31 de diciembre de 2025
(Expresado en Soles)

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	<u>TOTAL</u>	<u>%</u>
EFFECT. Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO	289,104	32%	TRIBUTOS POR PAGAR	572,162	64%
Ctas Ctes. en Instituc. Financieras	289,104		Impuesto General a la Ventas		
PRODUCTOS TERMINADOS	-	0%	Impuesto a la renta	561,361	
Productos inmuebles	-		EsSalud	6,435	
ACTIVO DIFERIDO	82,827	9%	SNP	4,366	
Impuesto a la renta diferido	82,827				
OTROS ACTIVOS	455,931		REMUNER. Y PARTICIP. POR PAGAR	23,182	3%
Impuesto General a la Ventas	455,931		BB.SS. de los trabajadores por pagar	23,182	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	<u>827,862</u>		TOTAL PASIVO CORRIENTE	<u>595,344</u>	67%
ACTIVO NO CORRIENTE			TOTAL PASIVO	<u>595,344</u>	
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO	66,695	7%	PATRIMONIO		
Unidades de transporte	25,000		CAPITAL	294,889	33%
Muebles y enseres	33,644		Capital Social	294,889	
Equipo de oficina	8,051		RESULTADO DEL EJERCICIO	-	0%
DEPRECIACION Y AMORTIZ. ACUMULADA	-4,324	0%	Utilidad del ejercicio	-	
Depreciación de unidades de transporte	-2,083				
Depreciación de muebles y enseres	-1,402				
Depreciación de equipo de oficina	-839				
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	<u>62,371</u>		TOTAL PATRIMONIO	<u>294,889</u>	33%
TOTAL ACTIVO	<u>890,234</u>	100%	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>890,233</u>	100%

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.3.8 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado es un informe financiero que muestra tanto los ingresos como los egresos de dinero, la depreciación no representa dinero y se adiciona al flujo al igual que la amortización.

Tabla 31:
Flujo de caja económico

Detalle	0	1	2	3	4	5	TOTAL
Ingresos por venta	S/ 810,000	S/ 850,500	S/ 935,550	S/ 1,122,660	S/ 1,347,192	S/ 5,065,902	
Costos variables	S/ -195,423	S/ -194,687	S/ -203,110	S/ -203,190	S/ -208,287	S/ -1,004,697	
Costos fijos	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -581,892	
Amortización de gastos pre-operativos	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -3,185	
Depreciación de activos fijos	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -4,324	
Planilla del personal administrativo	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -569,292	
Comisión moto	S/ -540	S/ -540	S/ -720	S/ -720	S/ -720	S/ -3,240	
Utilidad antes de impuestos	S/ 382,299	S/ 423,534	S/ 499,982	S/ 687,011	S/ 906,447	S/ 2,899,273	
Impuesto a la renta	S/ -112,778	S/ -124,943	S/ -147,495	S/ -202,668	S/ -267,402	S/ -855,285	
Utilidad neta	S/ 269,520	S/ 298,592	S/ 352,487	S/ 484,343	S/ 639,045	S/ 2,043,987	
Amortización de gastos pre-operativos	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 3,185	
Depreciación de activos fijos	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 4,324	
Liquidación del IGV	S/ -	S/ 53,159	S/ 68,312	S/ 74,418	S/ 91,243	S/ 287,132	
Liquidación del P/A/C del IR	S/ -	S/ 13,244	S/ 13,906	S/ 15,296	S/ 18,355	S/ 60,801	
Liquidación de la contribución a EsSalud	S/ -	S/ 634	S/ 634	S/ 634	S/ 634	S/ 2,535	
Liquidación de la contribución a SNP	S/ -	S/ 915	S/ 915	S/ 915	S/ 915	S/ 3,662	
Inversión inicial	S/ -81,885						
Inversión en capital de trabajo	S/ -207,219						
Flujo del proyecto para el empresario	S/ -289,104	S/ 271,022	S/ 368,045	S/ 437,756	S/ 577,108	S/ 751,695	S/ 2,405,625

INDICADORES ECONÓMICOS

VANE	S/ 1,026,067
TIRE	116.43%

Tasa de descuento utilizada para calcular el VANE = Costo de capital promedio ponderado

TEA en % =

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 32:
Flujo de caja financiero

Detalle	0	1	2	3	4	5	Total
Ingresos por venta	S/ 810,000	S/ 850,500	S/ 935,550	S/ 1,122,660	S/ 1,347,192	S/ 5,065,902	
Costos variables	S/ -195,423	S/ -194,687	S/ -203,110	S/ -203,190	S/ -208,287	S/ -1,004,697	
Costos fijos	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -116,378	S/ -581,892	
Amortización de gastos pre-operativos	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -637	S/ -3,185	
Depreciación de activos fijos	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -865	S/ -4,324	
Planilla del personal administrativo	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -113,858	S/ -569,292	
Comisión moto	S/ -540	S/ -540	S/ -720	S/ -720	S/ -720	S/ -3,240	
Gastos bancarios	S/ -263	S/ -263	S/ -263	S/ -263	S/ -263	S/ -1,315	
Interés de préstamo	S/ -28,621	S/ -24,923	S/ -20,412	S/ -14,907	S/ -8,192	S/ -97,056	
Utilidad antes de impuestos	S/ 353,414	S/ 398,348	S/ 479,307	S/ 671,841	S/ 897,991	S/ 2,800,902	
Impuesto a la renta	S/ -104,257	S/ -117,513	S/ -141,396	S/ -198,193	S/ -264,907	S/ -826,266	
Utilidad neta	S/ 249,157	S/ 280,835	S/ 337,911	S/ 473,648	S/ 633,084	S/ 1,974,636	
Amortización de gastos pre-operativos	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 637	S/ 3,185	
Depreciación de activos fijos	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 865	S/ 4,324	
Liquidación del IGV	S/ -	S/ 53,159	S/ 68,312	S/ 74,418	S/ 91,243	S/ 287,132	
Liquidación del P/A/C del IR	S/ -	S/ 13,244	S/ 13,906	S/ 15,296	S/ 18,355	S/ 60,801	
Liquidación de la contribución a EsSalud	S/ -	S/ 634	S/ 634	S/ 634	S/ 634	S/ 2,535	
Liquidación de la contribución a SNP	S/ -	S/ 915	S/ 915	S/ 915	S/ 915	S/ 3,662	
Inversión inicial	S/ -81,885						
Inversión en capital de trabajo	S/ -207,219						
Préstamo	S/ 130,097						
Amortización de deuda	S/ -16,809	S/ -20,507	S/ -25,019	S/ -30,523	S/ -37,238	S/ -130,097	
Flujo del proyecto para el inversionista	S/ -159,007	S/ 233,850	S/ 329,781	S/ 398,161	S/ 535,890	S/ 708,495	S/ 2,206,177
Indicadores económicos							
VANF	S/ 1,318,218						
TIRF	177.56%						
WACC = CCPP							
TAM _{CCPP} en %	12.47%						

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.4 Viabilidad o Evaluación económico

4.1.4.1 TIR

La tasa interna de retorno es:

$$\text{TIRE} = 116.43\%$$

$$\text{TIRF} = 177.56\%$$

4.1.4.2 VAN

El valor actual neto es:

$$\text{VANE} = \text{S/ } 1,026,067$$

$$\text{VANF} = \text{S/ } 1,318,218$$

4.1.4.3 Período de recuperación

Tabla 33:
Período de recuperación

año	flujo	acumulado
0	-S/. 159,007.09	
1	S/. 233,849.53	S/ 233,850
2	S/. 329,781.50	S/ 563,631
3	S/. 398,160.99	S/ 961,792
4	S/. 535,889.64	S/ 1,497,682
5	S/. 708,495.46	S/ 2,206,177
PRI	mes	días
0.77	9	8

Fuente: Elaboración Propia.

El PRI no considera el valor del dinero en el tiempo por lo que su recuperación es en:

PRI = 9 meses y 8 días.

4.1.4.4 Ratios

El proyecto presenta los siguientes ratios:

Tabla 34:
Ratios financieros

Ratios de liquidez:				
Ratio	Descripción	Resultado	Interpretación	
Liquidez general	Activos Corrientes	S/ 827,862	S/ 1.39	Por cada sol que adeuda el proyecto a terceros, tiene S/1.39 para afrontarlo
	Pasivos Corrientes	S/ 595,344		
Prueba ácida	Activos Ctes. - Inventarios - Gastos pagados por Anticip.	S/ 289,104	S/ 0.49	Por cada sol que adeuda el proyecto a terceros, tiene S/0.49 para afrontarlo sin considerar los inventarios y gastos pagados por anticipado
	Pasivos Corrientes	S/ 595,344		
Prueba defensiva	Efectivo y Equiv. de Efectivo + Valores Negociab.	S/ 289,104	S/ 0.49	Por cada sol que adeuda el proyecto a terceros, tiene S/0.49 para afrontarlo en forma casi inmediata con Efectivo y Equivalente de Efectivo más Valores Negociables
	Pasivos Corrientes	S/ 595,344		
Capital de trabajo	Activo Cte. - Pasivo Cte.	S/ 232,518	S/ 232,518	Pagando su deuda de corto plazo a terceros, tiene S/232,518 para afrontar otras obligaciones
Ratios de solvencia o endeudamiento:				
Ratio	Descripción	Resultado	Interpretación	
Endeudamiento a corto plazo	Pasivo Corriente	S/ 595,344	S/ 2.02	Por cada Sol que posee el accionista, tiene S/2.02 de deuda en el corto plazo a terceros
	Patrimonio Neto	S/ 294,889		
Endeudamiento total	Pasivo Total	S/ 595,344	S/ 2.02	Por cada Sol que posee el accionista, tiene S/2.02 de deuda a terceros
	Patrimonio Neto	S/ 294,889		
Grado de endeudamiento	Pasivo Total	S/ 595,344	66.88%	Por cada Sol que posee el proyecto, tiene 66.88% de deuda en el corto y largo plazo a terceros
	Activo Total	S/ 890,234		
Grado de propiedad	Patrimonio Total	S/ 294,889	33.12%	Por cada Sol que posee el proyecto, tiene 33.12% de deuda a los accionistas
	Activo Total	S/ 890,234		
Grado de propiedad	Pasivo Total	S/ 595,344	S/ 2.02	Por cada Sol que posee el patrimonio del proyecto, tiene S/2.02 de deuda a terceros
	Patrimonio Total	S/ 294,889		
Costo de la deuda	Gastos Financieros	S/ 98,371	S/ 0.17	Por cada Sol que debe el proyecto a terceros, tiene S/0.17 de gastos financieros
	Pasivo Total	S/ 595,344		
Cobertura de gastos financieros	Utilidad Operativa	S/ 4,011,663	S/ 40.78	Por cada Sol que gasta la empresa en financiarse con el banco, tiene S/40.78 de utilidad operativa
	Gastos Financieros	S/ 98,371		
Ratios de gestión (eficiencia operativa):				
Ratio	Descripción	Resultado	Interpretación	
Márgen de utilidad bruta	Utilidad Bruta	S/ 4,062,344	80.19%	Por cada Sol que el proyecto tiene de ventas, le corresponde el 80.19% a la utilidad bruta
	Ventas	S/ 5,065,917		
Márgen de utilidad operativa	Utilidad Operativa	S/ 4,011,663	79.19%	Por cada Sol que el proyecto tiene de ventas, le corresponde el 79.19% a la utilidad operativa
	Ventas	S/ 5,065,917		
Márgen de utilidad neta	Utilidad Neta	S/ 2,758,871	54.46%	Por cada Sol que el proyecto tiene de ventas, le corresponde el 54.46% a la utilidad neta
Ventas	S/ 5,065,917			
Ratios de rentabilidad:				
Ratio	Descripción	Resultado	Interpretación	
Retorno sobre el Patrimonio (ROE)	Utilidad Neta	S/ 2,758,871	S/ 9.36	Por cada Sol del inversionista, ha obtenido S/9.36 de rentabilidad sobre los recursos propios
	Patrimonio	S/ 294,889		
Retorno sobre el Patrimonio (ROE)	Utilidad Neta	S/ 2,758,871	935.56%	Por cada Sol del inversionista, ha obtenido 935.56% de rentabilidad sobre los recursos propios
	Patrimonio	S/ 294,889		
Retorno sobre el Activo (ROA)	Utilidad Neta	S/ 2,758,871	S/ 3.10	Por cada Sol que tiene el proyecto, ha obtenido S/3.10 de rentabilidad económica
	Total Activo	S/ 890,234		
Retorno sobre el Activo (ROA)	Utilidad Neta	S/ 2,758,871	309.90%	Por cada Sol que tiene el proyecto, se obtiene 309.90% de rentabilidad
	Total Activo	S/ 890,234		

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.4.5 Análisis de punto de equilibrio

Nos señala las ventas que un negocio debe llevar a cabo para que no gane ni pierda.

Tabla 35:
Análisis de punto de equilibrio

Datos:			
Detalle	Abreviatura	Importe	Platos
Ventas	V_t	S/ 5,065,917	
Costos variables	CV_t	S/ 1,004,697	
Número de platos anual	A		90000
Precio de venta	PV	S/ 56	
Costos variables	CV	S/ 11	
Margen de contribución	MC	S/ 45	
Costo fijo	CFC	S/ 589,400	
Costo fijo de administración	CFA	S/ 47,441	
Costo fijo de gastos financieros	CFGF	S/ 98,371	
Punto de equilibrio	Q		
Fórmulas:			
$MC = (V_t - CV_t) / A$		MC = S/ 45	
$Q = (CFC + CFA + CFGF) / (MC)$		Q ANUAL=	16,293
		Q MENSUAL=	1,358
		Q DIARIO=	45
Comprobación:			
Estado de Resultados	Precio Unitario	Q	Total
Ventas	S/ 56	16,292.92	S/ 917,095
(-) Costos variables	S/ 11	16,292.92	S/ 181,883
(-) CF de construcción			S/ 589,400
(-) CF de administración			S/ 47,441
(-) Gastos financieros			S/ 98,371
			Utilidad (Pérdida) antes del impuesto a la renta
			S/ -

Fuente: Elaboración Propia.

4.1.4.6 Beneficio – Costo

Tabla 36:
Beneficio Costo
Relacion Costo Beneficio

VAN ingresos	S/3,500,642.03
VAN egresos	S/1,615,571.41
egresos + inversion	S/1,952,886.93
Beneficio/Costo	1.79

Fuente: Elaboración Propia.

La relación beneficio/costo es de 1.79 el cual es mayor a uno y el cual indica que se gana S/ 1.79 por cada sol invertido. Significa que los beneficios superan a los costos por lo tanto el proyecto es viable.



4.1.5 Viabilidad o evaluación legal

El Ministerio de Salud (Minsa), “elaboró el protocolo de higiene que deben cumplir los restaurantes que realizan el servicio de delivery ya que el proceso operativo contra el covid 19 es desde la compra, recepción de alimentos, almacenamiento, acondicionamiento, la preparación de pedidos, el despacho y entrega de la comida. María del Carmen Gastañaga, especialista en salud ambiental y gestión ambiental de Instituto Nacional de Salud (INS)”

El Minsa (2020), “El personal que está destinado a la cocina, tiene que guardar el distanciamiento social (deben organizarse para que cada persona tenga su respectivo espacio), deben tener uniforme completo: gorra, lentes de protección, guantes, mascarilla, protector de calzado y mandil de plástico de preferencia ya que debe ser lavado y desinfectado al final del proceso”.

También el Minsa (2020), afirma: “Los responsables de cocina deben tener a la mano agua, jabón y desinfectante. Además, deben usar mascarillas descartables que deben ser cambiadas en cada turno o si se humedecen o deterioran”.

Minsa (2020), “Los responsables de la moto y transporte, deben fijarse que los pedidos tengan precintos de seguridad y doble embalaje antes de meterlo al conservador desinfectado. El vehículo debe ser desinfectado antes de la salida a ruta. El encargado debe contar con guantes, mascarilla y alcohol en gel. El vuelto deberá colocar en una superficie limpia, este proceso debe realizarse fuera de la casa o domicilio del cliente que tiene que tener su mascarilla puesta”.

Por resolución Ministerial N° 239-2020-MINSA y sus modificatorias, se aprueba el documento técnico “Lineamientos para la vigilancia de la salud de

los trabajadores con riesgo a la exposición a COVID-19” al cual el restaurante de comida saludable por delivery se debe someterse para garantizar la sostenibilidad de las medidas de vigilancia, prevención y control del covid 19” (Pasión por el derecho, 2020).

“Para el normal funcionamiento del restaurante la empresa se acoge al Decreto Supremo N° 080-2020-PCM, se aprueba la “Reanudación de Actividades” conforme a la estrategia elaborada por el Grupo de Trabajo Multisectorial conformado mediante la Resolución Ministerial N° 144-2020-EF/15” (Pasión por el derecho, 2020).

“La Única Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 080-2020-PCM, establece que en el caso de las actividades para la prestación de bienes y servicios esenciales como es la entrega de comida por delivery”. (Pasión por el derecho, 2020).

“Mediante Resolución Ministerial N° 0258-2020-MTC/01, se aprueban los Protocolos Sanitarios Sectoriales para la continuidad de los servicios bajo el ámbito del Sector Transportes y Comunicaciones” (Pasión por el derecho, 2020).

“El Ministerio de la producción publicó el Protocolo Sanitario de Operación ante el COVID-19 para el inicio gradual e incremental, en materia de servicio de entrega a domicilio (delivery), por terceros, para las actividades de “restaurantes y afines autorizados para entrega a domicilio y recojo en local” y para el “comercio electrónico de bienes para el hogar y afines el cual la empresa también debe cumplir”.

En el protocolo (2020):

- “Los repartidores de las empresas de delivery deberán contar con un seguro privado que los proteja del COVID-19.
- Las empresas de delivery, deberán crear un fondo de asistencia para brindar ayuda financiera a los repartidores que sean diagnosticados con COVID-19.
- Se implementarán Centros de Control para realizar la medición de temperatura.

El protocolo para que empresas de delivery puedan brindar el servicio es el siguiente:

Protocolo

Algunas de las disposiciones básicas publicadas en la norma son: la razón social y el RUC, N° total de trabajadores con vínculo laboral, nómina de repartidores; además, el Plan para la Vigilancia, Prevención y control del COVID-19 debe ser aprobado por el Comité de Seguridad y Salud en el trabajo de la organización.

Los puestos laborales deben identificarse y clasificarse según su nivel de riesgo de exposición, tal como lo señala la Resolución Ministerial N°239-2020-MINSA “Puestos de trabajo con riesgo de exposición a Sars-Cov-2 (Covid-19).

El empleador debe estar preparado para revisar y actualizar permanentemente los protocolos de su empresa, además de implementar medidas de higiene, limpieza y desinfección.

En la cadena de distribución y comercialización de los productos, se debe considerar el uso de medidas de protección de los trabajadores en los puestos

que tengan contacto con los clientes, haciendo uso de barreras físicas si fuera necesario.

Para la entrega de pedidos al usuario/consumidor, este se realizará tomando en cuenta la distancia recomendada (2 metros) entre persona y persona, en todo momento evitar aglomeraciones y contaminación.

La forma de entrega del pedido considerará el uso de un elemento que permita dejar el pedido en una superficie por encima del piso. Se tomarán en cuenta los siguientes pasos: i) dejar el producto sobre la superficie y alejarse al menos dos (2) metros; ii) solicitar al cliente que recoja el producto de la superficie y iii) proceder con la desinfección de manos y elementos usados en el reparto.

Asimismo, para asegurar una operación controlada y evitar aglomeraciones de Repartidores, se realizará una proyección diaria de demanda en hora de alta y baja demanda.

En cuanto a reparto de material de protección, cada empresa realizará la entrega de Kits de Protección a los Repartidores y se realizará la reposición de este Kit según lo vayan necesitando. El kit contará con mascarillas comunitarias, guantes de Nitrilo, alcohol Isopropílico, protector para el cabello (en caso requerido por las autoridades), alcohol gel, lentes protectores.

Disposiciones Sanitarias

Como disposiciones sanitarias tenemos, entre otros, como requisito obligatorio para poder atender pedidos que los repartidores pasen por los siguientes procesos obligatorios para la prestación de servicios: desinfección

diaria, medición de temperatura, verificación de uso de material de protección, entre otros.

Igualmente, se ha previsto que se debe identificar aquellas condiciones que conlleven a una potencial contaminación cruzada con el COVID-19 y que pueda afectar la salud de los repartidores, estableciendo medidas de control proporcionales y con particular cuidado en aquellas interacciones que involucre al cliente y/o consumidores.

Minsa (2020), dicta “Las Medidas De Prevención Y Protección Contra El Covid 19:

a) Acciones tecnológicas para la prevención:

- Deshabilitar método de pago en efectivo.
- Deshabilitar firma para validar cobro de orden.
- Habilitar únicamente comercios aliados que se encuentren permitidos de operar por parte del estado.
- Para asegurar una operación sana y evitar aglomeraciones en los establecimientos, se deberá disponer de una proyección de la demanda esperada, para obtener el número necesario de repartidores por hora.

b) Medidas de prevención en comercios aliados:

- Para evitar la saturación de comercios aliados y, por ende, la aglomeración de repartidores en los establecimientos, se disminuirá la cobertura del comercio aliado limitando el ingreso de pedidos y se desactivará cuando la cantidad de pedidos asignados a esa tienda disminuya.
- Se establecerán volúmenes máximos y mínimos de pedidos en progreso para cada tienda según su operativa habitual.

c) Medidas de protección personal aplicadas al repartidor:

Previo al ingreso a un comercio aliado:

- Evitar aglomeraciones.
- Estacionar el vehículo respetando señalizaciones y distancias.
- Tomar lugar según orden de llegada, respetando los espacios y distancias, avanzando según amerite.
- Medición de su temperatura corporal.

Al Ingresar a un comercio aliado

- Proceder a lavar y desinfectar sus manos.
- Retirar producto y proceder directamente a la entrega del mismo.

d) Medidas de Protección Personal en el Comercio Aliado:

- Evitar aglomeraciones: Se debe contar con la tecnología necesaria para reducir la demanda en caso un comercio aliado se sature, de esta manera se controlan las aglomeraciones de repartidores que se encuentran a la espera de un pedido.
- Marcación de áreas: Los comercios aliados deben definir un espacio debidamente marcado para la espera y entrega de pedidos a los repartidores, a fin de que no tengan contacto cercano frecuente a menos de dos (2) metros de distancia con otros repartidores o con el público en general”.

4.1.6 Viabilidad o evaluación ambiental

“Para restaurantes, la segregación y almacenamiento de los residuos se ha simplificado los colores de los recipientes para el almacenamiento de los mismos” (Ministerio del ambiente, 2019).

A través de la Resolución Directoral N° 003-2019-INACAL/DN del Instituto Nacional de Calidad (Inacal), en coordinación con el Ministerio del Ambiente (Minam), “Se aprueba la norma técnica peruana (NTP) 900.058.2019 Gestión de Residuos, referida al Código de Colores para el Almacenamiento de Residuos Sólidos.

La norma establece lo siguiente:

Verde: Papel, cartón, vidrio, plástico, textiles, madera, cuero, empaques compuestos, metales (latas y afines).

Marrón: Restos de alimentos, restos de poda, hojarasca.

Negro: Papel encerado, cerámicos, colillas de cigarro, residuos sanitarios (papel higiénico, pañales y paños húmedos, entre otros).

Rojo: Pilas, lámparas y luminarias, medicinas vencidas, empaques de plaguicidas y otros

Con la identificación de colores se busca optimizar y ser socialmente responsable con el ambiente por lo que el negocio debe cumplir con el correcto uso de los colores de recipientes de basura para una correcta segregación de los desechos en busca también de facilitar el trabajo del municipio.

Cumplir con esta separación, el restaurante contribuirá al incentivar el reciclaje del 73% de las 19 mil toneladas de basura producida en el país y contribuir los lineamientos del Minam. La Norma Técnica Peruana (NTP) indica que son siete códigos de colores para empresas de gestión no municipal, norma que no compete al restaurant”. (Ministerio del ambiente, 2019).

4.2 **Contrastación de hipótesis**

Para la contrastación de la hipótesis se realizó analíticamente debido a que para poder demostrar nuestra hipótesis de investigación solo se obtuvo únicos resultados que son los estados financieros de la empresa.

Contrastación de hipótesis General

1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El estudio de pre-factibilidad, No es viable la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020.

Ha: El estudio de pre-factibilidad, Sí es viable la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020.

2: Nivel de significancia

Para este trabajo de investigación el nivel de significancia es de 5% por se trató en lo posible evitar errores. $\alpha = 5\%$.

3: Resultados

Con los resultados obtenidos con un VANE de S/ 1,026,067.00, un VANF de S/ 1,318,218.00, un TIRE de 116.43% y un TIRF de 177.56%, el periodo de recuperación de la inversión se estima en 9 meses y 8 días; el ROE es de S/ 9.36; y la relación beneficio / costo es de 1.79.

4: Conclusión

Al tener un estudio de pre-factibilidad positiva de la empresa de delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa, se concluye que el proyecto es viable.

Por lo tanto, dado que estadísticamente se prueba que el estudio de pre-factibilidad es favorable, es probable la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020, con un nivel de confianza del 95%.



4.3 Discusión

Según nuestros resultados hallados en nuestro trabajo de tesis, aceptamos que si es viable económica mente el proyecto de comida rápida saludable porque los resultados obtenidos con un VANE de S/ 1,026,067.00, un VANF de S/ 1,318,218.00, un TIRE de 116,43% y un TIRF de 177.56%, el periodo de recuperación de la inversión se estima en 9 meses y 8 días; el ROE es de S/ 9.36; y la relación beneficio / costo es de 1.79 por lo que se concluye que el proyecto es viable. estos resultados guardan relación con las de Díaz, Huanca, Solis, & Tecserupay (2020) en su Tesis cuyo título es “Plan De Negocios Para La Elaboración De Un Servicio Integral Nutricional De Comida Saludable Para Condominios Ubicados En El Distrito De Surco” los resultados hallados por ellos son un VAN positivo y un TIR superior al costo de oportunidad de los socios, por el cual la propuesta de negocios resulta económicamente viable.

Además, también guarda relación con Valdeiglesias & Bellido (2017), en su tesis “Plan De Negocios: Creación De Una Empresa De Servicios Dedicada A La Preparación Y Delivery De Almuerzos Saludables Balanceados – Delivery Healthy Express, En Arequipa Metropolitana 2016” los resultados hallados por ellos son un VAN de S/. 127,123.72, un TIR de 82%, un Costo Beneficio de S/. 3.21 y un PRI de 1.21 que equivale a un año con 55 días, siendo indicadores favorables para la aceptación del proyecto. En conclusión, el proyecto si es viable y rentable.

Conclusiones

Primera: Al tener un estudio de pre-factibilidad positiva de la empresa de delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa, se concluye que el proyecto es viable.

Segunda: Al analizar la oferta y la demanda, se concluye que existe nula oferta de delivery de comida saludable y con respecto a la demanda, el 45% de la población objetivo está dispuesta a pagar el precio de S/12.00 por plato de comida saludable entregado por delivery.

Tercera: Al analizar los distintos distritos de Arequipa, se concluye que la localización óptima de proyecto es en el distrito de Yanahuara y como micro localización es el Óvalo de Quiñones por su cercanía a las distintas avenidas de la ciudad. El tamaño requerido es de 154m² (14*11).

Cuarta: Al realizar el análisis económico y financiero del estudio de pre factibilidad, se concluye que los costos ascienden a S/. 289,104, el capital de trabajo es de S/. 207,219, la inversión fija es de S/. 78,700 y el financiamiento es de S/. 289,104 de los cuales S/. 130,097 es financiado por el Banco de Crédito del Perú (BCP) que representa el 45% y el resto es capital propio.

Quinta: Al tener un VANE de S/. 1,026,067, un VANF de S/. 1,318,218, un TIRE de 116,43% y un TIRF de 177,56%; el periodo de recuperación de la inversión se estima en 9 meses y 8 días; el ROE es de S/9.36; y la relación beneficio / costo es de S/1.79 por lo que se concluye que el proyecto es viable.

Sexta: La viabilidad legal no se interpone en el normal funcionamiento del proyecto pese a la pandemia del Covid-19 por lo que se concluye que no existen trabas legales.

Séptima: El proyecto contempla el correcto uso de residuos sólidos basado en la norma medioambiental en el correcto uso de tachos por lo que se concluye que se tiene una viabilidad ambiental.



Recomendaciones

Primera: Realizar un benchmarking con empresas líderes que nos permitan mejorar los procesos productivos, productos y/o servicios y otros aspectos de forma que nos permita estar en los mismos términos de la competencia y así mismo, marcar la diferencia sobre nosotros.

Segunda: Asignar un presupuesto suficiente para aplicar la propuesta de negocio en otra zona, no sólo a nivel local sino también a nivel nacional e internacional que presenten factores externos similares a los evaluados en la propuesta.

Tercera: Reunir en una base de datos todas las interacciones entre la empresa y los clientes con el fin de conseguir un mejor conocimiento de sus necesidades y/o preferencias para mejorar la relación y atención con el cliente.

Cuarta: Es necesario implementar sistemas propios de gestión de calidad como también ambiental para cumplir con los requisitos que se necesitan para obtener y disponer de una certificación internacional.

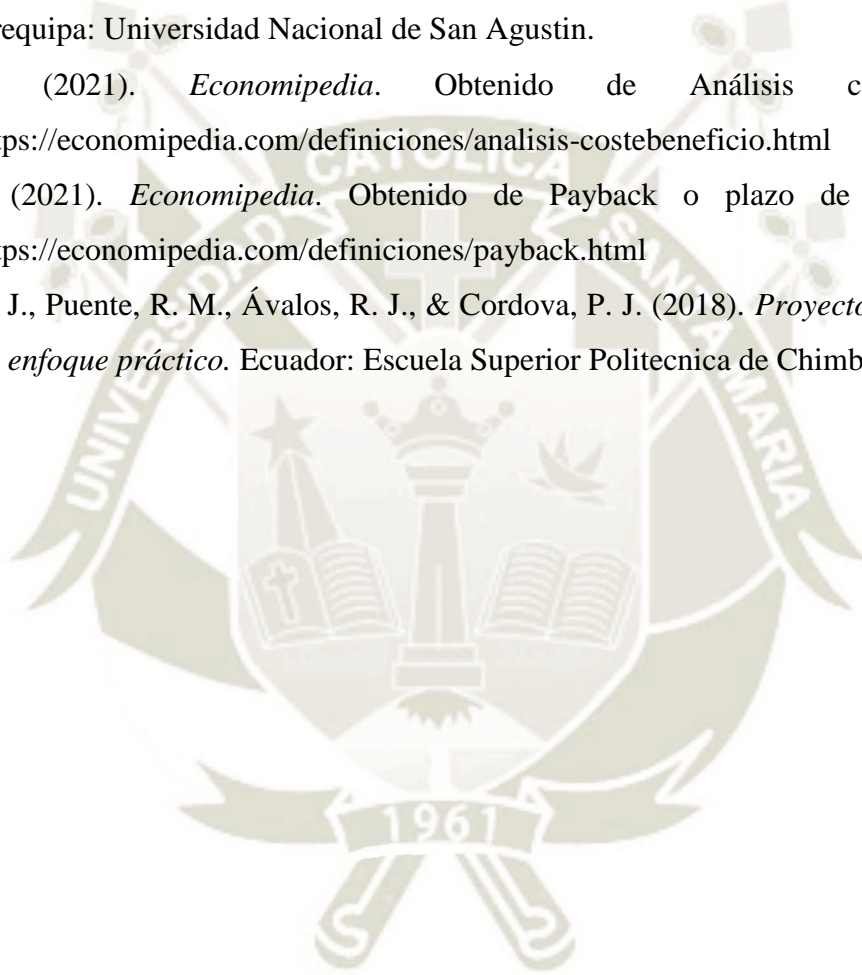
Referencia Bibliográfica

- Baca, U. G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Banco Central de Reserva del Perú sucursal Arequipa. (26 de Agosto de 2021). *Caracterización del Departamento de Arequipa*. Obtenido de Características socioeconómicas: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/arequipa-caracterizacion.pdf>
- BIRTLH. (2015). *PC01.- Procesos de producción y servivio en cocina. Comida tradicional e internacional*. Obtenido de https://ikastaroak.birt.eus/edu/argitalpen/backupa/20200331/1920k/es/COC/PC/PC01/es_COC_PC01_Contenidos/website_2_procesos_de_produccion_culinaria.html#
- CABRERA, S. G., & PISFIL, D. I. (2018). *Plan De Negocios De Comida Rápida Saludable En Lima Metropolitana 2016*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Calla. (2020). *SoloContabilidad*. Obtenido de Determinación de costos: <https://www.solocontabilidad.com/costos-por-procesos/determinacion-de-costos>
- CARRILLO, C. L. (2016). *Plan De Negocios Para Una Red De Locales De Comida Rápida Saludable En Guadalajara, Jalisco, México*. Chile: Universidad de Chile.
- Charaja, C. F. (2011). *EL MAPIC en la metodología de investigación*. Puno - Perú: Sagitario Impresiones.
- Còrdova, Z. M. (2006). *Estadística inferencial*. Lima Perú: Talleres gràficos.
- Corvo. (2021). *Lifeder*. Obtenido de ¿Qué son los recursos técnicos?: <https://www.lifeder.com/recursos-tecnicos/#:~:text=Los%20recursos%20t%C3%A9cnicos%20llamados%20tambi%C3%A9n,para%20patentes%20f%C3%B3rmulas%20etc.>
- Corvo. (18 de Enero de 2021). *Lifeder*. Obtenido de Índice de rentabilidad: cómo calcularlo y ejemplos: <https://www.lifeder.com/indice-de-rentabilidad/>
- Diario Oficial El Peruano. (09 de Febrero de 2021). *Economía*. Obtenido de Delivery, una efectiva herramienta de abastecimiento en pandemia: <https://elperuano.pe/noticia/114976-delivery-una-efectiva-herramienta-de-abastecimiento-en-pandemia>

- Díaz, D. R., Huanca, L. D., Solis, B. X., & Tecserupay, S. E. (2020). *Plan De Negocios Para La Elaboración De Un Servicio Integral Nutricional De Comida Saludable Para Condominios Ubicados En El Distrito De Surco*. Lima : Universidad Esan.
- Dorado, S. N. (2018). *Proyecto de Inversión en una nueva línea de productos Chevrolet para la empresa Madolbi Repuestos*”. Argentina: Universidad empresarial siglo veintiuno.
- El Poder del Consumidor. (12 de Mayo de 2020). Obtenido de El alto consumo de bebidas azucaradas y comida chatarra aumenta vulnerabilidad frente al COVID-19, señalan expertos: <https://elpoderdelconsumidor.org/2020/05/el-alto-consumo-de-bebidas-azucaradas-y-comida-chatarra-aumenta-vulnerabilidad-frente-al-covid-19-senalan-expertos/>
- ESAN. (20 de Julio de 2020). *ConexionEsan*. Obtenido de ¿Cómo realizar un estudio de viabilidad de proyectos de manera correcta?: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/07/como-realizar-un-estudio-de-viabilidad-de-proyectos-de-manchera-correcta-1/>
- ESAN. (26 de Septiembre de 2020). *ConexionEsan*. Obtenido de Evaluación económica y financiera de proyectos: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>
- ESAN. (24 de Enero de 2021). *ConexionEsan*. Obtenido de Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN): [https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20\(VAN\)%20es%20un%20indicador%20financiero%20que,ganancia%2C%20el%20proyecto%20es%20viable.](https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20(VAN)%20es%20un%20indicador%20financiero%20que,ganancia%2C%20el%20proyecto%20es%20viable.)
- Estefanero, C. J., & Mozo, U. M. (2017). *Plan De Negocios Para La Creación Y Desarrollo De Una Empresa De Comida Rápida Saludable En La Ciudad De Arequipa*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Fraile, G., Preve, L., & Sarria, A. V. (2013). *Las finanzas en la empresa combinado rigurosidad e intuición*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial SRL.
- Galán. (17 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Capital de trabajo: <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>
- Galán. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Análisis económico: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-economico.html>

- Google. (2020). *Google maps*. Obtenido de <https://www.google.com.pe/maps/@-16.3885649,-71.5288211,12z?hl=es&authuser=0>
- Hernández, S. R. (2014). *Metologia de la investigación*. Mexico: Printed in Mexico.
- Marchant, P. J. (2019). *Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Plan De Negocio Para Una Empresa De Servicio De Alimentación Móvil De Comida Rapida (Food Truck)*. Chile: Universidad Tecnica Federico Santa Maria Viña del Mar.
- MINAM. (2021). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de Evaluación Ambiental Estratégica: <https://www.minam.gob.pe/seia/evaluacion-ambiental-estrategica/>
- Morales, C. A., & Morales, C. J. (2012). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Ochoa, F. V. (11 de Agosto de 2019). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/se-desaceleraria-crecimiento-de-mercado-de-fast-food-y-delivery-noticia/?ref=gesr>
- QuestionPro. (2021). Obtenido de Estudio de prefactibilidad. Qué es, ventajas y objetivo de su implementación: <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-de-prefactibilidad/>
- Rodriguez. (2021). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de Localización del proyecto: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html
- Rus. (20 de Septiembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Factibilidad legal: <https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-legal.html>
- Salvador, P. L., Jurado, Z. R., Rodriguez, S. P., Revelo, O. R., & Haro, H. E. (2017). *Diseño y Evaluación de proyectos de inversion*. Ecuador: colecciones empresariales.
- Sapag, C. N., & Sapag, C. R. (2012). *Preparación y Evaluación de proyectos*. Bogota Colombia: Mc Graw Hill.
- Sevilla. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Estados financieros: <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Sevilla. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Tasa interna de retorno (TIR): <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- SNIP. (2014). *Guia general para identificación formulación y evaluación social de proyectos de inversión publica a nivel perfil*. Lima: Ministerio de Economía y Finanzas.

- Uranga, E. (13 de Noviembre de 2020). *Kantar*. Obtenido de <https://www.kantar.com/es/inspiracion/coronavirus/el-crecimiento-del-60-del-delivery-suaviza-el-fuerte-desplome>
- Valdeiglesias, B. T., & Bellido, C. Z. (2017). “*Plan De Negocios: Creación De Una Empresa De Servicios Dedicada A La Preparación Y Delivery De Almuerzos Saludables Balanceados – Delivery Healthy Express, En Arequipa Metropolitana 2016*”. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Vásquez. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Análisis coste/beneficio: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>
- Velayos. (2021). *Economipedia*. Obtenido de Payback o plazo de recuperación: <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- Viñán, V. J., Puente, R. M., Ávalos, R. J., & Cordova, P. J. (2018). *Proyectos de inversión un enfoque práctico*. Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo .





Anexo 01: Plan de Tesis

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICO

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL



**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA VIABILIDAD DE
UNA EMPRESA DELIVERY DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE EN
LA CIUDAD DE AREQUIPA 2020**

PLAN DE TESIS

PRESENTADO POR:

ANCO ROSAS JOSÉ CRISTIAN

ESPECIALIDAD:

ECONOMIA

AREQUIPA

2020

INDICE DE CONTENIDOS

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema

1.2. Descripción

1.2.1. Campo, Área y Línea

1.2.2. Tipo de problema

1.2.3. Variables

1.2.4. Interrogantes básicas

1.3. Justificación

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

1.4.2. Objetivos específicos

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Restaurante

1.5.2. Comida rápida

1.5.3. Definición de comida rápida

1.5.4. Comida rápida en Perú

1.5.5. Comida fast good en Perú

1.6. Estudio de Pre factibilidad

1.6.1. Estudio de Mercado

1.6.1.1 Análisis de la Oferta

1.6.1.2. Principales tipos de oferta

1.6.1.3. Análisis de la Demanda

1.6.1.4. Estrategia de Comercialización

1.6.2. Estudio Técnico

1.6.3. Tamaño del Proyecto

1.6.3.1. Localización Óptima del Proyecto

1.6.3.2. Ingeniería del Proyecto

1.6.3.3. Análisis Administrativo

1.6.4. Estudio Económico

1.6.4.1. Determinación de los costos

1.6.4.2. Capital de Trabajo

1.6.4.3. Inversión Total Inicial

1.6.4.4. Financiamiento

1.6.4.5. Estados Financieros

1.6.4.6. Evaluación del Proyecto

1.6.4.7. Evaluación Económico-Financiero

1.6.5. Análisis de Sensibilidad

1.6.6. Antecedentes

1.7. Hipótesis

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e instrumentos

2.2. Estructura de los instrumentos

2.3. Campo de Verificación

2.3.1. Ámbito

2.3.2. Temporalidad

2.3.3. Unidades de Estudio

2.4. Estrategia de recolección de datos

2.5. Recursos necesarios

2.5.1. Humanos

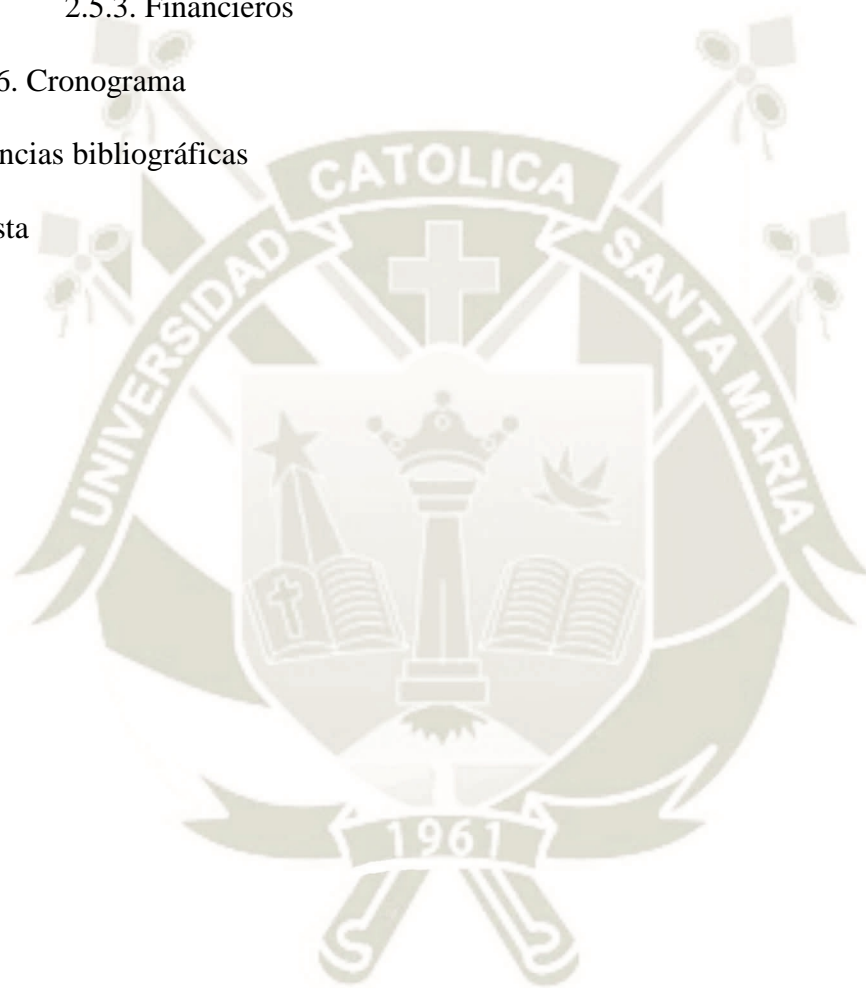
2.5.2. Materiales

2.5.3. Financieros

2.6. Cronograma

Referencias bibliográficas

Encuesta



1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema

Arequipa es la cuarta región más poblada, después de Lima, Piura y La Libertad. Todas estas concentran el 50.8 % de la población en el Perú. El INEI dice que Arequipa es la segunda ciudad con mayor crecimiento poblacional entre el censo de 2007 y el de 2017. El aumento fue a ritmo anual de 1.8 %, más de 23 000 habitantes por año. IPE (2018).

Ante tal crecimiento poblacional, la demanda de transporte público también ha visto afectada, su crecimiento descontrolado ha hecho que sea complicado trasladarse de un lugar a otro. Por esa razón, en la actualidad, los servicios de delivery han tomado mayor protagonismo en algunas ciudades del Perú teniendo muy buena aceptación en Lima, Arequipa, Trujillo, Piura, ya que al ser ciudades importantes y tener un alto crecimiento poblacional resulta más eficiente para la población hacer los pedidos vía call center o aplicativo. Por lo tanto, las personas ahorran tiempo y dinero.

Según informa Semana Económica: “El mercado de delivery creció 9% el año pasado, llegando a ventas por S/.76 millones, mientras que las transacciones crecieron 6% a 17 millones. Para el 2019, se espera una expansión de 6%”.

Actualmente en Arequipa existe una creciente preocupación de los consumidores por su salud, junto a esto el panorama nos indica un alto índice de obesidad y sobrepeso, entre otras enfermedades, para agravar este sector económico el gobierno ha decretado el cierre de los restaurantes y bares, lo que ha generado considerables perjuicios económicos al sector gastronómico, pero todavía hay establecimientos que luchan contra los embates del coronavirus y han decidido apostar por primera vez por las entregas a domicilio.

La mitad de la población tiene un riesgo cardiovascular alto o muy alto, con promedios nacionales, es por esto que seremos una opción de comida y bebidas saludables en un mercado inundado de restaurantes de comida chatarra y bebidas artificiales compuestas por alimentos procesados plagados de químicos y preservantes.

1.2. Descripción

La idea del negocio plantea ofrecer productos con bajo contenido de sal, carbohidratos y grasas trans, así también servicios en un establecimiento de acogedora decoración y excelente sabor en sus platillos para poder brindar una opción alternativa para aquellas personas que no tienen suficiente tiempo para alimentarse correctamente debido a su horario de trabajo que se ven obligados a consumir comida rápida y a los amantes de la comida rápida preocupados por su salud.

1.2.1. Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Sociales.

Área: Ingeniería Comercial.

Línea: Finanzas y Proyectos.

1.2.2. Tipo de problema

Investigación descriptiva, debido a que vamos a observar y describir el comportamiento de las personas, con el objetivo de conocer si es factible la viabilidad de una empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa.

1.2.3. Variables

Independiente

Estudio de Pre-factibilidad.

Dependiente

Viabilidad de una empresa delivery de comida rápida saludable.

Operacionalizacion de las variables

VARIABLES	INDICES	INDICADORES
Variable independiente: Estudio de Pre-factibilidad	Estudio de mercado	Análisis de la Oferta Análisis de la Demanda Estrategia de Comercialización
	Estudio técnico	Tamaño del Proyectto Localización Optima del Proyectto Ingeniería del Proyectto Análisis Administrativo
	Estudio Económico	Determinación de los costos Inversión Financiamiento Estados Financieros
Variable dependiente: Viabilidad de una empresa delivery de	Evaluación económica financiera	Análisis de Sensibilidad VPNE TIRE VPNF TIRF

comida rápida saludable		
-------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia

1.2.4. Interrogantes básicas

a). General

- ¿Mediante el estudio de pre factibilidad es posible la viabilidad de una empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa?

b). Específicas

- ¿Cuáles son las características que identifican a la comida rápida saludable?
- ¿Qué productos y servicios serán ofertados?
- ¿Por qué razones se da el consumo de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa?
- ¿Qué elementos participan en la comercialización de comida rápida saludable?
- ¿Qué elementos se consideran en la formulación del plan de Marketing?
- ¿Qué recursos se utilizan en la elaboración del plan de Implementación?
- ¿Cuáles son los componentes a tomar en cuenta en el plan de gestión y de operaciones?
- ¿Cuál es la estructura y composición del plan de financiero?

1.3. Justificación

Mediante el siguiente trabajo de investigación se profundizará el estudio del mercado arequipeño y las características necesarias para ejecutar un plan de negocios para poner en marcha una empresa delivery de comida rápida saludable y ver su viabilidad. El

tema responde a la conveniencia de aprender que el mantenimiento de un sistema de alimentación adecuado es la base fundamental para una mejor calidad de vida.

Sobre todo, la alimentación sana facilita y promueve una vida futura menos propensa a las enfermedades que hoy afectan la salud de tantos Arequipeños; especialmente, porque se muestra una alta tasa de enfermedades crónicas no transmisibles.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Determinar la pre-factibilidad de una empresa delivery de comida rápida saludable, en la ciudad de Arequipa.

1.4.2. Objetivos específicos

- Indicar los componentes de la comida rápida saludable, para dar a conocer sus propiedades
- Analizar y evaluar estratégicamente el comportamiento externo e interno del sector y el nivel de competitividad de negocios similares
- Señalar los elementos que participan en la comercialización de comida rápida saludable, para satisfacer a la población arequipeña
- Desarrollar el mix de marketing y establecer las estrategias de posicionamiento, competitividad y crecimiento en el mercadeo
- Indicar los equipos necesarios para la implementación del proyecto, asimismo poder determinar el riesgo del negocio
- Señalar aspectos societarios, legales y de organización para la determinación del proyecto
- Establecer los procedimientos, sistemas y operaciones en las diferentes áreas del negocio, para el desarrollo de las actividades

- Analizar el aspecto económico y financiamiento del estudio de pre-factibilidad

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Restaurante

Según la RAE (2016) se define como Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local.

1.5.2. Comida rápida

La comida rápida tiene su origen en Europa en el siglo XIX cuando los mercenarios cosacos del ejército ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirviera lo antes posible; lo hacían repitiendo la palabra bistró (en ruso, bystro significa rápido). Desde entonces los restaurantes franceses de atención rápida quedaron con la denominación de bistró.

No obstante, el concepto llegó a América recién a inicios del siglo XX cuando, en 1912, se inauguró el primer Auto food en Nueva York, un local de autoservicio que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar con monedas. Luego, con la llegada a Estados Unidos de América (EUA) de los populares drive-through (atención al vehículo) en la década de 1940, se inicia un periodo de popularidad de este tipo de servicio. Así, el concepto de comida rápida se instala en la vida de Occidente.

Con los años, han surgido corrientes de alimentación contrarias a la comida rápida que reivindican en la comida saludable (slow food, fast good y smart food). Arbanza 2014.

1.5.3. Definición de comida rápida

Existen diversas definiciones de fast food. La EAE BusinessSchool define como la comida que se sirve en restaurantes de servicio rápido (en los que no se atiende en la

mesa), locales de comprar y llevar, puntos de venta en la calle (stands, furgonetas, etc.) y locales de ocio como teatros, cines, salas de juego o encuentros deportivos. Sonia Allison la define como «... comida preparada que se puede llevar caliente de los establecimientos y restaurantes y comida inmediatamente o platos precocinados que se venden en supermercados o tiendas de alimentación y que solamente hay que recalentar antes de servirlos Allison (2017).

Este concepto se introduce en la vida de las personas a medida que la sociedad experimenta una mayor prisa, pero no quiere prescindir de nada, por lo que hay que sacar «tiempo al tiempo» y muchas veces este ahorro se busca en la comida.

1.5.4. Comida rápida en Perú

El negocio de comida rápida en el Perú se inició en la década de 1980 con el ingreso de las franquicias de KFC y Pizza Hut, traídas por el grupo Delosi, y desde ese momento ha experimentado un crecimiento sostenido, creado un tipo de consumidor y una regulación estatal sobre él. Villalobos, J. (2012).

1.5.5. Comida fast good en Perú

El negocio de la comida fast good en Perú no se encuentra muy desarrollado pues este tipo de negocios y más que todo el término de comida “fast good” resulta ser algo novedoso en el mercado peruano y más que todo en el arequipeño. En Lima existen pocos ofertantes de estos tipos de comida, cada uno con un “target” y productos determinados. Algunos ejemplos de negocios son: Bendito Pan: es una cafetería eco-artesanal, donde elaboran sus propios panes hechos a base de semillas y granos peruanos. Además, podrás disfrutar de una carta surgida de la necesidad de comer sano.

DYS: Design Your Salad. Diseñas la ensalada que deseas eligiendo entre más de 100 ingredientes. Además, encuentras: cremas de verduras, postres, refrescos y jugos de frutas, cervezas artesanales, café orgánico, etc.

Cafefit: Aquí encontrarás alimentos saludables, nutritivos y ricos. Suplementos nutricionales y productos orgánicos y ecológicos. Su carta ha sido cuidadosamente supervisada por nutricionistas deportivos y está separada en tres grupos de acuerdo al contenido calórico, proteico y de carbohidratos.

Sanaoria FastGood: Aquí podrás armar tus propias ensaladas con los más de 25 toppings, crear tus propios wraps y combinar las frutas de estación para disfrutar de tus propios jugos. Encuentra sándwich, cremas, tortillas, postres hechos con harina integral, chocolate bitter orgánico, panela, e incluso muchos son libres de gluten.

Veggie Pizza: Las masas se hacen a mano, tienen germen y salvado de trigo, linaza, sal de maras, romero, y muchos ingredientes saludables para el cuerpo. El queso mozzarella es de Cajamarca, artesanal y bajo en grasas. Los postres crudiveganos son de pura fruta y cacao orgánico.

Mientras que, en Arequipa, tenemos mayormente negocios mixtos, donde su carta esta mezclada entre productos fast good y fast food; unos ejemplos serían: Pura fruta, Díaverde, Squitch; ente algunos recién surgiendo se encuentran Green, Fitness Food y los diferentes restaurants orientados a comida vegetariana y vegana.

1.6. Estudio de Pre factibilidad

El Estudio de Pre factibilidad comprende el análisis Técnico – Económico de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado. Los objetivos de pre factibilidad se cumplirán a través de la Preparación y Evaluación de Proyectos que permitan reducir los márgenes de incertidumbre a través de la estimación de los

indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que apoyan la toma de decisiones de inversión. La fuente de información debe provenir de fuente secundaria. (Thompson B., Janneth, 2009).

1.6.1. Estudio de Mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. (Urbina, 2001).

1.6.1.1 Análisis de la Oferta

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del

producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

1.6.1.2. Principales tipos de oferta

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta. En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

- a) **Oferta competitiva o de mercado libre.** Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- b) **Oferta oligopólica (del griego oligos, poco).** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no solo es riesgoso sino en ocasiones hasta imposible.
- c) **Oferta monopólica.** Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad. (Urbina, 2001).

1.6.1.3. Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera.

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como

$$\text{Demanda} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Para efectos de análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue:

- a) **Demanda insatisfecha**, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) **Demanda satisfecha**, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere, Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - o **Satisfecha saturada**, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está

usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

- **Satisfecha no saturada**, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentra dos tipos:

- a) **Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios**, que son la que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) **Demanda de bienes no necesarios o de gusto**, que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a) **Demanda continua** es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo ira en aumento mientras crezca la población.
- b) **Demanda cíclica o estacional** es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvia, enfriadores de aire en tiempo de calor, etc.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) **Demanda de bienes finales**, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) **Demanda de bienes intermedios o industriales**, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final (Urbina, 2001).

1.6.1.4. Estrategia de Comercialización

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio con los beneficios de tiempo y lugar.

Es el aspecto de la mercadotecnia más vago y, por esa razón, el más descuidado.

Al realizar la etapa de pre factibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos investigadores simplemente informan en el estudio que la empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de comercialización. Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización representa.

A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género al mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto

en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera con la compra. (Urbina, 2001).

1.6.2. Estudio Técnico

El objetivo del estudio técnico es determinar la función e producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica e la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Urbina, 2001).

1.6.3. Tamaño del Proyecto

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Hay que aclarar que tal determinaciones difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño depende también depende de los turnos trabajados, ya que para un cierto equipo instalado, la producción varia directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Por tanto, el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. (Urbina, 2001).

1.6.3.1. Localización Óptima del Proyecto

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará. (Urbina, 2001).

1.6.3.2. Ingeniería del Proyecto

Sobre la ingeniería del proyecto se puede decir que, técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital.

En esta misma parte están englobados otros estudios, como el análisis y la elección de los equipos necesarios, dada la tecnología seleccionada; enseguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que por fuerza se calculan todas y cada una de las áreas que formaran la empresa.

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Urbina, 2001).

1.6.3.3. Análisis Administrativo

Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo.

Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo delicado y minucioso, se incluye en la etapa del proyecto definitivo. (Urbina, 2001).

1.6.4. Estudio Económico

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesario para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. (Urbina, 2001)

1.6.4.1. Determinación de los costos

Costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. Véase algunos ejemplos: los costos

pasados, que no tienen efecto para propósitos de evaluación, se llaman costos hundidos, a los costos o desembolsos hechos en el presente (tiempo cero) en una evaluación económica se les llama inversión, en un estado de resultados pro forma o proyectado en una evaluación, se utilizarían los costos futuros, y el llamado costo de oportunidad sería un buen ejemplo de costo virtual, así como también lo es el hecho de asentar cargos por depreciación en un estado de resultados, sin que en realidad se haga un desembolso. (Urbina, 2001)

A.-Costos de producción

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costeo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico. El proceso de costeo en producción es una actividad de ingeniería, más que de contabilidad, Los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

- Costo de materia prima.
- Costo de mano de obra.
- Envases.
- Costos de energía eléctrica.
- Costos de agua.
- Combustibles.
- Control de calidad
- Mantenimiento.
- Cargos de depreciación.

- Otros costos.
- Costos para combatir la contaminación. (Urbina, 2001)

a) Costos de administración

Son como su nombre lo indica, los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa. También debe incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización. (Urbina, 2001)

b) Costos de ventas

En ocasiones, el departamento o gerencia de ventas también es llamado mercadotecnia. En este sentido, vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotécnica abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores. (Urbina, 2001)

1.6.4.2. Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable, ese capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Todo esto constituiría el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como

impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras la inversión fija y diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y la amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que se supone que, dada su naturaleza, la empresa se resarcirá de él a corto plazo. (Urbina, 2001)

1.6.4.3. Inversión Total Inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terreno, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades (a diferencia del activo circulante).

Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de inversión, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia tecnológica, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicio (como luz, teléfono, agua y servicios

notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, etc. (Urbina, 2001).

1.6.4.4. Financiamiento

Una empresa está financiada cuando ha pedido en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias. (Urbina, 2001).

1.6.4.5. Estados Financieros

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Esta definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos (Urbina, 2001).

1.6.4.6. Evaluación del Proyecto

La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objetivo conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. (Urbina, 2001).

1.6.4.7. Evaluación Económico-Financiero

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar su rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor del dinero a través del tiempo. (Urbina, 2001).

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión

necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar su rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor del dinero a través del tiempo. (Urbina, 2001).

1.6.5. Análisis de Sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad (AS) el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.

El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, divididos como se muestra en un estado de resultados, ingresos, volumen de producción, tasa y cantidad de financiamiento, etc. Es recomendable hacer AS al final del año, debido a que la variación de algunas variables es siempre general o considerar promedios anuales en el caso de la tasa de inflación y aplicarlos sobre los insumos. Por otro lado, hay variables que están fuera del control del empresario y sobre ellas si es necesario practicar un AS. La primera de estas variables es el volumen de producción que afectaría directamente a los ingresos. (Urbina, 2001).

Valor Presente Neto (VPN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Urbina, 2001).

Para su cálculo es necesario obtener los flujos netos de efectivo (FNE) calculados en el estado de resultados, que representan las utilidades anuales de la empresa. Si se quieren representar los FNE por medio de un diagrama, éste podría quedar de la siguiente manera: tome para el estudio un horizonte de tiempo de, por ejemplo, cinco años. Trace una línea horizontal y divida esta en cinco partes iguales, que representan cada uno de los años. A la extrema izquierda coloque el momento en el que se originó el proyecto o tiempo cero.

Represente los flujos positivos o ganancias anuales de la empresa con una flecha hacia arriba, y los desembolsos o flujos negativos con una flecha hacia abajo. En este caso, el único desembolso es la inversión inicial en el tiempo cero, aunque podría darse el caso de que en determinado año hubiera una pérdida (en vez de ganancia), y entonces aparecería en el diagrama de flujo una flecha hacia abajo. Cuando se hacen los cálculos de pasar, en forma equivalente, dinero del presente al futuro, se utiliza una i de interés o de crecimiento del dinero; pero cuando se quieren pasar cantidades futuras al presente, como en este caso, se usa una tasa de descuento, llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y a los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados.

La definición ya tiene sentido. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos,

lo cual dará por resultado que el valor presente neto (VPN) sea mayor a cero.

Para calcular el VPN se utiliza el costo de capital o TMAR.

Si la tasa de descuento o costo de capital, TMAR, aplicada en el cálculo del VPN fuera la tasa inflacionaria promedio pronosticada para los próximos cinco años, las ganancias de la empresa sólo servirían para mantener el calor adquisitivo real que esta tenía en el año cero, siempre y cuando se reinvirtieran todas las ganancias. Con un $VPN = 0$ no se aumenta el patrimonio de la empresa durante el horizonte de planeación estudiado, si el costo de capital o TMAR es igual al promedio de la inflación en ese periodo. Pero aunque $VPN = 0$, habrá un aumento en el patrimonio de la empresa si la TMAR aplicada para calcularlo fuera superior a la tasa inflacionaria promedio de ese periodo.

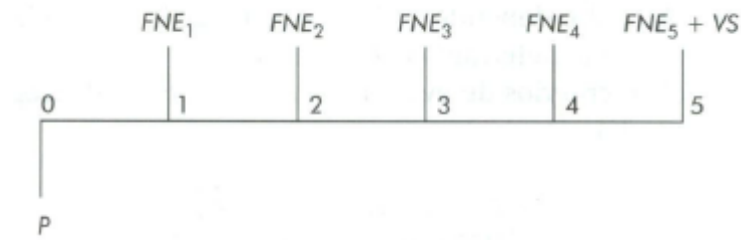
Por otro lado, si el resultado es $VPN > 0$, sin importar cuanto supere a cero ese valor, esto solo implica una ganancia extra después de ganar la TMAR aplicada a lo largo del periodo considerado. Esto explica la gran importancia que tiene seleccionar una TMAR adecuada.

La ecuación para calcular el VPN para el periodo de cinco años es:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

VS = Valor de salvamiento.

Representamos el flujo de efectivo:



Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero, tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

Con el criterio de aceptación que emplea el método de la TIR: si esta es mayor que la TMAR, acepte la inversión; es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente aceptable

El método de la TIR tiene una desventaja metodológica. Cuando los FNE son diferentes cada año, el único método de cálculo es el uso de la ecuación siguiente:

$$P = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

En la operación práctica de una empresa se da el caso de que exista una pérdida en determinado periodo. En esta situación se recomienda no usar la TIR como

método de evaluación y, en cambio usar el VPN que no representa esta desventaja. (Urbina, 2001).

1.6.6. Antecedentes

Título: “El buen sabor” Una nueva opción de almuerzos delivery para el sector empresarial de Lima.

Autores: De la Cruz Bett, Pedro Enrique y Peña Gomez, Magaly Deicy

Año: 2017

Fuente: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/>

El presente plan de negocio tiene como objetivo la implementación de un negocio de almuerzos delivery para las principales zonas empresariales de San Isidro. Conscientes que para cualquier negocio basado en la venta de alimentos, la sazón es uno de los principales factores de éxito. El plan de negocio contempla una estrategia que identifica, impulsa la venta y conserva la sazón de los platos más solicitados; los que a largo plazo serán los principales impulsores del negocio.

Asimismo, para establecer la factibilidad del proyecto; el presente documento detalla un estudio de mercado en el cual se identifica el perfil del consumidor objetivo y cuantifica la probabilidad inicial y a corto plazo de la demanda esperada. También mediante un análisis interno y externo del negocio (análisis F.O.D.A. y análisis de fuerzas competitivas de Porter) se determinaron los principales factores de mercado a explotar sobre los competidores y las debilidades sobre las cuales se deberá tener un principal cuidado buscando siempre alcanzar los objetivos propuestos del negocio.

Título: “Plan de negocios: creación de una empresa de servicios dedicada a la preparación y delivery de almuerzos saludables balanceados – Delivery Healthy Express, en Arequipa Metropolitana 2016”.

Autores: Traisy Valdeiglesias Bellota y Zhenia Nailé Bellido Choque

Año: 2016

Fuente: Biblioteca de la UNSA

Hoy en día lo primero que escuchamos cuando estamos frente a los profesionales de la salud es sobre la alimentación y realización de ejercicios lo que al parecer las nuevas generaciones no lo toman en cuenta, seguramente por la vida muy acelerada, la poca disponibilidad de tiempo, optando por el consumo de comida al paso o rápida, y si es de menor costo, mucho mejor, provocando la autodestrucción e inicio de diversas enfermedades que empiezan sin percatarnos y nos conducen a una muerte lenta. Estas razones nos llevaron a desarrollar el trabajo de investigación denominado PLAN DE NEGOCIOS CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA A LA PREPARACIÓN Y DELIVERY DE ALMUERZOS SALUDABLES BALANCEADOS – DELIVERY HEALTHY EXPRESS, EN AREQUIPA METROPOLITANA 2016.

Donde se toca temas del planteamiento teórico, siendo su contenido el enunciado del problema, enfocamos el problema de investigación su fundamentación, justificación, viabilidad e importancia, describimos el problema, con los puntos relacionados a este aspecto de la investigación. Así mismo se desarrolló lo relacionado con el marco de referencia conceptual, donde registramos conceptualizaciones relacionadas al tema de investigación, seguido a ello se

desarrolló lo correspondiente al planteamiento operacional, para luego obtener el análisis de opiniones de los consumidores sobre los almuerzos saludables y terminar con el desarrollo del plan de negocios

Título: Plan de negocios para la formación de una empresa enfocada a la preparación y delivery de almuerzos nutricionales para trabajadores de oficinas en la ciudad de Arequipa, 2017

Autores: Edson Gianmarco Torres y Apaza y Luis Cruz Arteaga

Año: 2017

Fuente: Biblioteca de la UNSA

El Plan de negocios es realizado para demostrar la rentabilidad y viabilidad que tendrá al empezar e implementar una empresa que se dedique a la preparación de almuerzos y su delivery de los mismos, pero esta la diferencia es que esta comida es nutricional dirigida al sector empresarial de la ciudad de Arequipa.

Este plan de negocios surge ante los constates cambios alimenticios de las personas, las cuales tienen un estilo de vida actualmente no tan sano y rutinario, surgiendo así la necesidad de implementar para satisfacer un mercado con una demanda potencial y a la vez exigente.

Según cifras del INEI el rubro restaurantes viene con una tendencia positiva, por lo tanto la industria del sector alimentación tiene una dinámica muy fuerte, y dando como resultados que la ciudad de Arequipa tiene un mayor crecimiento.

En el estudio de mercado realizado que se da entre personas de 20 a 64 años de edad del sector socioeconómico B en la ciudad de Arequipa, se va determinando que los encuestados tienen un reducido tiempo para almorzar y en su gran parte

lo realizan fuera de casa, a su vez gran parte de los encuesta manifiesta conocer empresas que dan servicio delivery.

Se muestran con un grato interés en un servicio de comida balanceada y delivery hacia su oficina y así resulto viable el proyecto ya que existe una necesidad de mercado no satisfecha.

En el plan de marketing se exponen estrategias y herramientas que se utilicen para llegar al mercado objetivo y detallando los procesos y operaciones principales.

1.7. Hipótesis

Es probable que, mediante el análisis de los estudios de mercado, económico, técnico y la evaluación económica-financiera sea viable una empresa delivery de Comida Rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020.

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. Técnicas e instrumentos

Las técnicas de investigación corresponden a las distintas maneras de obtener los datos que luego de ser procesados, se convertirán en información. Entre estas se tiene: la observación (participante y no participante), la encuesta, la entrevista, y la discusión grupal.

Los instrumentos de investigación son los medios materiales que se emplean para la recolección de datos. Entre estos se tiene: la ficha de observación, la lista de cotejo, el cuestionario, la guía de entrevista o guion de entrevista, el guion de discusión grupal.

Según Buendía (2017), "La encuesta sería el procedimiento de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida" (p. 120)

De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

2.2. Estructura de los instrumentos

La presente investigación tiene como objetivo identificar a mayor detalle el perfil del consumidor y el consumo habitual de servicios de comida delivery en el sector empresarial, así como comprender a mayor detalle sus necesidades e identificar mediante la relación de los datos obtenidos oportunidades de negocio. Las encuestas constaron de 18 preguntas y en la parte inferior presentan la opción para que los encuestados coloquen sus datos, esto con la idea de conocer que tan dispuestos están

a recibir información sobre el servicio y armar una base de datos real de futuros clientes.

Es así como las encuestas fueron realizadas a una muestra representativa de consumidores, los cuales fueron seleccionados tomando en consideración su lugar de trabajo (los sectores 3, 4 y 5 del mercado de Arequipa). Las encuestas fueron realizadas por los miembros del equipo de trabajo y se realizaron de manera presencial, face to face, con el fin de obtener respuestas espontáneas y completas. Así mismo, se redactó con un lenguaje sencillo diferentes preguntas abiertas y cerradas. Se realizaron un total de 384 encuestas a personas que a la fecha o en los últimos 12 meses hayan trabajado o trabajen en el mercado de Arequipa. La encuesta, los resultados y la información obtenida de la misma forman parte del presente documento y se encuentran a detalle en el Anexo 1.

2.3. Campo de Verificación

2.3.1. Ámbito

Provincia de Arequipa.

2.3.2. Temporalidad

El estudio inicia en Junio de 2020 hasta Agosto del 2020.

2.3.3. Unidades de Estudio

Universo: Está conformado por personas que trabajan, estudian y viven en la ciudad de Arequipa.

Muestra: Para la muestra la obtenemos de la fórmula de poblaciones. Nivel de confianza de 95% y el error estimado 5%.

Dónde:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Z= Nivel de Confianza (95%).

N= Tamaño de la población.

P= Probabilidad de éxito.

Q= Probabilidad de fracaso.

E= Precisión.

Entonces reemplazando tenemos:

$$n = \frac{1.95^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1034736}{0.05^2 \times (1034736 - 1) + 1.95^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 384 encuestas.

2.4. Estrategia de Recolección de Datos

Los datos numéricos se procesaron para tener la más clara y rápida comprensión de los hechos estudiados, y con ellos se construyeron las tablas estadísticas, figuras, etc.; de tal manera que se sintetizaron sus valores y se pudo, a partir de ellos, extraer enunciados de índole teórico, ya sea agrupando, relacionando y/o analizando los datos, para obtener generalizaciones empíricas, su análisis precisó un conjunto de transformaciones como la evaluación de los datos, edición de los datos, la clasificación de los datos y la agrupación sistemática.

Asimismo, se ha procedido a un análisis, primero estadístico y luego interpretativo en relación al sistema de la variable, sustentando la mayor objetividad posible, para llegar a la ponderación de los resultados en relación a los objetivos.

Para el análisis e interpretación de los datos se elaborarán: tablas de distribución de frecuencias, figuras y además se harán las siguientes medidas estadísticas:

- La media
- La moda
- La media aritmética

2.5. Recursos necesarios

2.5.1. Humanos

- Investigador: Anco Rosas José Cristian
- Un estadístico
- Encuestadores
- Especialista en marketing digital
- Un contador
- Universidad: Apoyo de la Plana Docente

2.5.2. Materiales

- Anillados y empastados
- Una cámara fotográfica.(Canon 35 Pixeles)
- Una memoria USB.(24 Gigas LG)
- Software SPSS.
- Una Laptop
- Una impresora de tinta continua (Epson L110)
- Dos millares de papel Bond A4.
- Fotocopias.
- Cuaderno de notas.
- Universidad: Apoyo en cuanto a materia bibliográfico, asesoría.
-

2.5.3. Financieros

Investigador: Aportarán la inversión

Universidad: Sin aportación

2.6. Cronograma

Actividades	Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del plan	X	X										
Aplicación de los instrumentos		X	X	X	X							
Aprobación del proyecto			X	X	X							
Registro de las acciones					X	X						
Tabulación de la información							X	X	X			

Elaboración del informe										X		
Evaluación del informe											X	
Sustentación de la investigación												X

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albornoz A. Eneido B. (2016). *Administración III*. México D.F.: Editorial. McGraw Hill

Alvarado L. y Agurto H. (2009). *Estadística para Administración y Economía con aplicaciones en Excel*. Editorial San Marcos. Perú.

Arellano R. (2000). *Los estilos de vida en el Perú. Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. Consumidores y mercados (Perú) S.A. Lima-Perú.

Becerra A. y García E. (2010). *Planeamiento estratégico para micro y pequeñas empresas*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Lima.

Beltrán A. y Cueva H. (2007). *Evaluación privada de proyectos* Lima-Perú: Segunda Ed.

Chiavenato I. (2012). *Gestión del Talento Humano*. Editorial Colombia: Editorial. McGraw Hill.

Diario El Comercio. El Perú ya alberga a más de 550 locales de comida rápida. 17 abril 2017.

Diario El Comercio. El negocio de los fast food: más locales con nuevos comensales. 21 marzo 2017.

Diario El Comercio. Ley de la alimentación saludable no mejorará los hábitos de comida, 17 mayo 2017.

Diario La República. Se mantendrá congelado el sueldo mínimo hasta 2014. 28 noviembre 2017.

F.J. Fojo. (2013). *Una breve historia de la obesidad*. Primera Edición. Editorial. Prelibrio EE.UU

Fred. R. D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición. Editorial. Pearson.

Fundación CODEC TEMAGUIDE (2015). *Pautas metodológicas en Gestión de la Tecnología y la Innovación en las empresas*. España.

García, Apolinar E. (2003). *Estrategias Empresariales*. Primera Edición, Colombia: Editorial Bilineata.

Gitman Lawrence J. (2003). *Principios de la Administración Financiera*. México: Décima Edición. Editorial Pearson Education.

Horngrén Charles T. Sundem Gary L. y Stratton William. (2006). *Contabilidad Administrativa*. México: Decimotercera Edición. Pearson Education

Kotler P. y Armstrong G. (2008). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.

Manene L. (2011). *Benchmarking; definiciones y aplicaciones*. España: Editorial Mc Graw Hill.

Martínez Velarde J. (2015). *Investigación Mercantil*. España: 1era Edición, Editorial Paraninfo.

Mathis R y Jackson H. J. (2013). *Fundamentos de la Administración de recursos Humanos*. México: Editorial International Thompson

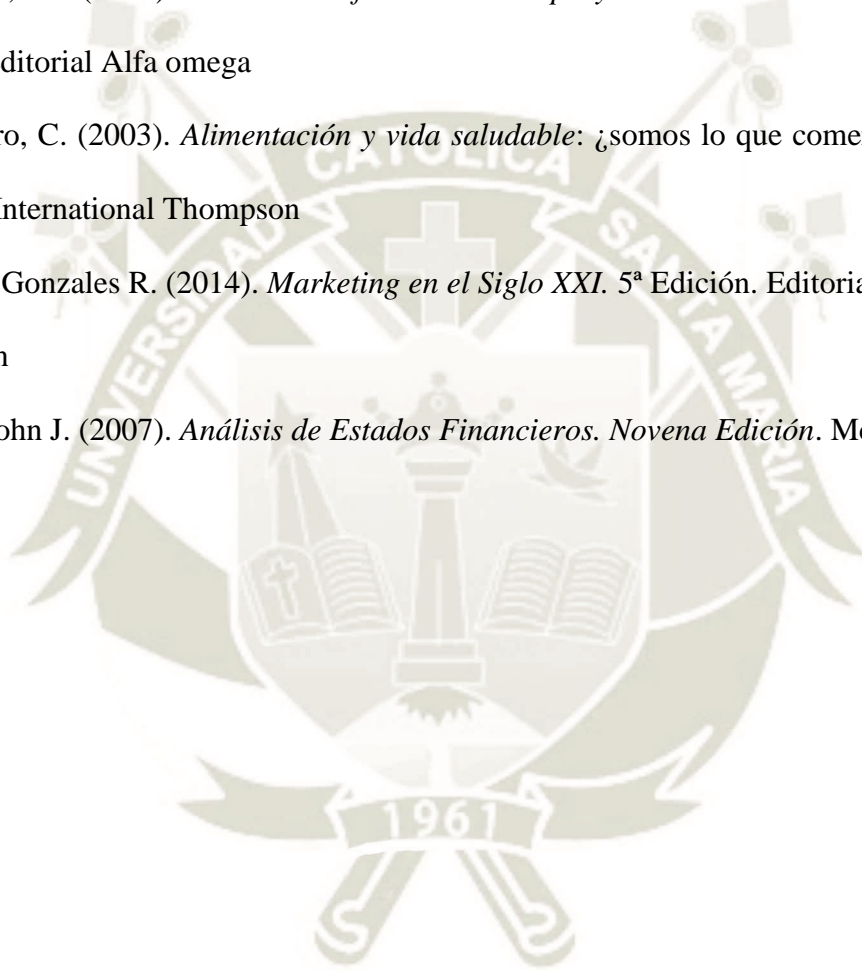
Mayorga D. y Araujo P. (2011). *El plan de marketing*. Centro de investigación de la Universidad del Pacífico. Lima.

Mokate, K. (2004). *Evaluación financiera de proyectos de inversión*. Colombiana. Bogotá: Editorial Alfa omega

Montero, C. (2003). *Alimentación y vida saludable: ¿somos lo que comemos?*, Madrid: Editorial International Thompson

Muñiz Gonzales R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI*. 5ª Edición. Editorial International Thompson

Wild John J. (2007). *Análisis de Estados Financieros*. Novena Edición. McGraw-Hill.



ENCUESTA

OBJETIVO OBTENER INFORMACION SOBRE EL CONSUMO DE COMIDA

RAPIDA CON FINES DE INVESTIGACION

MARQUE CON UNA X LA OPCION QUE MAS ACOMODE A SU PENSAR

1. Marque el sexo que le corresponda

Femenino

Masculino

2. ¿Con que estudios cuenta?

Primaria

Secundaria

Superior técnico

Universitario

3. ¿su edad corresponde al rango de?

De 15 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 46 a 55 años

De 56 a mas

4. ¿Sus ingresos mensuales oscilan entre?

Menos de 500.00

De 500.00 a 1000 soles

De 1000 a 2000 soles

De 2000 a 3000 soles

De 3000 a 4000 soles

De 4000 a mas

5. ¿Consume comida rápida?

- a) Si
- b) No

6. ¿Piensa que la comida rápida afecta la salud?

- a) Si
- b) No

7. ¿Conoce el concepto de comida rápida “saludable”?

Si

No

8. ¿Qué comida rápida es de su preferencia?

Pollo

Pizza

Hot dog

Anticuchos

Pastas

Hamburguesas

Salchichas

Arroz(variedad)

Combinados

Otros.... especifique.....

9. ¿Con que frecuencia consume comida rápida?

Nunca

Rara vez (1 una vez al mes)

Usualmente (cada fin de semana)

Cada siempre (2 0 3 veces por semana)

Siempre todo los días

10. ¿A qué hora del día consume comida rápida?

Por la mañana

Por la noche

Por la tarde

11. ¿Por qué motivos consume comida rápida?

Factor tiempo

Sabor

Precio

Variedad de productos

Comodidad

Otros.....

12. ¿Cuándo consume comida rápida y con qué bebida la acompaña?

Gaseosa

Refresco (chicha, limonada, etc)

Agua natural

Bebidas calientes (variedad)

Jugos naturales

Otros

13. ¿Con quién consume comida rápida?

Con familia

Con amigos

14. ¿De los que están en la lista cuales es su establecimiento favorito (marque 2 opciones)

Pura fruta

Green

Mamut

La lucha

Astoria

Ice palace

Café berea

otros

15. ¿Porque es su establecimiento favorito

Sazón

Rapidez de atención

Precios económicos

Ofertas

Limpieza

Otros.....

16. ¿Qué características prefiere de los negocios de comida rápida?

Calidad

Sazón

Apariencia del negocio

Promociones

Precio

Publicidad del producto

Ubicación del local

La atención del cliente

Todos

Otros

17. ¿A través de qué medios de comunicación se informa sobre la comida rápida?

Diarios

Revistas

Televisión

Internet (variedad de tecnología)

Comentarios de boca a boca (referencias)

Otros

18. ¿Qué comidas le gustaría encontrar en los negocios de comida rápida saludable?

.....

.....

.....

Gracias !

Anexo 02: Matriz de consistencia

TÍTULO: Estudio de Pre – factibilidad para la viabilidad de una empresa delivery de comida rápida saludable en la Ciudad de Arequipa 2020

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Mediante el estudio de pre-factibilidad será posible ver la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>PE1 ¿Cuál es el estado de la oferta y demanda para el producto de la empresa según el estudio de mercado?</p> <p>PE2 ¿En qué lugar se localizara el sistema de producción que sea más factible para la empresa según el estudio técnico?</p> <p>PE3 ¿Cuál es el estado del análisis económico y financiero del estudio de pre factibilidad de la empresa?</p> <p>PE4 ¿Sera factible la viabilidad económico y financiero para el funcionamiento de la empresa?</p> <p>PE5 ¿Sera factible la viabilidad legal para el funcionamiento de la empresa?</p> <p>PE6 ¿Sera factible la viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar el estudio de pre-factibilidad para ver la viabilidad de la empresa delivery de comida rápida saludable, en la ciudad de Arequipa 2020.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>OE1 Determinar la oferta y la demanda para el producto de la empresa según el estudio de mercado</p> <p>OE2 Identificar la localización del sistema de producción que sea más factible para la empresa según el estudio técnico</p> <p>OE3 Determinar el Analizar económico y financiero del estudio de pre factibilidad de la empresa.</p> <p>OE4 Determinar la viabilidad económico financiero para el funcionamiento de la empresa</p> <p>OE5 Determinar la viabilidad legal para el funcionamiento de la empresa</p> <p>OE6 Determinar la viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El estudio de pre-factibilidad, sí es viable la empresa delivery de comida rápida saludable en la ciudad de Arequipa 2020.</p> <p>Hipótesis Especificas</p> <p>HE1 El estado de la oferta y demanda para el producto de la empresa es favorable según el estudio de mercado</p> <p>HE2 La localización del sistema de producción más factible para la empresa es el centro de la ciudad según el estudio técnico.</p> <p>HE3 El análisis económico y financiero del estudio de pre factibilidad de la empresa es factible.</p> <p>HE4 La viabilidad económico financiero para el funcionamiento de la empresa es factible.</p> <p>HE5 La viabilidad Legal para el funcionamiento de la empresa es factible</p> <p>HE6 La viabilidad ambiental para el funcionamiento de la empresa es factible</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Estudio de pre-factibilidad</p> <p>Dimensiones</p> <p>Análisis de mercado</p> <p>Análisis técnico</p> <p>Análisis económico financiero</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Viabilidad de una empresa delivery</p> <p>Dimensión</p> <p>Viabilidad económico</p> <p>Viabilidad Legal</p> <p>Viabilidad Ambiental</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Investigación cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Nivel Explicativo-descriptivo</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Tipo de diseño</p> <p>Diseño Transversal.</p> <p>Población: La población de estudio está conformado por las personas que residen en los distritos de la ciudad de Arequipa.</p> <p>Muestra: Para el cálculo de la muestra de estudio se utilizó la siguiente formula:</p> $n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$ <p>Técnica de muestreo:</p> <p>La técnica de muestreo es probabilístico aleatorio por estratificados</p> <p>Instrumento</p> <p>El instrumento que se utilizara para la recolección de datos de este trabajo de investigación es el cuestionario de preguntas con una valoración de escala de Likert elaborado por el tesista el cual sirvió para el estudio de mercado.</p>

Anexo 03: Ficha de reclutamiento

FILTRO 1: ASPECTOS GENERALES

1.- ¿Cuál es su distrito de residencia?

- a) Cayma
- b) Arequipa
- c) Mariano Melgar
- d) Jacobo Hunter
- e) Yanahuara
- f) José Luis Bustamante y Rivero
- g) Alto Selva Alegre
- h) Paucarpata
- i) Cerro Colorado
- j) Otros..... (terminar)

2.- Sexo

- a) hombre
- b) mujer

3.- Edad

- 18 a 24
- 25 a 34
- 35 a 54
- 55 a más

4.- ¿Realiza usted pedidos de delivery?

- a) si
- b) no.... (terminar)

5.- ¿Tiene usted algún interés por comer comida saludable?

- a) si
- b) no.... (terminar)

6.- ¿Usted trabajó como chef? ¿Es usted dueño de una empresa de comida?

- a) si..... (terminar)
- b) no

FILTRO 2: NIVEL SOCIOECONÓMICO

1. Nivel de ingreso familiar mensual (Nuevos Soles)

- a) Más de S/. 6,500.00
- b) Entre S/. 5,500.00 – S/. 6,500.00
- c) Entre S/. 4,500.00 – S/. 5,500.00
- d) Entre S/. 3,000.00 – S/. 4,500.00
- e) Entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

2. Grado de instrucción alcanzado por el jefe del hogar.

- a) Ninguna..... (Terminar)

- b) Primaria..... (Terminar)
- c) Secundaria
- d) Superior técnica
- e) Universidad
- f) Estudios de postgrado

3. ¿Cuántos cuartos de baño de uso exclusivo tiene en su hogar?

- a) No tiene..... (Terminar)
- b) Tiene 1 cuarto
- c) Tiene 2 cuartos
- d) Tiene 3 cuartos a más.

4. ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

- Si, permanentemente
- Si, eventualmente
- No..... (Terminar)

5. ¿Con cuántos vehículos cuenta su hogar?

- a) No tiene vehículo exclusivo para el hogar
- b) Tiene 1 vehículo
- c) Tiene 2 vehículos
- d) Tiene 3 vehículos o más

6. ¿La vivienda que ocupa este Hogar es:

- a) Propia y totalmente pagada
- b) Propia y la está pagando
- c) Propia (regalada, donada, heredada por posesión)
- d) Arrendada

7. ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

- a) De 1 a 2 veces por semana
- c) De 3 a 4 veces por semana
- d) De 5 a 6 veces por semana
- e) De 1 vez al mes
- f) Esporádicamente..... (Terminar)

8. ¿Cuántos dormitorios tiene su vivienda?

- 1 2 3 4 a más

9. ¿Se ha ido de viaje al exterior por placer en el último año?

- SI
- NO

Se le ha hecho todas estas preguntas porque nos interesa que nos acompañe en una reunión en la cual se conversará de la comida saludable en delivery ¿acepta?

- 1.- Si (cuadrar horario y día)
- 2.- No (fin)

Nombre _____ Dirección _____
Teléfono _____



Anexo 04: Guía de indagación

Los objetivos de la reunión son los siguientes:

- Determinar las características de la comida rápida saludable.
 - a) Presentación.
 - b) Insumos.
 - c) Variedades.
- Determinar el producto que será ofertado.
- Determinar el porqué de la preferencia en la comida rápida saludable.
- Determinar qué elementos participan en la comercialización de la comida rápida saludable.
 - a) Cercanía a avenidas
 - b) Cercanía a centros comerciales.
 - c) Cercanía a hospitales
 - d) Cercanía a comisarias.
 - e) Facilidad de conseguir transporte público.
 - f) Cercanía a parques y áreas de recreación.
 - g) Seguridad de la zona.
 - h) Accesibilidad de la zona.
- Determinar la difusión de la oferta y publicidad.
 - a) Difusión de la oferta.
 - b) Publicidad.
- Determinar los principales competidores.
- Determinar el precio que los futuros clientes están dispuestos a pagar por la comida rápida.

- Determinar la aceptación de la propuesta de valor del proyecto.
- Determinar la intensidad de demanda.



Anexo 05 Focus Group

Redacción del primer focus group

Mi nombre es Rosario

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Rosario: tengo 19 años

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Rosario: vivo en el distrito de Cayma

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Rosario: mi sueldo está entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Rosario: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Rosario: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Rosario: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Rosario: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Rosario: de 3 a 4 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Rosario: desayuno

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Rosario: redes sociales

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Rosario: cuidado de salud

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Rosario: de S/ 11.10 a S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Rosario: 4

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Rosario: 4

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Rosario: 4

Mi nombre es Armando

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Armando: tengo 25 años

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Armando: vivo en el cercado de Arequipa

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Armando: mi sueldo está entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Armando: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Armando: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Armando: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Armando: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Armando: de 3 a 4 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Armando: almuerzo

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Armando: folletería

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Armando: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Armando: de S/ 9.10 a S/11.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Armando: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Armando: 4

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Armando: 5

Mi nombre es Yeray

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Yeray: tengo 37 años

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Yeray: vivo en el distrito de Mariano Melgar

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Yeray: mi sueldo está entre S/. 3,000.00 – S/. 4,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Yeray: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Yeray: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Yeray: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Yeray: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Yeray: de 3 a 4 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Yeray: cena

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Yeray: radio

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Yeray: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Yeray: más de S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Yeray: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Yeray: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Yeray: 5

Mi nombre es Julia

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Julia: tengo 74

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Julia: vivo en el distrito de Jacobo Hunter

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Julia: mi sueldo está entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Julia: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Julia: si, eventualmente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Julia: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Julia: tengo demasiada preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Julia: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Julia: desayuno

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Julia: tv

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Julia: cuidado de la salud

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Julia: S/ 9.10 a S/11.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Julia: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Julia: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Julia: 5

Mi nombre es Alejandro

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Alejandro: tengo 45

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Alejandro: vivo en el distrito de Yanahuara

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Alejandro: mi sueldo está entre S/. 4,500.00 – S/. 5,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Alejandro: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Alejandro: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Alejandro: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Alejandro: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Alejandro: de 3 a 4 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Alejandro: almuerzo

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Alejandro: radio

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Alejandro: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Alejandro: más de S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Alejandro: 4

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Alejandro: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Alejandro: 5

Mi nombre es Mariely

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Mariely: tengo 40

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Mariely: vivo en el distrito de José Luis Bustamante y Rivero

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Mariely: mi sueldo está entre S/. 5,500.00 – S/. 6,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Mariely: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Mariely: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Mariely: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Mariely: tengo demasiada preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Mariely: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Mariely: cena

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Mariely: página web

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Mariely: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Mariely: más de S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Mariely: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Mariely: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Mariely: 5

Redacción del segundo focus group

Mi nombre es Ginés

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Ginés: tengo 59

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Ginés: vivo en el distrito de Alto Selva Alegre

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Ginés: mi sueldo es más de S/. 6,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Ginés: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Ginés: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Ginés: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Ginés: tengo demasiada preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Ginés: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Ginés: desayuno

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Ginés: tv

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Ginés: cuidado de salud

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Ginés: más de S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Ginés: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Ginés: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Ginés: 5

Mi nombre es Daniel

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Daniel: tengo 23

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Daniel: vivo en el distrito de Paucarpata

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Daniel: mi sueldo está entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Daniel: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Daniel: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Daniel: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Daniel: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Daniel: de 3 a 4 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Daniel: cena

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Daniel: redes sociales

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Daniel: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Daniel: de S/ 9.10 a S/11.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Daniel: 4

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Daniel: 4

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Daniel: 5

Mi nombre es Miguel

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Miguel: tengo 83

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Miguel: vivo en el distrito de Cerro Colorado

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Miguel: mi sueldo está entre S/. 4,500.00 – S/. 5,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Miguel: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Miguel: si, eventualmente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Miguel: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Miguel: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Miguel: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Miguel: cena

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Miguel: radio

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Miguel: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Miguel: de S/ 9.10 a S/11.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Miguel: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Miguel: 4

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Miguel: 5

Mi nombre es Cristobal

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Cristobal: tengo 43

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Cristobal: vivo en el distrito de Alto Selva Alegre

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Cristobal: mi sueldo está entre S/. 5,500.00 – S/. 6,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Cristobal: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Cristobal: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Cristobal: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Cristobal: tengo demasiada preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Cristobal: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Cristobal: almuerzo

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Cristobal: folletería

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Cristobal: cuidado de la salud

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Cristobal: de S/ 11.10 a S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Cristobal: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Cristobal: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Cristobal: 5

Mi nombre es Ferrán

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Ferrán: tengo 31

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Ferrán: vivo en el distrito de Yanahuara

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Ferrán: mi sueldo está entre S/. 3,000.00 – S/. 4,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Ferrán: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Ferrán: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Ferrán: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Ferrán: tengo alta preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Ferrán: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Ferrán: almuerzo

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Ferrán: página web

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Ferrán: precio de ocasión

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Ferrán: de S/ 11.10 a S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Ferrán: 4

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Ferrán: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Ferrán: 4

Mi nombre es Apolinaria

Moderador: ¿Qué edad tienes?

Apolinaria: tengo 34

Moderador: ¿Cuál es su distrito de residencia?

Apolinaria: vivo en el distrito de José Luis Bustamante y Rivero

Moderador: ¿Cuál es tu ingreso familiar mensual?

Apolinaria: mi sueldo está entre S/. 5,500.00 – S/. 6,500.00

Moderador: ¿Cuenta con un equipo celular?

Apolinaria: si

Moderador: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

Apolinaria: si, permanentemente

Moderador: ¿Está usted dispuesto a adquirir delivery saludable?

Apolinaria: si

Moderador: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

Apolinaria: tengo demasiada preferencia

Moderador: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

Apolinaria: de 5 a 6 veces por semana

Moderador: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

Apolinaria: almuerzo

Moderador: ¿Por qué medios usted cree que es más efectivo difundir el servicio de comida rápida saludable por delivery?

Apolinaria: tv

Moderador: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida rápida saludable por delivery?

Apolinaria: transporte a domicilio o centro laboral

Moderador: ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida rápida saludable?

Apolinaria: más de S/ 14.00

Moderador: Las características mencionadas para el servicio de comida rápida saludable por delivery, ¿Qué le parece? en una escala de 1 a 5.

Apolinaria: 5

Moderador: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida rápida saludable por delivery, en las condiciones de la pregunta anterior ¿Qué le parece?, en una escala del 1 al 5

Apolinaria: 5

Moderador: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida rápida saludable, ¿Lo compraría?

Apolinaria: 5

Anexo 06: Encuesta

ASPECTOS GENERALES

1: ¿Cuál es tu Género?

Hombre () Mujer ()

2: ¿Cuál es tu rango de edad?

- () 18 a 24
- () 25 a 34
- () 35 a 54
- () 55 a más

NIVEL SOCIOECONÓMICO

3: ¿Cuál es su distrito de residencia?

- a) Alto Selva Alegre
- b) Arequipa
- c) Cayma
- d) Cerro Colorado
- e) Jacobo Hunter
- f) José Luis Bustamante y Rivero
- g) Mariano Melgar
- h) Paucarpata
- i) Yanahuara

4: ¿Cuánto es el ingreso familiar mensual?

- () Más de S/. 6,500.00
- () Entre S/. 5,500.00 – S/. 6,500.00
- () Entre S/. 4,500.00 – S/. 5,500.00
- () Entre S/. 3,000.00 – S/. 4,500.00
- () Entre S/. 0,00 – S/. 3,000.00

5: ¿Cuenta usted con equipo celular?

- () Si
- () No

6: ¿Cuenta en su hogar con servicio de internet?

- () Si, permanentemente
- () Si, eventualmente
- () No

PREGUNTAS GENERALES

7: ¿Conoce el concepto de comida rápida saludable?

- a) Si
- b) No

8: ¿Piensa que la comida rápida saludable afecta la salud?

- a) Si

b) No

9: ¿Está usted dispuesto a adquirir comida rápida saludable por delivery?

- Si
- No

10: ¿Por qué usted no consumiría comida saludable por delivery?

- a) Falta de tiempo
- b) Precio
- c) Falta de variedad de platos
- d) El sabor no es el adecuado
- e) No conoce una empresa que preste el servicio

11: ¿Tiene usted preferencia por la comida saludable?

- Ninguna preferencia
- Poca preferencia
- Media preferencia
- Alta preferencia
- Demasiada preferencia

12: ¿Cuál es la frecuencia de pedido por delivery?

- a) De 1 a 2 veces por semana
- b) De 3 a 4 veces por semana
- c) De 5 a 6 veces por semana
- d) De 1 vez al mes

13: ¿Cuál es la comida que usted pide por delivery?

- a) Desayuno
- c) Almuerzo
- d) Cena

PREGUNTAS DE MARKETING

14: Por qué medios usted cree más efectivo difundir la oferta para la comida rápida saludable por delivery?

- Radio
- Tv
- Redes sociales
- Páginas web
- Folletería

15: En su opinión. ¿Qué debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery? (múltiple)

- Precios de ocasión
- Cuidado de la salud
- Rapidez en la entrega del servicio

16: Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por un servicio de delivery de comida saludable?

- S/ 7.00 a S/ 9.00
- S/ 9.10 a S/11.00
- S/ 11.10 a S/ 14.00
- Más de S/ 14.00

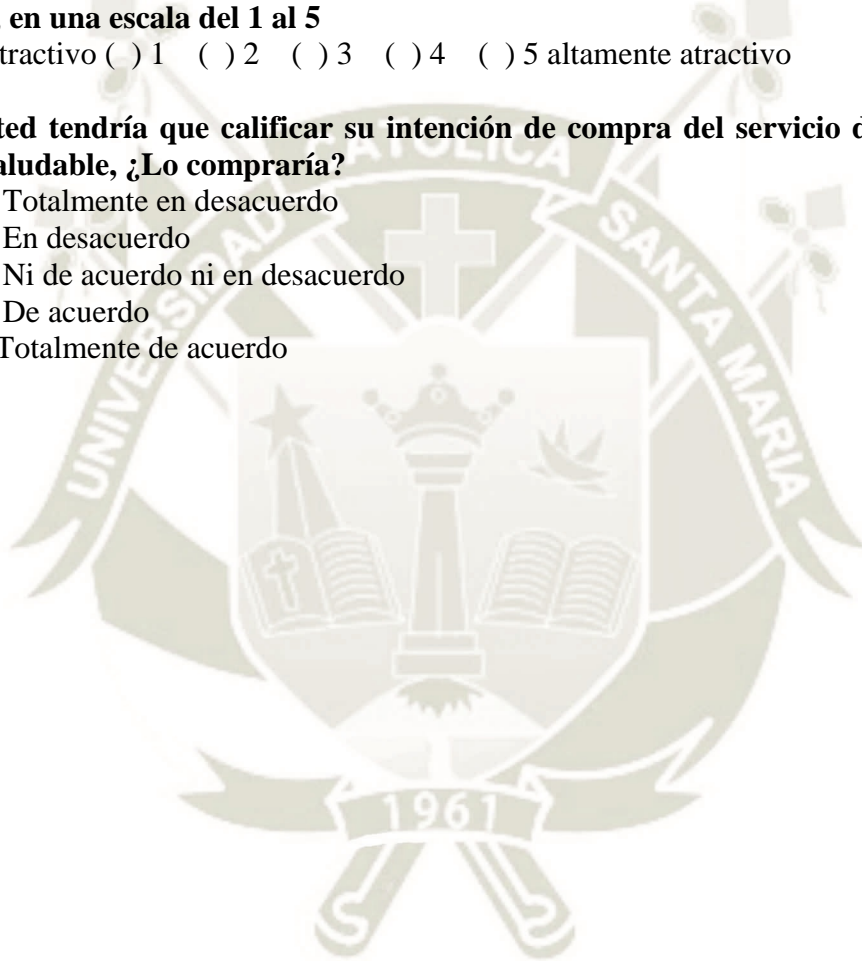
INTENCIÓN DE DEMANDA

17: El precio de venta de S/12.00 para un servicio de comida saludable por delivery, que le parece, en una escala del 1 al 5

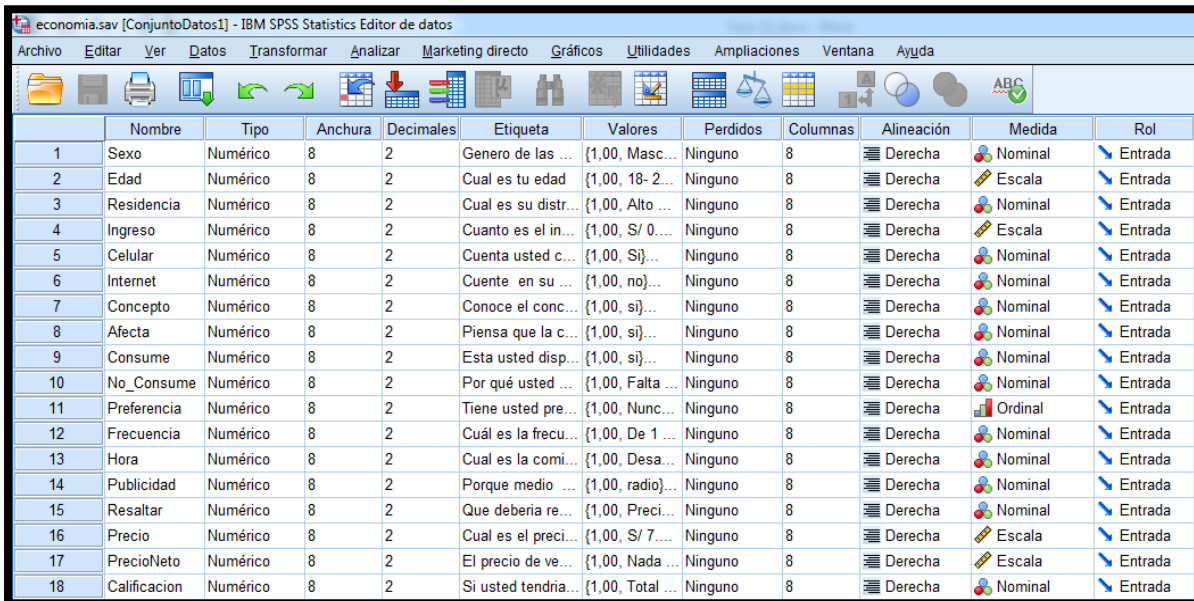
- Nada atractivo 1 2 3 4 5 altamente atractivo

18: Si usted tendría que calificar su intención de compra del servicio de delivery de comida saludable, ¿Lo compraría?

- 1 Totalmente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Totalmente de acuerdo

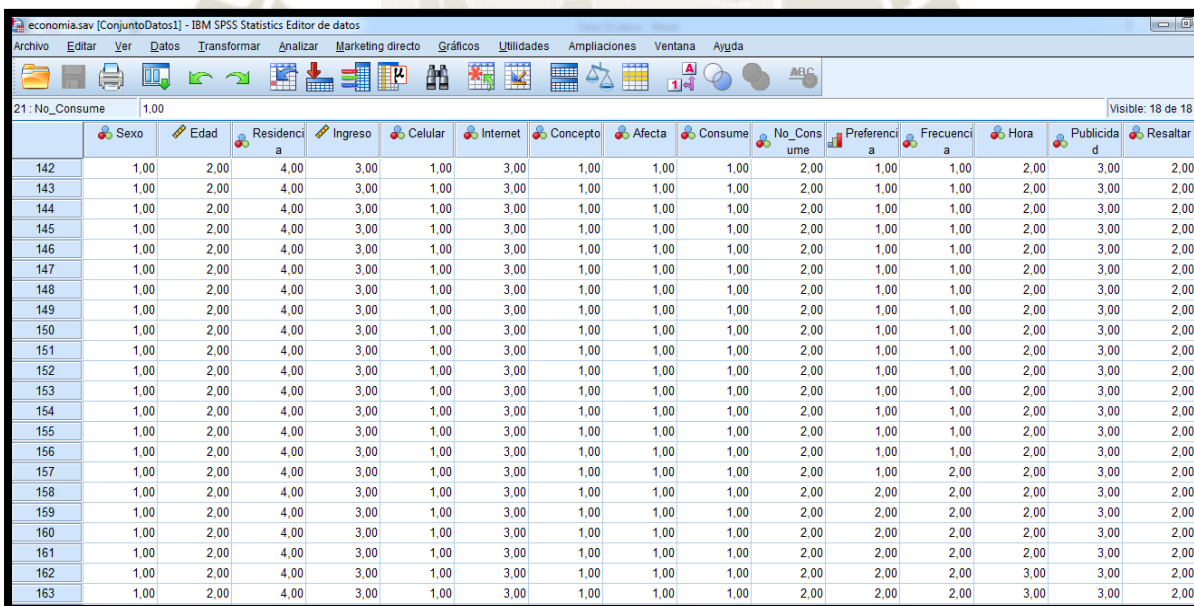


Configuración de programa IBM SPSS ingreso de las preguntas de las encuesta



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Sexo	Numérico	8	2	Genero de las ...	{1,00, Masc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Edad	Numérico	8	2	Cual es tu edad	{1,00, 18-2...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	Residencia	Numérico	8	2	Cual es su distr...	{1,00, Alto ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Ingreso	Numérico	8	2	Cuanto es el in...	{1,00, S/ 0...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	Celular	Numérico	8	2	Cuenta usted c...	{1,00, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Internet	Numérico	8	2	Cuenta en su ...	{1,00, no}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Concepto	Numérico	8	2	Conoce el conc...	{1,00, si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Afecta	Numérico	8	2	Piensa que la c...	{1,00, si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Consume	Numérico	8	2	Esta usted disp...	{1,00, si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	No_Consume	Numérico	8	2	Por qué usted ...	{1,00, Falta ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Preferencia	Numérico	8	2	Tiene usted pre...	{1,00, Nunc...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Frecuencia	Numérico	8	2	Cuál es la frecu...	{1,00, De 1 ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Hora	Numérico	8	2	Cual es la comi...	{1,00, Desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Publicidad	Numérico	8	2	Porque medio ...	{1,00, radio}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Resaltar	Numérico	8	2	Que debería re...	{1,00, Preci...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Precio	Numérico	8	2	Cual es el preci...	{1,00, S/ 7...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
17	PrecioNeto	Numérico	8	2	El precio de ve...	{1,00, Nada ...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
18	Calificacion	Numérico	8	2	Si usted tendria...	{1,00, Total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Ingreso de datos al programa IBM SPSS



	Sexo	Edad	Residencia	Ingreso	Celular	Internet	Concepto	Afecta	Consume	No_Consume	Preferencia	Frecuencia	Hora	Publicidad	Resaltar
142	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
143	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
144	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
145	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
146	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
147	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
148	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
149	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
150	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
151	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
152	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
153	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
154	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
155	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
156	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00
157	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00
158	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
159	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
160	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
161	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
162	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00
163	1,00	2,00	4,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00

Estadísticos

		Genero de las personas	Cual es tu edad	Cual es su distrito de residencia	Cuanto es el ingreso familiar mensual	Cuenta usted con equipo celular
N	Válido	384	384	384	384	384
	Perdidos	14	14	14	14	14

Estadísticos

		Cuente en su hogar con servicio de internet	Conoce el concepto de comida rapida saludable	Piensa que la comida rapida saludable afecta la salud	Esta usted dispuesto a adquirir comida rápida saludable por delivery	Por qué usted no consume comida saludable por delivery
N	Válido	384	384	384	384	384
	Perdidos	14	14	14	14	14

Estadísticos

		Tiene usted preferencia por la comida rapida saludable	Cuál es la frecuencia de pedido de delivery	Cual es la comida que usted pide por delivery	Porque medio a usted le gustaria conocer las ofertas de la comida rapida saludable	Que deberia resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery
N	Válido	384	384	384	384	384
	Perdidos	14	14	14	14	14

Estadísticos

		Cual es el precio que usted esta dispuesto a pagar por el servicio de delivery de comida saludable	El precio de venta de s/12 .00 para un servicio de comida rapida saludable que le parece	Si usted tendria que calificar si intencion de compra del servicio de delivery de comida rapida saludable lo compraria
N	Válido	384	384	384
	Perdidos	14	14	14

Resultados del procesamiento de información con el programa IBM SPSS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos

En su investigación no olvide referenciar esta tesis

Genero de las personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Masculino	192	48,2	50,0	50,0
	Femenino	192	48,2	50,0	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cual es tu edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válido	18- 24	96	24,1	25,0	25,0
	25 - 34	96	24,1	25,0	50,0
	35 - 54	96	24,1	25,0	75,0
	55- mas	96	24,1	25,0	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cuál es su distrito de residencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
Válido	Alto Selva Alegre	42	10,6	10,9	10,9
	Arequipa	26	6,5	6,8	17,7
	Cayma	46	11,6	12,0	29,7
	Cerro Colorado	98	24,6	25,5	55,2
	Jacobo Hunter	25	6,3	6,5	61,7
	José Luis Bustamante y Rivero	40	10,1	10,4	72,1
	Mariano Melgar	29	7,3	7,6	79,7
	Paucarpata	66	16,6	17,2	96,9
	Yanahuara	12	3,0	3,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cuanto es el ingreso familiar mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	S/ 0.00 - S/ 3000.00	19	4,8	4,9	4,9
	S/ 3001.00 - S/ 4500.00	92	23,1	24,0	28,9
	S/ 4501.00 - S/ 5500.00	123	30,9	32,0	60,9
	S/ 5501.00 - S/ 6500.00	92	23,1	24,0	84,9
	S/ 6501.00 a mas	58	14,6	15,1	100,0
Total		384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cuenta usted con equipo celular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	384	96,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cuenta en su hogar con servicio de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, eventualmente	69	17,3	18,0	18,0
	si, permanentemente	315	79,1	82,0	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Conoce el concepto de comida rapida saludable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	307	77,1	79,9	79,9
	no	77	19,3	20,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Piensa que la comida rapida saludable afecta la salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	384	96,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

**Esta usted dispuesto a adquirir comida rápida saludable por
delivery**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	377	94,7	98,2	98,2
	no	7	1,8	1,8	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Por qué usted no consume comida saludable por delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de tiempo	78	19,6	20,3	20,3
	Precio	115	28,9	29,9	50,3
	Falta de variedad de platos	77	19,3	20,1	70,3
	El sabor no es el adecuado	57	14,3	14,8	85,2
	No conoce una empresa que preste el servicio	57	14,3	14,8	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Tiene usted preferencia por la comida rapida saludable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	157	39,4	40,9	40,9
	Poca Preferencia	127	31,9	33,1	74,0
	Media Preferencia	100	25,1	26,0	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cuál es la frecuencia de pedido de delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 veces a la semana	156	39,2	40,6	40,6
	De 3 a 4 veces a la semana	170	42,7	44,3	84,9
	De 5 a 6 veces a la semana	46	11,6	12,0	96,9
	De 1 vez al mes	12	3,0	3,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cual es la comida que usted pide por delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desayuno	19	4,8	4,9	4,9
	Almuerzo	142	35,7	37,0	41,9
	Cena	223	56,0	58,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Porque medio a usted le gustaria conocer las ofertas de la comida rapida saludable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	radio	19	4,8	4,9	4,9
	Tv	12	3,0	3,1	8,1
	Redes sociales	146	36,7	38,0	46,1
	Paginas Web	199	50,0	51,8	97,9
	Folleteria	8	2,0	2,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Que debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Precios de ocasión	61	15,3	15,9	15,9
	Cuidado de la salud	150	37,7	39,1	54,9
	Transporte a domicilio o centro laboral	173	43,5	45,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Cual es el precio que usted está dispuesto a pagar por el servicio de delivery de comida saludable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	S/ 7.00 - S/ 9.00	200	50,3	52,1	52,1
	S/ 9.50 - S/ 11.00	122	30,7	31,8	83,9
	S/ 11.50 - S/ 14.00	47	11,8	12,2	96,1
	mas de S/14.50	15	3,8	3,9	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

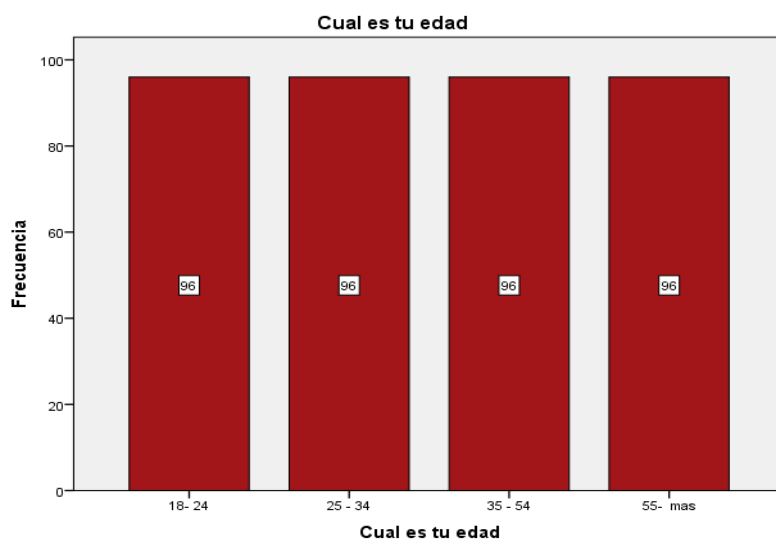
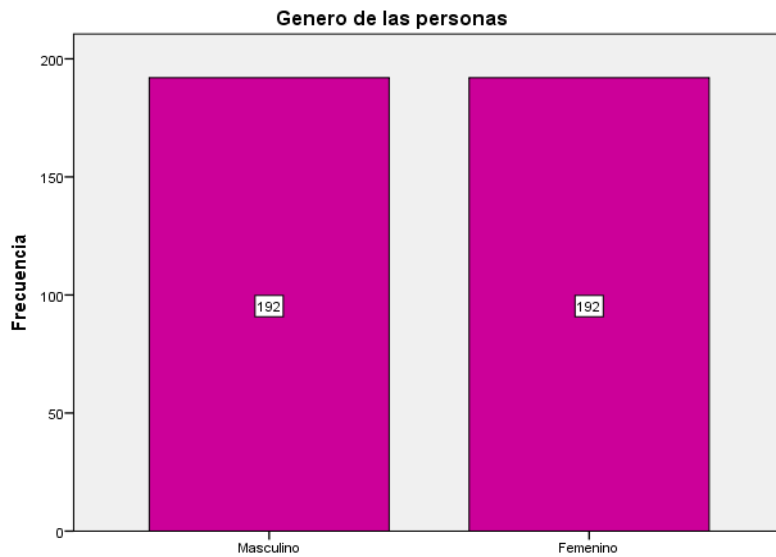
El precio de venta de s/12 .00 para un servicio de comida rapida saludable que le parece

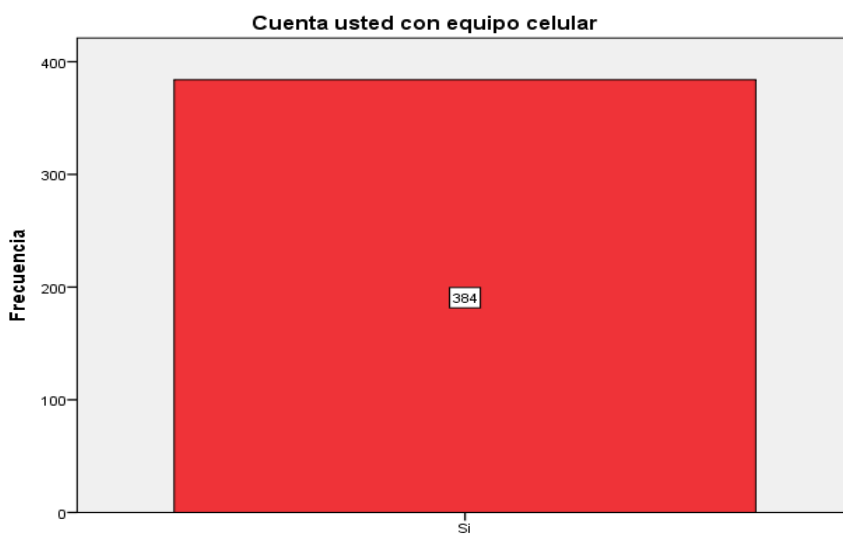
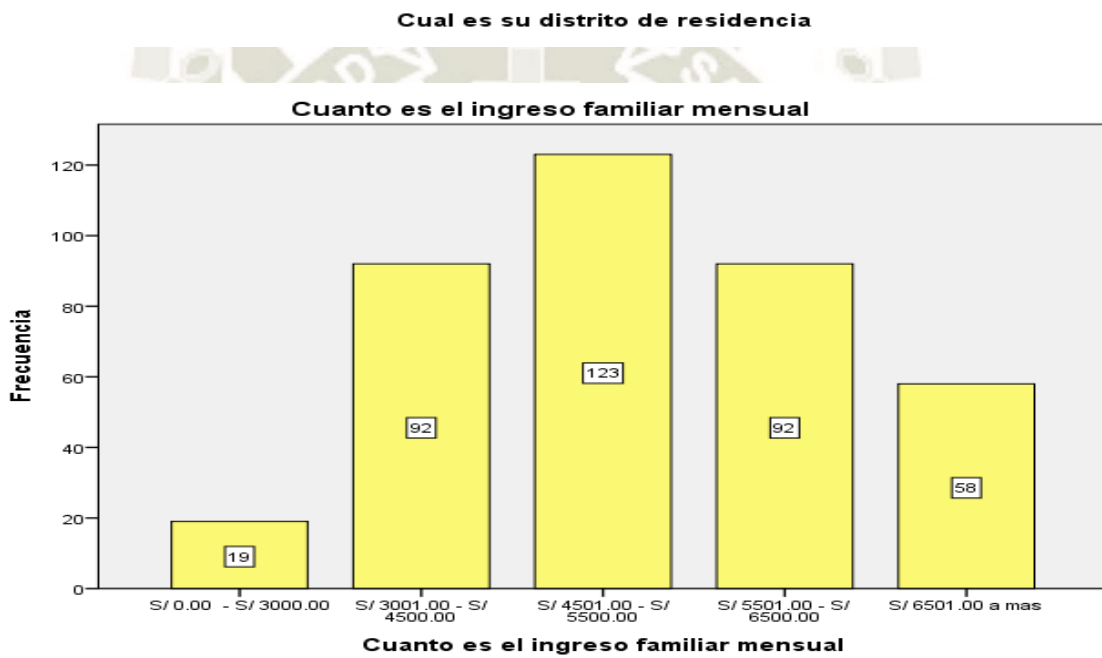
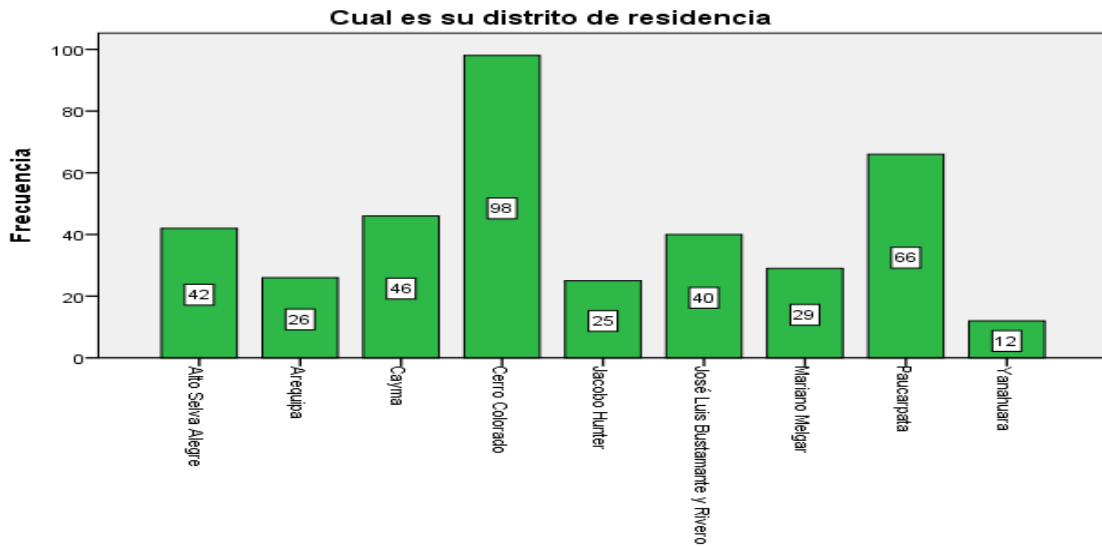
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco atractivo	23	5,8	6,0	6,0
	Regular	50	12,6	13,0	19,0
	Atractivo	138	34,7	35,9	54,9
	Altamente atractivo	173	43,5	45,1	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

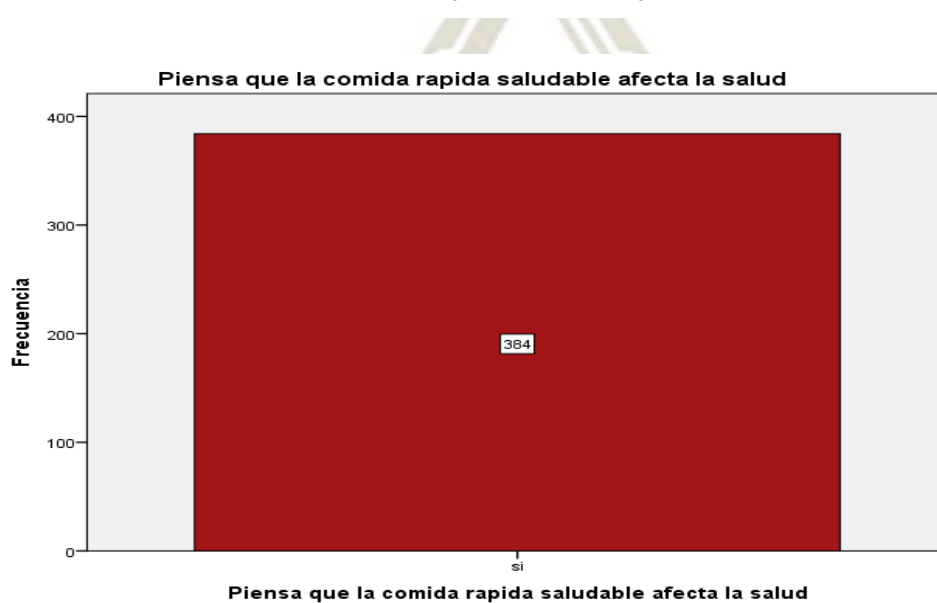
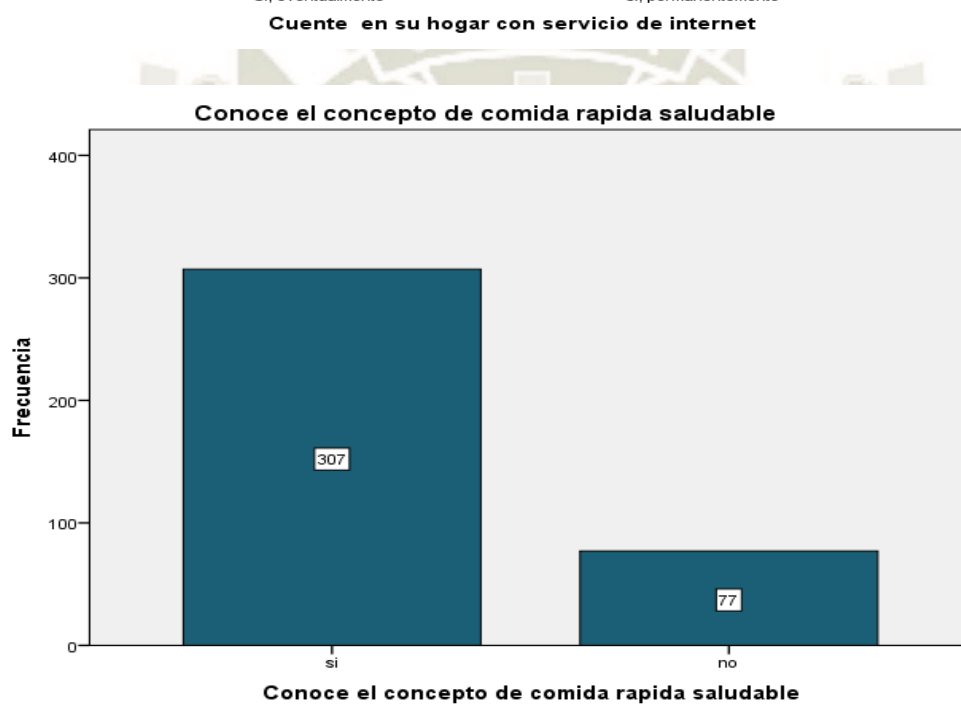
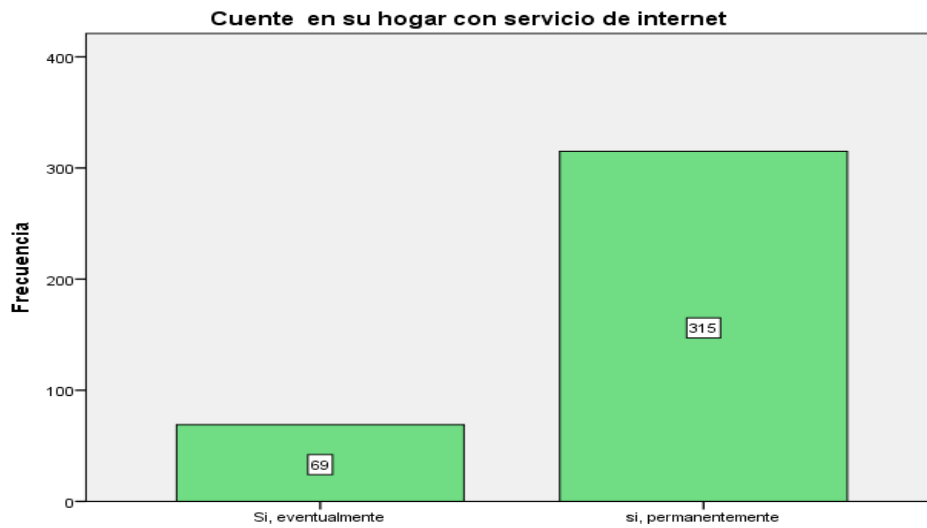
Si usted tendria que calificar si intencion de compra del servicio de delivery de comida rapida saludable lo compraria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	9,5	9,9	9,9
	De acuerdo	81	20,4	21,1	31,0
	Muy de acuerdo	265	66,6	69,0	100,0
	Total	384	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	14	3,5		
Total		398	100,0		

Gráfico de barras

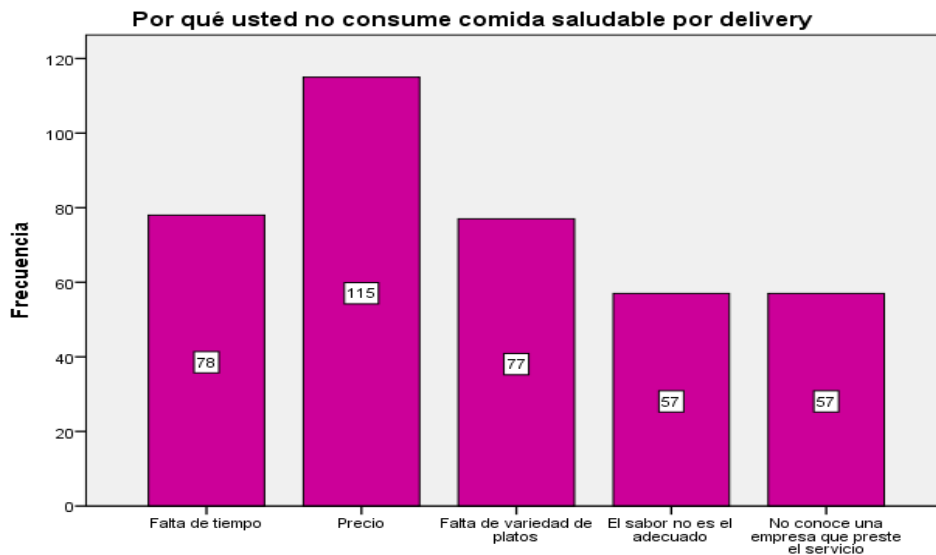




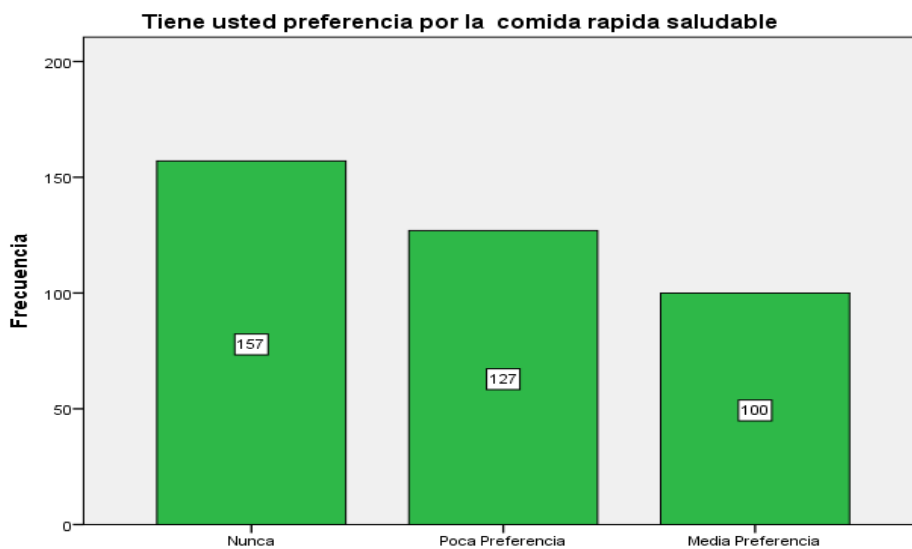




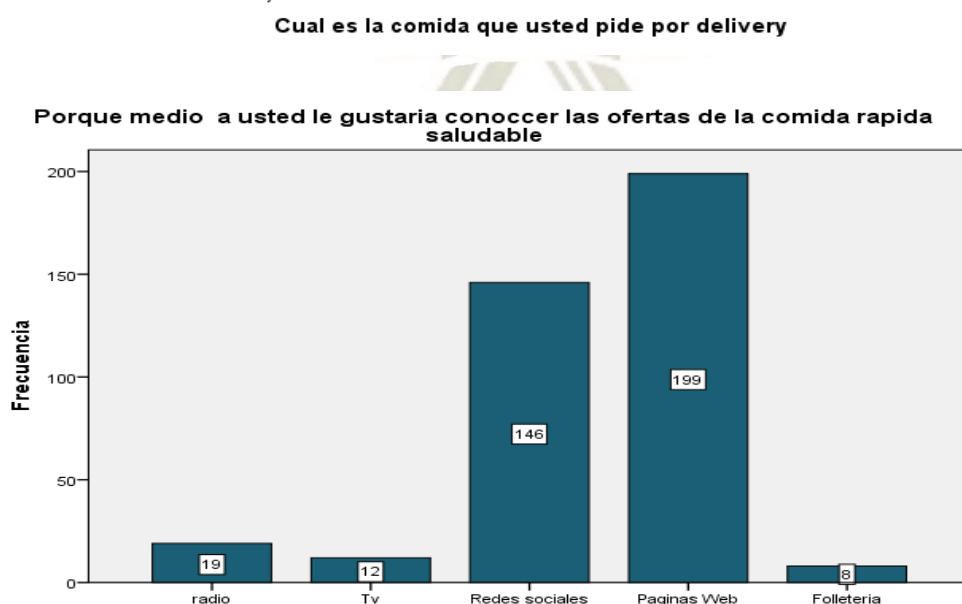
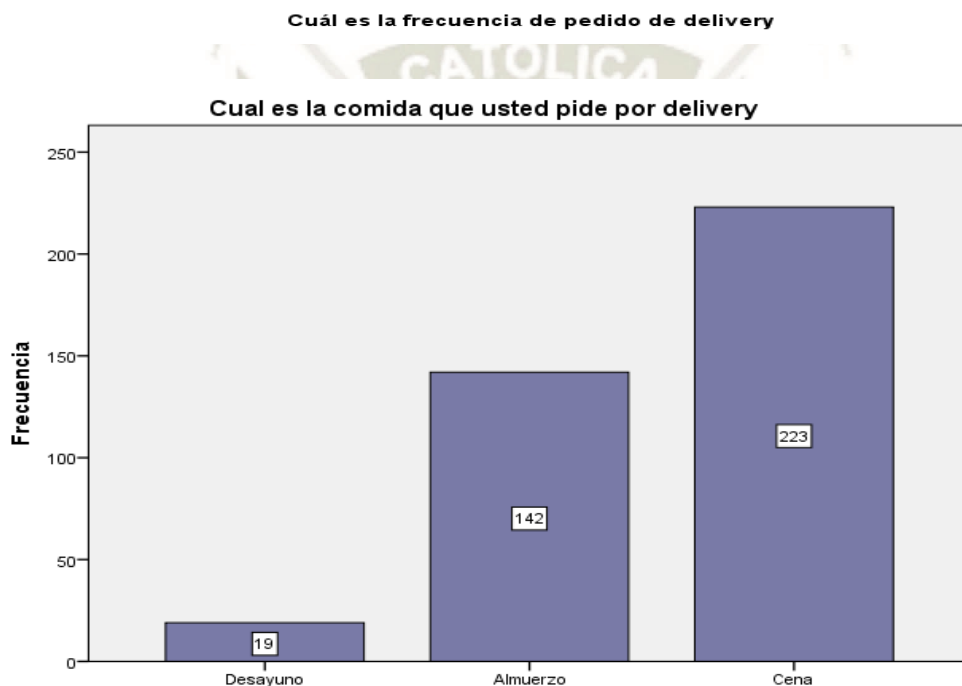
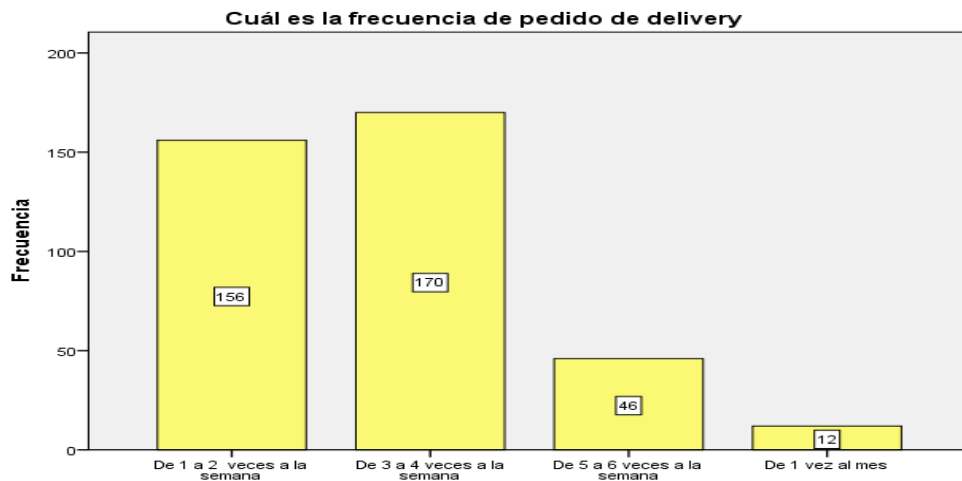
Esta usted dispuesto a adquirir comida rápida saludable por delivery



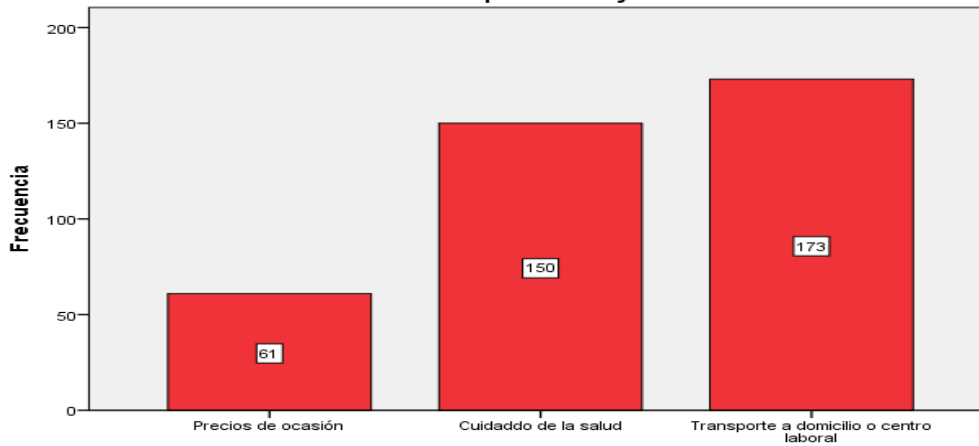
Por qué usted no consume comida saludable por delivery



Tiene usted preferencia por la comida rápida saludable

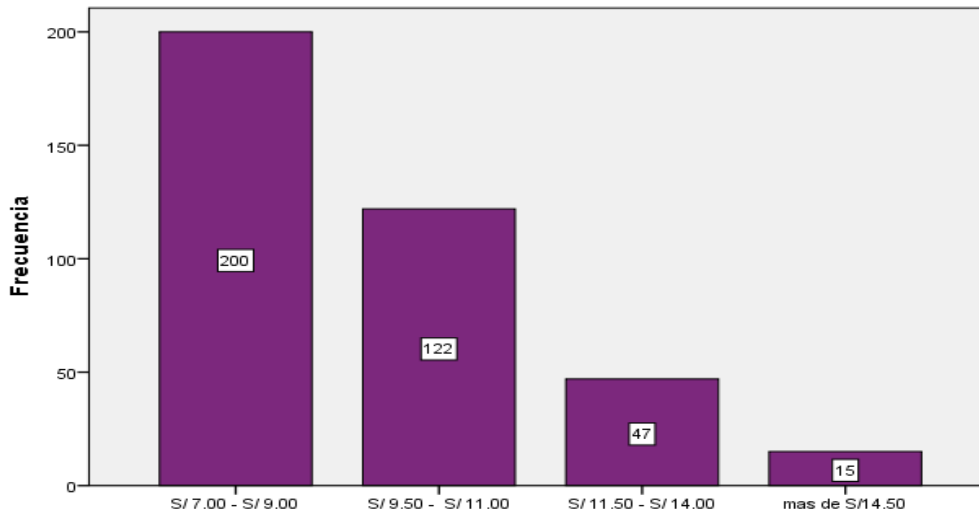


Que debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery



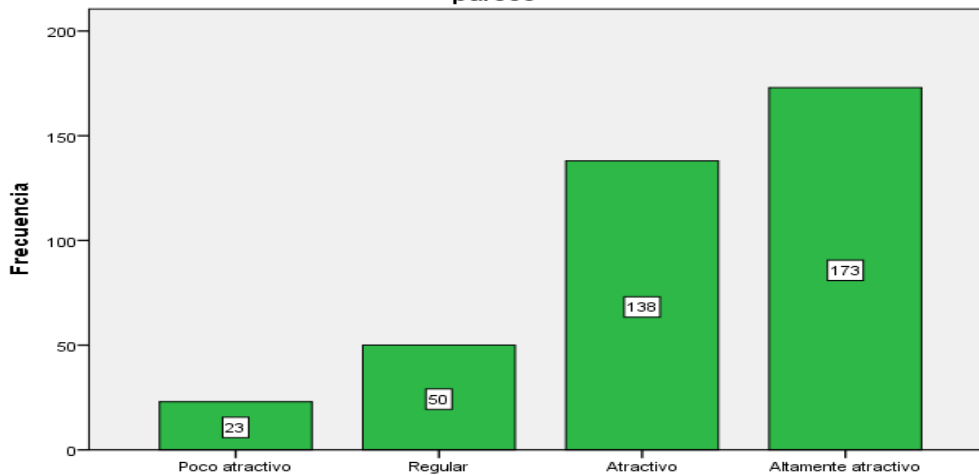
Que debería resaltar la publicidad para que usted se interese en comida saludable por delivery

Cual es el precio que usted esta dispuesto a pagar por el servicio de delivery de comida saludable



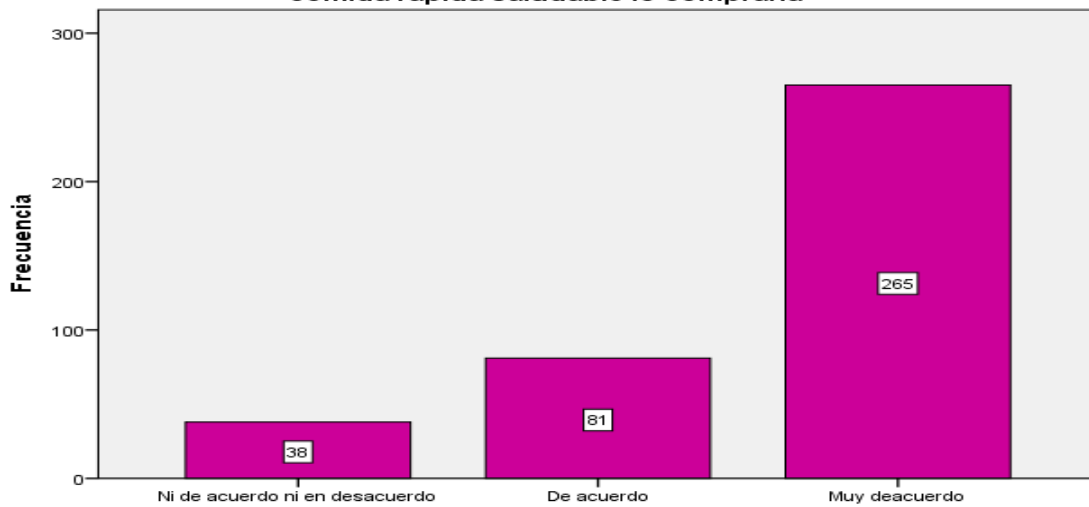
Cual es el precio que usted esta dispuesto a pagar por el servicio de delivery de comida saludable

El precio de venta de s/12 .00 para un servicio de comida rapida saludable que le parece



El precio de venta de s/12 .00 para un servicio de comida rapida saludable que le parece

Si usted tendria que calificar si intencion de compra del servicio de delivery de comida rapida saludable lo compraria



Si usted tendria que calificar si intencion de compra del servicio de delivery de comida rapida saludable lo compraria





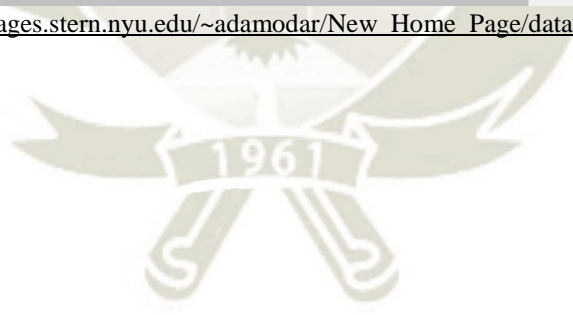
Country Default Spreads and Risk Premiums

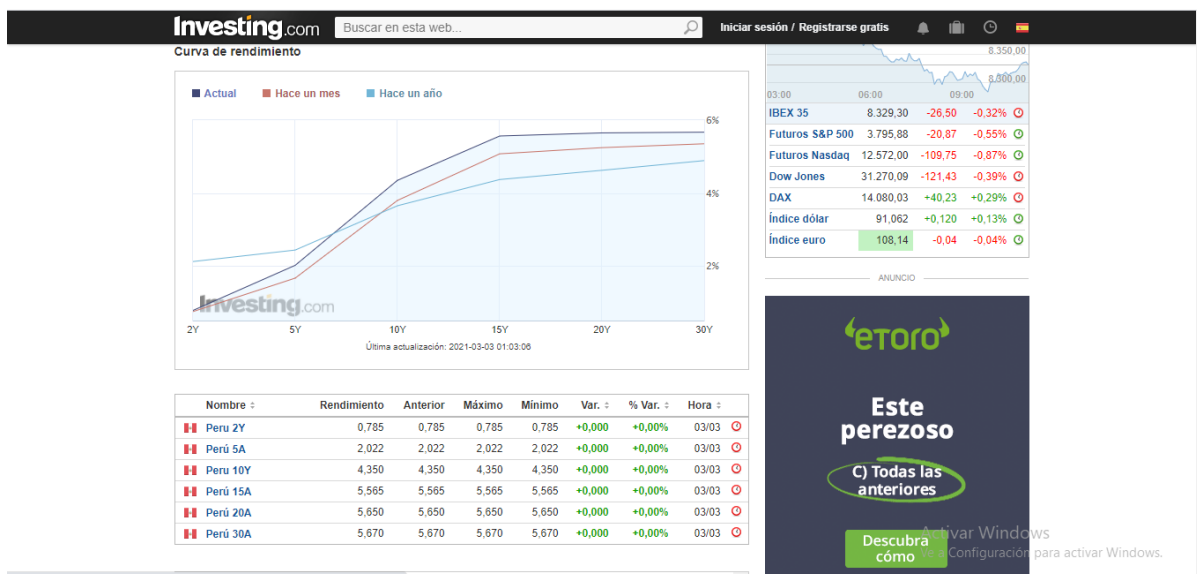
Last updated: January 8, 2021

This table summarizes the latest bond ratings and appropriate default spreads for different countries. While you can use these numbers as rough estimates of country risk premiums, you may want to modify the premia to reflect the additional risk of equity markets. To estimate the long term country equity risk premium, I start with a default spread, which I obtain in one of two ways:
 (1) I use the local currency sovereign rating (from Moody's: www.moody's.com) and estimate the default spread for that rating (based upon traded country bonds) over a default free government bond rate. For countries without a Moody's rating but with an S&P rating, I use the Moody's equivalent of the S&P rating. To get the default spreads by sovereign rating, I use the CDS spreads and compute the average CDS spread by rating. Using that number as a basis, I extrapolate for those ratings for which I have no CDS spreads.
 (2) I start with the CDS spread for the country, if one is available and subtract out the US CDS spread, since my mature market premium is derived from the US market. That difference becomes the country spread. For the few countries that have CDS spreads that are lower than the US, I will get a negative number.
 You can add just this default spread to the mature market premium to arrive at the total equity risk premium. I add an additional step. In the short term especially, the equity country risk premium is likely to be greater than the country's default spread. You can estimate an adjusted country risk premium by multiplying the default spread by the relative equity market volatility for that market (Std dev in country equity market/Std dev in country bond). Since government bonds are not available or traded in most countries, I approximate the relative equity market volatility by estimating the standard deviations in two indices, the S&P emerging market equity index (for equities) and the S&P emerging market government bond index (for government bonds), and using that ratio for all countries to estimate the additional country risk premium. Finally, I add that country risk premium to my estimate of a mature market equity risk premium, for which I use the implied equity risk premium of the S&P 500.

Country	Africa	Moody's rating	Rating-based Default Spread	Total Equity Risk Premium	Country Risk Premium
Abu Dhabi	Middle East	Aa2	0.44%	5.20%	0.48%
Albania	Eastern Europe & Russia	B1	3.98%	9.08%	4.36%
Macedonia	Eastern Europe & Russia	Ba3	5.18%	8.21%	5.49%
Malaysia	Asia	A3	1.06%	5.88%	1.16%
Maldives	Asia	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Mali	Africa	Caa1	6.63%	11.98%	7.26%
Malta	Western Europe	A2	0.75%	5.54%	0.82%
Mauritius	Asia	Baa1	1.41%	6.27%	1.55%
Mexico	Central and South America	Baa1	1.41%	6.27%	1.55%
Moldova	Eastern Europe & Russia	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Mongolia	Asia	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Montenegro	Eastern Europe & Russia	B1	3.98%	9.08%	4.36%
Montserrat	Caribbean	Baa3	1.95%	6.85%	2.13%
Morocco	Africa	Ba1	2.21%	7.14%	2.42%
Mozambique	Africa	Caa2	7.96%	13.44%	8.72%
Namibia	Africa	Ba3	3.18%	8.21%	3.49%
Netherlands	Western Europe	Aaa	0.00%	4.72%	0.00%
New Zealand	Australia & New Zealand	Aaa	0.00%	4.72%	0.00%
Nicaragua	Central and South America	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Niger	Africa	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Nigeria	Africa	B2	4.86%	10.05%	5.33%
Norway	Western Europe	Aaa	0.00%	4.72%	0.00%
Oman	Middle East	Ba3	3.18%	8.21%	3.49%
Pakistan	Asia	B3	5.75%	11.02%	6.30%
Panama	Central and South America	Baa1	1.41%	6.27%	1.55%
Papua New Guinea	Asia	B2	4.86%	10.05%	5.33%
Paraguay	Central and South America	Ba1	2.21%	7.14%	2.42%
Peru	Central and South America	A3	1.06%	5.88%	1.16%
Philippines	Asia	Baa2	1.68%	6.56%	1.84%
Poland	Eastern Europe & Russia	A2	0.75%	5.54%	0.82%
Portugal	Western Europe	Baa3	1.95%	6.85%	2.13%
Qatar	Middle East	Aa3	0.33%	5.31%	0.59%
Ras Al Khaimah (Emirate of)	Middle East	Aaa	0.00%	4.72%	0.00%

Nota: Recuperado de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html





Nota: Recuperado de <https://es.investing.com/rates-bonds/peru-government-bonds>





Betas by Sector (US)

Data Used: Multiple data services

Date of Analysis: Data used is as of January 2021

Download as an excel file instead: <http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betas.xls>

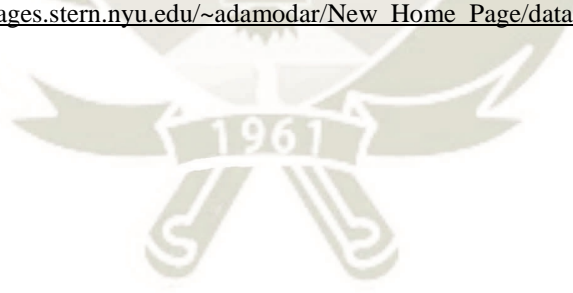
For global datasets: http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html

Variable Definitions can be obtained by clicking here

Download Detail on which companies are included in each industry

Industry Name	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Effective Tax rate	Unlevered beta	Cash/Firm value	Unlevered beta corrected for cash	HiLo Risk	Stand
Advertising	61	1.08	77.50%	3.35%	0.69	11.23%	0.77	0.7654	
Aerospace/Defense	72	1.07	33.05%	7.37%	0.86	5.93%	0.91	0.5940	
Cable TV	13	0.94	51.96%	18.97%	0.68	2.41%	0.70	0.4219	
Chemical (Basic)	48	0.99	55.12%	2.98%	0.71	7.00%	0.76	0.6892	
Chemical (Diversified)	5	1.36	58.10%	1.25%	0.96	7.64%	1.03	0.5312	
Chemical (Specialty)	97	0.93	25.35%	6.43%	0.78	4.44%	0.82	0.6130	
Coal & Related Energy	29	0.83	94.63%	0.00%	0.49	12.92%	0.56	0.7276	
Computer Services	116	1.12	39.75%	5.55%	0.87	7.89%	0.94	0.6799	
Computers/Peripherals	52	1.18	9.36%	3.71%	1.11	2.72%	1.14	0.6474	
Construction Supplies	46	1.02	34.78%	10.79%	0.81	6.64%	0.87	0.5214	
Diversified	29	1.02	29.74%	6.52%	0.84	5.70%	0.89	0.6070	
Drugs (Biotechnology)	547	0.89	15.50%	0.52%	0.80	6.50%	0.85	0.6269	
Drugs (Pharmaceutical)	287	0.91	18.18%	1.88%	0.80	4.24%	0.84	0.6896	
Education	38	1.15	24.33%	4.02%	0.97	8.97%	1.07	0.6972	
Electrical Equipment	122	1.06	15.35%	4.44%	0.95	4.90%	1.00	0.7199	
Electronics (Consumer & Office)	22	0.96	9.50%	1.05%	0.89	11.62%	1.01	0.6915	
Electronics (General)	157	0.89	13.48%	6.11%	0.81	6.09%	0.86	0.6441	
Engineering/Construction	61	1.06	28.24%	9.31%	0.88	8.35%	0.95	0.6438	
Entertainment	118	0.88	15.20%	0.53%	0.79	5.26%	0.84	0.7648	
Environmental & Waste Services	86	0.95	25.20%	2.69%	0.81	1.92%	0.82	0.7096	
Farming/Agriculture	32	0.87	45.05%	6.45%	0.66	4.07%	0.68	0.6185	
Financial Svcs. (Non-bank & Insuran	235	0.80	895.89%	12.91%	0.11	3.11%	0.11	0.4639	
Food Processing	101	0.64	33.01%	8.56%	0.51	3.64%	0.53	0.5418	
Food Wholesalers	18	1.03	56.02%	0.52%	0.73	8.97%	0.80	0.6916	
Furn/Home Furnishings	40	0.88	34.06%	4.79%	0.71	9.25%	0.78	0.6664	
Green & Renewable Energy	25	0.98	64.06%	1.74%	0.67	1.44%	0.68	0.7946	
Healthcare Products	265	0.83	10.69%	2.57%	0.77	3.45%	0.80	0.6221	
Healthcare Support Services	129	0.85	31.70%	5.65%	0.69	6.49%	0.74	0.6310	
Healthcare Information and Technol	139	0.79	12.10%	4.16%	0.73	3.56%	0.75	0.6296	
Homebuilding	30	1.46	32.73%	15.91%	1.18	11.39%	1.33	0.5903	
Hospitals/Healthcare Facilities	32	1.28	99.40%	8.16%	0.74	7.94%	0.80	0.6525	

Nota: Recuperado de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html





Nota: Recuperado de <https://datasmacro.expansion.com/bono/usa>

