UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

FAST FOOD DIET

Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en las siguientes carreras:

ISRAEL ALKARIM AMADEUS ROMERO ALVAREZ – Ingeniería Empresarial y de Sistemas

SAYDA BETHSY VELASQUEZ MONAGO – Contabilidad

IRMA BARRIROS PALOMINO – Contabilidad

CARLOS DARWIN BOCANEGRAR OCAMPO – Marketing y Gestión Comercial

ELISA YAHAIIRA VELASQUEZ FERNANDEZ – Negocios Internacionales

Lima – Perú
2018
ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL .................................................................1

1.1 Nombre de la empresa, horizonte de evaluación ..............................................1
1.2 Horizonte de evaluación. 3 años ..................................................................1
1.3 Actividad económica, código CIIU.............................................................1
   1.3.1 Actividad económica: ........................................................................1
   1.3.2 Código CIIU ....................................................................................1
   1.3.3 Partida arancelaria: ..........................................................................1
1.4 Definición del negocio: ..................................................................................4
1.5 Descripción del producto o servicio ..............................................................4
1.6 Oportunidad de negocio ..............................................................................5
1.7 Estrategia genérica de la empresa .................................................................6
   1.7.1 Diferenciación: .................................................................................6
   1.7.2 Enfoque segmentado .........................................................................6

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO .................................................................7

2.1 Análisis del Macro entorno ............................................................................7
   2.1.1 Del País .............................................................................................7
      2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes ....7
      2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económico activa. .....7
      2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones .....................8
      2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país .....8
      2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto .................10
   2.1.2 Del Sector ...............................................................................................11
      2.1.2.1 Mercado internacional ................................................................11
      2.1.2.2 Mercado del consumidor ................................................................11
      2.1.2.3 Mercado de proveedores .................................................................12
      2.1.2.4 Mercado competidor ..............................................................12
      2.1.2.5 Mercado distribuidor ..................................................................13
      2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto ..................13
   2.2 Análisis del Micro entorno .......................................................................13
      2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad ................................13
      2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes ..................................................19
      2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores ...........................................20
      2.2.4 Amenaza de productos sustitutos .....................................................24
2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada...........................................26

CAPÍTULO III: PLAN ESTRATÉGICO..................................................................................27

3.1 Visión y misión de la empresa...........................................................................27
3.2 Análisis FODA....................................................................................................27
3.3 Objetivos...........................................................................................................29
  3.3.1 Objetivos Generales: ..................................................................................29
  3.3.2 Objetivos específicos..................................................................................29

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO...........................................................................31

4.1 Investigación de mercado..................................................................................31
  4.1.1 Criterios de segmentación.........................................................................31
  4.1.2 Marco muestral..........................................................................................32
  4.1.3 Entrevistas a profundidad..........................................................................33
  4.1.4 Focus Group...............................................................................................35
4.2 Demanda y oferta...............................................................................................39
  4.2.1 Estimación del mercado potencial..............................................................39
    4.2.1.1 Criterio de segmentación.................................................................40
  4.2.2 Estimación del mercado disponible............................................................41
  4.2.3 Estimación del mercado efectivo.................................................................42
  4.2.4 Estimación del mercado objetivo.................................................................43
  4.2.5 Frecuencia de Compra................................................................................44
  4.2.6 Cuantificación de la demanda....................................................................44
  4.2.7 Estacionalidad.............................................................................................45
  4.2.8 Programas de ventas en unidades y valorización.......................................50
4.3 Mezcla de marketing..........................................................................................54
  4.3.1 Producto.......................................................................................................54
    4.3.1.1 Marca.....................................................................................................54
    4.3.1.2 Logo:......................................................................................................54
    4.3.1.3 Envase...................................................................................................55
    4.3.1.4 Empaque:...............................................................................................56
    4.3.1.5 Carta de Pedidos:..................................................................................56
  4.3.2 Precio...........................................................................................................58
    4.3.2.1 Precio de la competencia.....................................................................58
  4.3.3 Plaza.............................................................................................................60
    4.3.3.1 Canal.....................................................................................................60
  4.3.4 Promoción.....................................................................................................61
4.3.4.1 Campaña de Lanzamiento.................................................................61
4.3.4.2 Internet ...............................................................................................61
4.3.4.3 Impulsadoras ......................................................................................62
4.3.4.4 Presupuesto de Campaña de Lanzamiento ......................................62
4.3.4.5 Volanteo .............................................................................................63
4.3.4.6 Presupuesto de volanteo .................................................................63
4.3.4.7 Marketing on-line ...............................................................................64
4.3.4.8 Promoción para todos los años .......................................................65

CAPÍTULO V: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL .................................66

5.1 Estudio legal ..............................................................................................66

5.1.1 Forma societaria ....................................................................................66
5.1.1.1 Actividades .......................................................................................66
5.1.1.2 Valorización .....................................................................................69
5.1.2 Registro de marcas y patentes .............................................................69
5.1.2.1 Actividades .....................................................................................69
5.1.2.2 Valorización .....................................................................................71
5.1.3 Licencias y autorizaciones .................................................................71
5.1.3.1 Actividades .....................................................................................71
5.1.3.2 Valorización .....................................................................................72
5.1.4 Legislación laboral ...............................................................................72
5.1.4.1 Actividades .....................................................................................72
5.1.4.2 Valorización .....................................................................................74
5.1.5 Legislación Tributaria .........................................................................74
5.1.5.1 Actividades .....................................................................................74
5.1.5.2 Valorización .....................................................................................74
5.1.6 Otros aspectos legales .........................................................................75
5.1.6.1 Actividades .....................................................................................75
5.1.6.2 Valorización .....................................................................................75
5.1.7 Resumen del capítulo ..........................................................................76

5.2 Estudio Organizacional ............................................................................77

5.2.1 Organigrama funcional - Fast Food Diet ..........................................77
5.2.2 Servicios Tercerizados a contratar por Fast Food Diet son: .............78
5.2.2.1 Servicios de envíos a domicilio. .......................................................78
5.2.2.2 Servicio de Asesoría de Nutricionista ..........................................78
5.2.2.3 Servicio de Asesoría Contable. .........................................................78
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo. ....................................................79
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercierizados .................................................86
  5.2.4.1 Servicio de envío ........................................................................................................86
  5.2.4.2 Asesoría Contable ......................................................................................................86
  5.2.4.3 Asesoría de Nutricionista ..........................................................................................86
5.2.5 Aspectos Laborales ..........................................................................................................86
  5.2.5.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercierizados. ...86
  5.2.5.2 Régimen laboral de puestos de trabajo .....................................................................86
  5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto ................................................................88
  5.2.5.4 Gastos por servicios tercierizados para todos los años del proyecto ..................92
  5.2.5.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo .................................................................93

CAPÍTULO VI: ESTUDIO TÉCNICO ..........................................................................................94
6.1 Tamaño de Proyecto .............................................................................................................94
  6.1.1 Capacidad Instalada .......................................................................................................94
    6.1.1.1 Criterios ................................................................................................................95
    6.1.1.2 Cálculos ................................................................................................................95
  6.1.2 Capacidad utilizada .......................................................................................................96
    6.1.2.1 Criterios ................................................................................................................96
    6.1.2.2 Cálculos ................................................................................................................96
  6.1.3 Capacidad Máxima .......................................................................................................97
    6.1.3.1 Criterios ................................................................................................................97
    6.1.3.2 Cálculos ................................................................................................................97
6.2 Procesos ...............................................................................................................................98
  6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción ...............................................................98
  6.2.2 Programa de producción ..............................................................................................99
  6.2.3 Necesidad de Materias Primas e insumos ..................................................................102
  6.2.4 Programa de Compras de Materias Primas e Insumos .............................................103
  6.2.5 Requerimiento de Mano de Obra Directa ...................................................................108
6.3 Tecnología para el proceso .................................................................................................112
  6.3.1 Maquinarias ................................................................................................................112
  6.3.2 Equipos de oficina .......................................................................................................113
  6.3.3 113
  6.3.4 Herramientas y utensilios ............................................................................................113
  6.3.5 Mobiliario .....................................................................................................................115
  6.3.6 Útiles de oficina ..........................................................................................................115
  6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos ...........................................116

Maquinarias de productividad (Mantenimiento .................................................................116
6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso .......................... 118
6.3.9 Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas .............................................. 120

6.4 Localización ........................................................................................................ 121
   6.4.1 Macro localización ...................................................................................... 121
   6.4.2 Micro localización ..................................................................................... 123
   6.4.3 Gastos de adecuación ............................................................................... 126
   6.4.4 Gastos de servicios ................................................................................... 127
   6.4.5 Plano de centro de operaciones ................................................................ 128
   6.4.6 Descripción del centro de operaciones ..................................................... 129

6.5 Responsabilidad social frente al entorno ......................................................... 129
   6.5.1 Impacto ambiental .................................................................................... 130
   6.5.2 Con los trabajadores ................................................................................ 131
   6.5.3 Con la comunidad ...................................................................................... 131

CAPÍTULO VII: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO ............................................. 132

7.1 Inversiones ......................................................................................................... 132
   7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable ....................................................... 132
   7.1.2 Inversión en Activo Intangible .................................................................. 133
   7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos ....................................................... 134
   7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales .............................................................. 137
   7.1.5 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado) .................... 138
   7.1.6 Liquidación del IGV .................................................................................. 142
   7.1.7 Resumen de estructura de inversiones ..................................................... 144

7.2 Financiamiento .................................................................................................. 145
   7.2.1 Estructura de financiamiento ................................................................. 145
   7.2.2 Financiamiento del activo fijo .................................................................. 145
   7.2.3 Financiamiento del capital de trabajo ...................................................... 147

7.3 Ingresos anuales ............................................................................................... 148
   7.3.1 Ingresos por ventas .................................................................................. 148
   7.3.2 Recuperación de capital de trabajo ......................................................... 149
   7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo ....................................................... 150

7.4 Costos y gastos anuales ................................................................................... 152
   7.4.1 Egresos desembolsables .......................................................................... 152
      7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos ....................................... 152
7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa ............................................. 154
7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos ..................................................... 155
7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración ....................................... 157
7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas .................................................... 159
7.4.2 Egresos no desembolsables ................................................................. 161
7.4.2.1 Depreciación ..................................................................................... 161
7.4.2.2 Amortización de intangibles ......................................................... 162
7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables ......................................... 162
7.4.3 Costo de Producción Unitario y Costo Total Unitario ....................... 164
7.4.4 Costos Fijos y Variables unitarios ....................................................... 165

CAPÍTULO VIII: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS ......................... 166

8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja. ....... 166
8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros ............................ 166
8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal. .. 167
8.4 Flujo de Caja Operativo ........................................................................ 168
8.5 Flujo de Capital ..................................................................................... 169
8.6 Flujo de Caja Económico ...................................................................... 170
8.7 Flujo del Servicio de la deuda ................................................................. 171
8.8 Flujo de Caja Financiero ........................................................................ 172

CAPÍTULO IX: EVALUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA .............................. 173

9.1 Cálculo de la tasa de descuento .............................................................. 173
9.1.1 Costo de oportunidad ......................................................................... 173
9.1.1.1 CAPM ......................................................................................... 173
9.1.1.2 COK propio .................................................................................. 174
9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) ................................. 174
Tabla 143: WACC ................................................................................... 174
9.2 Evaluación económica financiera ............................................................ 175
9.2.1 Indicadores de Rentabilidad ................................................................. 175
9.2.1.1 VANE y VANF .......................................................................... 175
9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado .................................................... 175
9.2.1.3 Período de recuperación descontado ......................................... 176
9.2.1.4 Análisis Beneficio / Costo (B/C) .................................................... 177
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio ......................................................... 177
9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo ....................................................... 178
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Modelo CANVAS ........................................................................................................2
Tabla 2: Número de habitantes en Perú (2012-2016) .................................................................7
Tabla 3: Tasa de crecimiento de la población (2018-2022) .......................................................7
Tabla 4: Balanza Comercial: Importación menos Exportaciones ..............................................8
Tabla 5: PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país .........................9
Tabla 6: Inflación según Análisis Económico, Análisis Financiero y Sector no Financiero
           2017 – 2018 .......................................................................................................................9
Tabla 7: Tipo de cambio según Análisis Económico, Análisis Financiero y Sector no
           Financiero 2017 – 2018 .....................................................................................................9
Tabla 8: Promedio anual de riesgo país .......................................................................................10
Tabla 9: Caryder S.A.C .............................................................................................................21
Tabla 10: Cordial corporación distribuidora de alimentos S.R.L .............................................22
Tabla 11: Mi mercado Perú S.A.C ..............................................................................................22
Tabla 12: Datos de las ventas de TECNIPACK S.A.C .................................................................23
Tabla 13: Datos de las ventas de Conversión y Servicios S.A ....................................................24
Tabla 14: Datos de las ventas de Fast Food ...............................................................................25
Tabla 15: Datos de las ventas de Menús formales e informales ...............................................25
Tabla 16: Matriz FODA – CRUZADO .........................................................................................28
Tabla 17: Cálculo de la muestra .................................................................................................33
Tabla 18: Población de distrito ..................................................................................................40
Tabla 19: Nivel Socioeconómico 2018 .....................................................................................40
Tabla 20: Mercado Potencial .....................................................................................................41
Tabla 21: P 04) ¿usted consume alimentos saludables? ............................................................41
Tabla 22: P12_ ¿Usa el servicio Delivery para su compra de alimentos? ...............................41
Tabla 23: Mercado Disponible ..................................................................................................42
Tabla 24: Mercado Efectivo ........................................................................................................42
Tabla 25: M.E. Disposición de pago ............................................................................................43
Tabla 26: Mercado Objetivo .......................................................................................................43
Tabla 27: Mercado objetivo por distrito .....................................................................................44
Tabla 28: Frecuencia de pedidos ...............................................................................................44
Tabla 29: Demanda Anual .........................................................................................................45
Tabla 30: Mercado Objetivo por Modalidades .........................................................................45
Tabla 31: Estacionalidad Año 2019 ..........................................................................................45
Tabla 32: Estacionalidad Año 2020 ..........................................................................................45
Tabla 33: Estacionalidad Año 2021 ..........................................................................................45
Tabla 71: Capacidad máxima............................................................................................................................97
Tabla 72: Capacidad máxima general..................................................................................................................97
Tabla 73: Programa de producción por años.......................................................................................................99
Tabla 74: Programa de producción por meses - 2019. .......................................................................................100
Tabla 75: Programa de producción por meses - 2020. .......................................................................................100
Tabla 76: Programa de producción por meses 2021...........................................................................................101
Tabla 77: Los costos netos..................................................................................................................................102
Tabla 78: Cuadros de la demanda del plan de 30 días. .........................................................................................103
Tabla 79: Cuadros de la demanda del plan de 45 días. .........................................................................................103
Tabla 80: Programa de compras - Nuevos soles sin IGV....................................................................................104
Tabla 81: Programa de compras de M.P. con I.G.V. .........................................................................................106
Tabla 82: Requerimiento de mano de obra.......................................................................................................108
Tabla 83: Los flujos de planilla Año 2019. ..........................................................................................................109
Tabla 84: Los flujos de planilla Año 2020. ..........................................................................................................110
Tabla 85: Los flujos de planilla Año 2021. ..........................................................................................................111
Tabla 86: Equipos de producción.......................................................................................................................112
Tabla 87: Equipos de Oficina..............................................................................................................................113
Tabla 88: Detalle de Herramientas y Utensilios. .................................................................................................114
Tabla 89: Detalle de Herramientas de Limpieza................................................................................................114
Tabla 90: Mobiliario de Oficina..........................................................................................................................115
Tabla 91: Útiles de Oficina..................................................................................................................................115
Tabla 92: Maquinarias de productividad..........................................................................................................116
Tabla 93: Equipos de oficina ...............................................................................................................................117
Tabla 94: Programa de reposición de herramientas ..........................................................................................118
Tabla 95: Programa de reposición de herramientas..........................................................................................119
Tabla 96: Programa de reposición de útiles de oficina........................................................................................120
Tabla 97: Macro localización. ..............................................................................................................................121
Tabla 98: Micro localización. ..............................................................................................................................123
Tabla 99: Activo fijo depreciable.......................................................................................................................132
Tabla 100: Inversión en activos por áreas. .........................................................................................................133
Tabla 101: Inversión de activo intangible..........................................................................................................133
Tabla 102: Inversión gastos pre operativos Área de operaciones.................................................................134
Tabla 103: Inversión gastos pre operativos Área de operaciones Utensilios. ......................................................135
Tabla 104: Inversión gastos pre operativos Área de operaciones Administrativo. ...........................................136
Tabla 105: Inventario Inicial...............................................................................................................................137
Tabla 106: Ingresos efectivo. .............................................................................................................................138
Tabla 107: Inversión de capital de trabajo-Personal..........................................................................................139
Tabla 108: Inversión de capital de trabajo-Servicio.................................................................140
Tabla 109: Inversión de capital de trabajo-Responsabilidad Social.................................141
Tabla 110: Liquidación de IGV ..............................................................................................142
Tabla 111: Liquidación de IGV ..............................................................................................143
Tabla 112: Resumen de estructuras de Inversión .................................................................144
Tabla 113: Resumen de estructura de Financiamiento ..........................................................145
Tabla 114: Aporte de cada socio............................................................................................145
Tabla 115: Datos Generales del Financiamiento ..................................................................145
Tabla 116: Programa de cronograma de pagos.................................................................146
Tabla 117: Datos generales del Financiamiento .................................................................147
Tabla 118: Programa de cronograma de pagos .................................................................147
Tabla 119: Programa de cronograma de pagos .................................................................148
Tabla 120: Capital de trabajo incremental ............................................................................149
Tabla 121: Valor de desecho neto de activo fijo .................................................................150
Tabla 122: Presupuesto de materia prima e insumo ............................................................152
Tabla 123: Planilla MOD .......................................................................................................154
Tabla 124: Gastos Indirectos.................................................................................................155
Tabla 125: Gastos Administrativos ......................................................................................157
Tabla 126: Gastos de ventas................................................................................................159
Tabla 127: Gastos de ventas................................................................................................161
Tabla 128: Amortización de intangibles ..............................................................................162
Tabla 129: Activos fijos no depreciables............................................................................162
Tabla 130: Costo de producción unitario ............................................................................164
Tabla 131: Costo de producción total ..................................................................................164
Tabla 132: Costos fijos .........................................................................................................165
Tabla 133: Costos variables .................................................................................................165
Tabla 134: Estado de ganancias y pérdidas sin gasto financiero .........................................166
Tabla 135: Estado de ganancias y pérdidas sin gasto financiero .........................................167
Tabla 136: Estado de ganancias y pérdidas con gasto financiero ........................................168
Tabla 137: Flujo de capital ....................................................................................................169
Tabla 138: Estado de caja económico ..................................................................................170
Tabla 139: Flujo de servicio de la deuda ............................................................................171
Tabla 140: Flujo de caja financiero .....................................................................................172
Tabla 141: Costo de oportunidad .........................................................................................173
Tabla 142: COK Propio..........................................................................................................174
Tabla 143: WACC ................................................................................................................174
Tabla 144: VANE y VANF ....................................................................................................175
Tabla 145: TIRE y TIRF. ........................................................................................................... 175
Tabla 146: TIR Modificado...................................................................................................... 176
Tabla 147: Periodo de recuperación a partir de flujos descontados. ................................. 176
Tabla 148: Periodo de recupero económico. ......................................................................... 176
Tabla 149: Análisis Beneficio - Costo .................................................................................. 177
Tabla 150: Análisis del punto de equilibrio. ........................................................................ 177
Tabla 151: Variables de entrada. ......................................................................................... 178
Tabla 152: Variables de salida. ............................................................................................ 179
Tabla 153: Análisis multidimensional. .................................................................................. 180
<table>
<thead>
<tr>
<th>Figura</th>
<th>Descripción</th>
<th>Página</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Logo de la empresa</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Ingresos y gastos según NSE 2017 – lima metropolitana</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Página web de competidor secundario Get up</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Página Eventos Get up</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Variedad de productos</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Ejemplo de menú</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Foto de focus Group 1</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>Foto de focus Group 2</td>
<td>38</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>Crecimiento por año</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>Logo Antiguo.</td>
<td>54</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>Logo Nuevo.</td>
<td>55</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>Bolsa en papel craf</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>Propiedades de las frutas a usar.</td>
<td>57</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>Presentación del producto</td>
<td>57</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>Otras presentaciones</td>
<td>58</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>Canal de distribución</td>
<td>60</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>Página web y aplicativo en celular</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>Personal identificado</td>
<td>63</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>Publicidad por internet redes sociales.</td>
<td>64</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>Comunicación directa</td>
<td>64</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>Logo de empresa</td>
<td>69</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>Resumen de valorización</td>
<td>76</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>Organigrama Funcional de la empresa.</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>Ubicación en Magdalena</td>
<td>122</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>Ubicación Google Maps</td>
<td>124</td>
</tr>
<tr>
<td>26</td>
<td>Local seleccionado</td>
<td>125</td>
</tr>
<tr>
<td>27</td>
<td>Plano</td>
<td>128</td>
</tr>
</tbody>
</table>
RESUMEN EJECUTIVO

Fast Food Diet se gesta ante una idea enmarcada en la tendencia actual de cuidar la salud, comer bien y tener un mejor estilo de vida. Partimos de una pregunta, ¿Quién no quiere alimentarse bien y hacerlo cómodamente?

Según el mercado, el crecimiento de esta tendencia no tiene marcha atrás, comer bien está de moda y más si es de la mano de un profesional en nutrición, adicional a ello, según el INEI la atención delivery viene creciendo sin retroceso durante los últimos años, juega a favor de la idea de negocio, el cual incluye en su totalidad esta modalidad de atención.

Si a ello le adicionamos el lado técnico profesional, tenemos un gran valor agregado que nos diferenciará de otras marcas ya presentes en el mercado.

La sensación de tener a un profesional de la salud nutricional atendiéndote en un tema tan vital como es la alimentación, le da el plus que hará viable nuestra idea de negocio. Este profesional hará el seguimiento de cada uno de nuestros clientes antes de adquirir el producto.

Estando enmarcados en la tendencia tecnológica no podríamos prescindir de una aplicación web y móvil en la cual nuestros clientes puedan interactuar, programar sus pedidos y hacer sus consultas.

Aprovecharemos la oportunidad de algo que en otros mercados mundiales ya es una realidad, es países como Islandia, Reino Unido, Alemania y España, esta tendencia disminuyó logarítmicamente el consumo de comida chatarra, debido a que los consumidores cambiaros las papas fritas por la ensalada.

Enmarcándonos en todas estas realidades y viendo el desarrollo y reacción del mercado ante estas ofertas, decidimos que Fast Food Diet tiene oportunidad de ser un proyecto viable en el mercado de Lima Metropolitana.

Los distritos que descubrimos son los idóneos para iniciar este emprendimiento son San Miguel, Magdalena, San Isidro y Miraflores. Según nuestras encuestas, estos son los distritos que más están adoptando esta tendencia y esto se vio reflejado en el papel, acompañado con la ventaja geográfica que nos brinda la cercanía de estos distritos y la red vial que se teje entre estas, la cual hace viable la distribución óptima.

Fast Food Diet resultó ser viable en el análisis no sólo en la tendencia, también la proyección de ventas que en encuestas realizadas fueron muy aceptadas incluso teniendo un precio por encima del mercado. Resolvemos que esta aceptación tiene sus principales argumentos en primero la comodidad, luego en la parte técnica de la asesoría y finalmente,
pero no menos importante, la razón de todo este esfuerzo, comer bien y promover la alimentación saludable.