



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, TURISMO Y
GASTRONOMÍA**

Carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes

READY TO GO S.A.C.

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Gastronomía y Gestión de Restaurantes**

ANA VALERIA KOC FONG LI

**Asesor:
Rafael Chávez Ugaz**

**Lima - Perú
2018**

Índice

CAPITULO I: INFORMACION GENERAL	15
1.1. Nombre de la Empresa - Horizonte a evaluar	15
1.2. Actividad Económica, Código CIU (Código Industrial Internacional Uniforme).....	15
1.3. Accionistas:	16
1.4. Oportunidad de Negocio:	16
1.4.1. Oferta:.....	16
1.4.2. Demanda:.....	17
1.5. Definición del Negocio.....	18
1.5.1. Antecedentes:	18
1.5.2. Situación Actual:	19
1.5.3. Definición del Concepto	21
1.5.4. Público objetivo	21
1.6. Concepto del producto	22
1.7. Descripción del Servicio	22
1.7.1. Paquete De Servicio	22
1.8. Misión y Visión.	24
1.8.1. Misión:	24
1.8.2. Visión:.....	24
1.9. Valores de la empresa	24
1.10. Objetivos de la empresa	25
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO	26
2.1. Análisis del Macro entorno	26
2.1.1. Análisis Pest.....	26
2.2. Análisis del Micro entorno	27
2.2.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	27

2.2.2.	Análisis de la competencia	30
CAPITULO III: ANÁLISIS DEL MERCADO		33
3.1. Segmentación		33
3.2. Investigaciones.....		36
3.2.1.	Investigación Cualitativa	36
3.2.1.1.	<i>Focus Group</i>	36
3.2.1.2.	<i>Entrevista a profundidad</i>	38
3.2.2.	Investigación Cuantitativa	39
3.2.2.1.	<i>Muestra (tamaño y cuota)</i>	39
3.2.3.	Participación de Mercado	45
3.2.4.	Proyecciones de la demanda Nacional (2016-2021)	46
3.2.4.1.	<i>Estimación del Mercado Potencial:</i>	46
3.2.4.2.	<i>Estimación del Mercado Disponible:</i>	47
3.2.4.3.	<i>Estimación del Mercado Efectivo:</i>	47
3.2.4.4.	<i>Estimación del Mercado Objetivo:</i>	47
3.2.5.	Cuantificación anual de la demanda	48
3.2.5.1.	<i>Estimación De Consumo</i>	48
3.2.5.2.	<i>Cuantificación de la demanda</i>	48
3.2.6.	Programa de ventas:.....	49
CAPITULO VI: PLAN DE MARKETING Y VENTAS.....		50
4.1 Estrategia de Lanzamiento.....		50
4.2 Mezcla de marketing		50
4.2.1	Producto	50
4.2.2	Precio	55
4.2.3	Plaza / distribución:	56
4.2.4	Promoción y publicidad:.....	58
4.3 Objetivos De Marketing		59

4.3.1.	Metas:.....	59
4.3.2.	Objetivos Generales:	59
4.3.3.	Objetivos del Plan de marketing.....	61
4.3.4.	Estrategias basadas de la Matriz FODA:	61
CAPITULO V: ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO		63
5.1.	Localización del Punto de Venta:.....	63
5.1.1.	Infraestructura:	64
5.1.2.	Ficha técnica de máquina expendedora:.....	64
5.1.3.	Decoración y diseño de la máquina expendedora:	66
5.1.4.	Selección del centro de Operaciones:.....	67
5.1.4.1.	<i>Plano y dimensiones el Centro de Operaciones:.....</i>	<i>68</i>
5.1.4.2.	<i>Infraestructura interna del Centro de Operaciones:.....</i>	<i>68</i>
5.2.	Maquinaria y soporte:	70
5.3.	Logística:.....	71
5.4.	Atributos de Calidad:.....	78
5.5.	Descripción del proceso de servicio:	78
5.5.1.	Paquete de Servicio:.....	78
5.5.2.	Blueprint de Servicio de la Máquina Expendedora	80
5.6.	Elementos del Diseño de Servicios:	81
5.6.1.	Elementos estructurales:	81
5.6.2.	Elementos gerenciales:.....	81
5.7.	Taxonomía de los Procesos de Servicio:.....	81
5.8.	Estrategia en los Servicios:	82
5.9.	Resultado de los Costeos:	82
5.10.	Proyección de popularidad de los platos:.....	82
5.11.	Proyecciones del producto:	85
5.11.1.	Proyección Producción Anual:	85

5.11.2.	Programa de compras de insumos Diarios:.....	85
5.11.3.	Programa de compras Anuales de insumos:.....	87
CAPITULO VI : ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA		91
6.1.	Estudio Legal:.....	91
6.2.	Licencia y Autorizaciones:.....	93
6.3.	Registro de Marcas y Patentes:.....	93
6.4.	Reclutamiento, Selección y Contratación:.....	95
6.4.1.	Reclutamiento:	95
6.4.2.	Selección del personal:.....	96
6.4.2.1.	<i>Personal Operativo:.....</i>	<i>96</i>
6.4.2.2.	<i>Políticas de Contratación:.....</i>	<i>99</i>
6.4.3.	Inducción y Capacitación:	100
6.5.	Estructura Organizacional:	102
6.6.	Planilla y Horario de trabajadores:.....	102
6.7.	Procesos, Procedimientos y Manual de Organización o Protocolos	104
6.7.1.	Perfil y funciones personales	105
6.7.2.	Uniformes	107
6.8.	Diagrama de Gantt:	108
CAPÍTULO VII: ESTUDIO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....		109
7.1.	Inversiones.....	109
7.1.1.	Inversión en Activo Fijo:.....	109
7.1.2.	Inversión Activo Intangible:	112
7.1.3.	Inversión en Capital de Trabajo.....	113
7.1.4.	Estructura de Inversiones	116
7.2.	Financiamiento	116
7.2.1.	Estructura de Financiamiento:	116
7.2.2.	Fuentes de Financiamiento: Cronograma	116

CAPÍTULO VIII: ESTUDIO DE INGRESOS Y COSTOS	119
8.1. Ingresos Anuales.....	119
8.1.1. Ingresos por Ventas.....	119
8.2. Costos y Gastos Anuales.....	121
8.2.1. Egresos Desembolsables	121
8.2.1.1. <i>Presupuesto de Mano de Obra</i>	122
8.2.1.2. <i>Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación:</i>	122
8.2.1.3. <i>Presupuesto de Gastos de Administración:</i>	124
8.2.1.4. <i>Presupuesto de Gasto de Marketing y Ventas:</i>	124
8.2.2. Egresos No Desembolsables	125
8.2.2.1. <i>Depreciación</i>	125
8.2.2.2. <i>Amortización</i>	126
8.2.3. Costos Totales y Unitarios:.....	127
CAPÍTULO IX: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	131
9.1. Estados de Ganancias y Pérdidas Proyectado	131
9.2. Liquidación del IGV	132
9.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo	132
9.4. Flujo de Capital proyectado:.....	133
9.5. Flujo de Caja proyectado Económico.....	133
9.6. Flujo de Servicio de la Deuda:.....	134
9.7. Flujo de Caja Financiera:.....	134
9.8. Balance General:	134
CAPÍTULO X: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	136
10. 1. Cálculo de la Tasa de Descuento	136
10.1.1. Datos a utilizar:.....	136
10.1.2. Costo de Oportunidad (Ke), Costo de la Deuda (Kd) y WACC.....	137
10. 2. Evaluación Económica Financiera	137

10.2.1.	Indicadores de Rentabilidad.....	137
10.2.2.	Análisis del Punto de Equilibrio.....	141
CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECONMENDACIONES.....		144
BIBLIOGRAFÍA		146
ANEXO.....		147

Índice de Tablas

Tabla 1: Porcentaje de empresas hay en Lima.....	18
Tabla 2: Horarios promedio.	20
Tabla 3: Atención a pacientes por enfermedades del sistema digestivo.....	20
Tabla 4: Población.	33
Tabla 5: Datos para hallar el número de la muestra.	39
Tabla 6: Población: Datos extraídos de PRODUCE- MYPIME desde el 2007 al 32009	46
Tabla 7: Perú: Proyección número de personas que trabajan en San Isidro.	46
Tabla 8: Mercado Potencial	47
Tabla 9: Mercado Disponible,	47
Tabla 10: Mercado Efectivo	47
Tabla 11: Mercado Objetivo.....	48
Tabla 12: Estimación de Consumo.....	48
Tabla 13: Cuantificación de la Demanda.	48
Tabla 14: Programa de ventas.	49
Tabla 15: Componentes de cada plato.....	51
Tabla 16: Comparación de Precios.	55
Tabla 17: Precio y Valor de Venta de Nuestro Producto	56
Tabla 18: Plan de marketing – objetivo 1 Fuente: Propia	59
Tabla 19: Plan de marketing – Objetivo 2	60
Tabla 20: Plan de Marketing – objetivo 3	61
Tabla 21: Presupuesto total del plan de marketing.....	61
Tabla 22: Maquinaria en el centro de operaciones y distribución.....	70
Tabla 23: Maquinaria en el centro de operaciones.	70
Tabla 24: Oficina del centro de operaciones.....	71
Tabla 25: Logística de Insumos.....	73
Tabla 26: Resultado de los Costos por receta	82
Tabla 27: Resultado de popularidad por cada plato,	82
Tabla 28: Proyección de Producción anual por platos.....	85
Tabla 29: Programa de compras diario	85
Tabla 30: Programa de compra Anuales.....	87
Tabla 31: Porcentaje de participación de los socios	91

Tabla 32: Licencias y Autorizaciones.	93
Tabla 33: Salarios	102
Tabla 34: Horarios.....	103
Tabla 35: Perfil y funciones del personal.....	105
Tabla 36: Uniformes.....	107
Tabla 37: Diagrama de Gantt	108
Tabla 38: Maquinaria para producción y distribución.....	109
Tabla 39: Utensilios para el centro de Producción.....	110
Tabla 40: <i>Equipos de Oficina</i>	111
Tabla 41: Activos Intangibles	112
Tabla 42: Cálculo Capital de Trabajo.	113
Tabla 43: Flujo del Capital de Trabajo.....	114
Tabla 44: Estructura de Inversiones.	116
Tabla 45: Financiamiento.....	116
Tabla 46: Cronograma de Pago del Financiamiento.....	116
Tabla 47: Cuadro resumen de la deuda.	118
Tabla 48: Ingresos por Ventas de cada plato.....	119
Tabla 49: Ingreso por Ventas en General	121
Tabla 50: Egresos desembolsables.	121
Tabla 51: Mano de Obra Indirecta.....	122
Tabla 52: Colaboradores.	122
Tabla 53: Costos Indirectos de Fabricación con y sin IGV.	122
Tabla 54: Gastos de Administración sin IGV.....	124
Tabla 55: Gastos de Marketing y Ventas sin IGV.	124
Tabla 56: Depreciación de Activos Tangibles.	125
Tabla 57: Amortización de Activos Intangibles.....	126
Tabla 58: Costo de Producción Unitario y totales	127
Tabla 59: Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.	131
Tabla 60: Liquidación del IGV.....	132
Tabla 61: Flujo de Caja Operativo.....	132
Tabla 62: Flujo de Caja Operativo.....	133
Tabla 63: Flujo de Caja Económico.....	133
Tabla 64: Flujo de Caja Financiero.....	134

Tabla 65: Flujo de Caja Financiero.....	134
Tabla 66: Balance General.	134
Tabla 67: Datos a utilizar en el cálculo del COK y el WACC.	136
Tabla 68: Costo de Oportunidad y de la Deuda; WACC.....	137
Tabla 69: VAN Económico.....	138
Tabla 70: VAN Financiero.....	138
Tabla 71: VAN Financiero.....	139
Tabla 72: Periodo de Recuperación Descontado	139
Tabla 73: Análisis Beneficio/ Costo	140
Tabla 74: Costos variables.	141
Tabla 75: Costos fijos.	141
Tabla 76: Punto de equilibrio.	142
Tabla 77: Cuadro de resumen.	142

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Gasto promedio en soles de comida al paso en Perú (2014).....	18
Ilustración 2: Logo de nuestro proveedor de máquinas vending	28
Ilustración 3: Logo de Proveedores.....	28
Ilustración 4: Distritos de Lima Metropolitana	33
Ilustración 5: Distribución de niveles por zona – Lima Metropolitana (%) Horizontal. ...	34
Ilustración 6: Estilos de Vida según Rolando Arellano.	35
Ilustración 7: Resultados de encuestas (205 Respuestas).....	45
Ilustración 8: Imagen Frontal del empaque de nuestro producto.	52
Ilustración 9: Empaque completo de nuestro producto.....	52
Ilustración 10: Vista frontal del empaque de nuestro product.....	53
Ilustración 11: Envase de nuestro producto.	53
Ilustración 12: Logo Ready to Go	53
Ilustración 13: Dispensador de cubiertos	55
Ilustración 14: Modelo de empaque de los cubiertos.....	55
Ilustración 15: Centro Comercial Camino Real.	56
Ilustración 16: Centro Comercial El Conquistador.	57
Ilustración 17: Centro Comercial San Isidro.....	57
Ilustración 18: La Galería de San Isidro.	57
Ilustración 19: Centros Comerciales en San Isidro.	63
Ilustración 20: Modelo de la Máquina Expendedora.	64
Ilustración 21: Formato de bandejas de la máquina Expendedora.	66
Ilustración 22: Diseño externo.	66
Ilustración 23: Estructura interna.....	67
Ilustración 24: Plano del Centro de Operaciones y dimensiones.	68
Ilustración 25: Cocina del centro de Operaciones	68
Ilustración 26: Oficina del centro de Operaciones	69
Ilustración 27: Baño del centro de Operaciones.	69
Ilustración 28:Almacén del centro de Operaciones.....	69
Ilustración 29: Secuencia de procesos.....	71
Ilustración 30: Proceso de Compra.	72
Ilustración 31: Proceso de Servicio Actual.	75
Ilustración 32: Proceso de deshechos de basura.	75

Ilustración 33: Recorrida de Ida.....76

Ilustración 34: Recorrida de Ida.....76

Ilustración 35: Recorrida de Ida.....77

Ilustración 36: Recorrida de Ida.....77

Ilustración 37: Recorrida de Regreso78

Ilustración 38: Blueprint del proceso.80

Ilustración 39: Reclutamiento95

Ilustración 40: Flujograma de Selección del Personal.96

Ilustración 41: Organigrama de Selección del Personal.102

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años ha existido un mayor consumo del rubro de comida rápida, debido a la practicidad que brinda este servicio en una época en la que las personas tienen un ritmo de vida muy acelerado, pero este consumo de comida poco saludable, esta incrementando también el número de personas con enfermedades como obesidad, enfermedades del sistema digestivo, entre otras, es por ellos que desde hace un tiempo las personas han empezado a tomar conciencia y a buscar consumir alimentos saludables, de buena calidad para tener una vida más sana.

Por otro lado, se ha podido observar a nivel mundial que el negocio de vending se está volviendo cada vez más rentable en países de Europa, Asia y Latinoamérica ofreciendo una amplia variedad de productos que tienen gran acogida por el público debido a la facilidad que les brinda de consumir alimentos donde sea que se encuentren.

Es por ello que nace este concepto de negocio innovador en el Perú a través de la empresa "Ready to Go" la cual busca satisfacer las necesidades de todas aquellas personas que desean adquirir alimentos no dañinos para su salud, de buen sabor, calidad y rapidez en el servicio.

Información General:

1. Unidad Ejecutora del proyecto:

Chun Vásquez, Patricia Irene	Administración Turismo
Koc Fong, Ana Valeria	Gastronomía
Mantegazza Llano, Maria Grazia	Administración Turismo
Tacsá Ronceros, Elizabeth	Arte Culinario

2. Información general del proyecto

- Razón Social y Marca del proyecto: Ready to Go S.A.C – Ready to Go
- Puntos de venta: Contaremos con 4 puntos donde estarán ubicadas nuestras máquinas expendedoras, todos estos ubicados en el distrito de San Isidro:
 - o Centro Comercial Camino Real
 - o Centro Comercial El Conquistador
 - o Centro Comercial San Isidro
 - o La Galería de San Isidro

- Actividad de la empresa:

Nos dedicaremos a la preparación de alimentos, lo cuales serán empaquetados en envases de polipropileno y congelados, para su posterior comercialización por medio de máquinas expendedoras con sistema de calentamiento incorporado.

3. Factores de éxito:

- Variedad de platos: Ofrecer una variada gama de platos al comprador, a su vez ofrecemos calidad y buen sabor.
- Rapidez de servicio: las personas buscan reducir tiempos de espera por lo que ofreceremos una experiencia rápida en la adquisición de alimentos.
- Ubicación de las máquinas: Las máquinas estarán ubicadas en distintos Centros Comerciales en el distrito de San Isidro.
- Disponibilidad durante todo el horario de trabajo: Nuestro método de venta nos permite vender platos a diferentes horas del día.

4. Estrategia del proyecto:

- Para lograr los factores de éxito se va a hacer uso de 8 máquinas expendedoras la cuales atiendan de forma rápida y ofreciendo una variedad de platos saludables y al alcance de los trabajadores y vecinos del distrito.
- Las máquinas expendedoras con las que contaremos serán importadas desde España, y cuentan con tecnología avanzada y moderna.
- Se proporcionará la información nutricional de cada uno de los platos para que los trabajadores tengan conocimientos sobre los productos que están consumiendo y sus beneficios.
- Nuestro servicio de producción y comercialización de comida preparada a través de máquinas expendedoras entrará al mercado con una estrategia de diferenciación.
- Optamos por la estrategia de diferenciación debido a que seríamos los primeros en Perú en ingresar con esta modalidad de venta de comida y atención.

CAPITULO I: INFORMACION GENERAL

1.1. Nombre de la Empresa - Horizonte a evaluar

- Nombre de la Empresa:

Ready to Go

- Explicación del Nombre:

El nombre elegido para nuestro servicio de catering automatizado es “Ready to Go” debido que buscamos que los consumidores tengan como primera impresión rapidez y practicidad al adquirir un producto alimenticio de calidad garantizada.

- Razón Social:

La razón social de nuestra empresa será Ready to Go S.A.C.

- Logotipo e Isotipo:

- Eslogan:

“Food Express”

- Horizonte a evaluar:

El horizonte a evaluar será de 5 años, tomando el año 2017 como el primer año de operaciones, el 2021 como el quinto año de operación y el 2022 como año de liquidación.

1.2. Actividad Económica, Código CIIU (Código Industrial Internacional Uniforme)

- Actividad económica:

Nos dedicamos a ejercer una actividad de producción y empaquetado de comida congelada para su posterior distribución y venta por medio de máquinas expendedoras.

- Código CIIU:

Según SUNAT nos clasificamos como:

- o 5610 – Actividades de Restaurante y Servicio Móvil de Comida:

- Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya se les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos, y ya se trate de comida para consumir en el local, para llevar o para entrega a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados. Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, reparto de pizza a domicilio, restaurantes de comida para llevar, vendedores ambulantes de helados, puestos ambulantes de comida, preparación de alimentos en puestos de mercado. Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculadas a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas. Explotación de concesiones de servicio de comidas en diferentes instalaciones.

1.3. Accionistas:

La empresa contará con 4 accionistas, donde cada una aportará partes iguales del capital, es decir el 25%

Chun Vásquez, Patricia Irene	25%
Koc Fong, Ana Valeria	25%
Mantegazza Llano, Maria Grazia	25%
Tacsá Ronceros, Elizabeth	25%

1.4. Oportunidad de Negocio:

1.4.1. Oferta:

La actual oferta de productos para ser consumidos “al paso” dentro del ámbito nacional ha crecido notablemente, con la finalidad de poder ofrecer a los consumidores una nueva opción de atención rápida y productos de calidad. Estos locales enfocados a la venta de comidas son demandados en mayor cantidad durante la hora de almuerzo, es por ello que locales como fast foods, restaurantes de diversos precios y patios de comidas de diversos supermercados, se han convertido en las usuales alternativas para todas aquellas personas trabajadoras de diferentes empresas.

De acuerdo al estudio elaborado por la consultora Quality Research (2015) este indica que el 73% de limeños acuden a comer a un fast food por lo menos una vez cada 15 días; y los jóvenes asisten a estos locales por lo menos una vez a la semana. Por otro lado, también destacó que un gran número de personas señalan acudir a los fast food durante la hora del almuerzo, siendo alrededor del 46% del total de consumidores.

Por otro lado, en el caso de los restaurantes según el (INEI, 2014), se registraron más de 47 mil restaurantes actualmente funcionando en Lima de los cuales, Lima Centro alberga a la mayoría de ellos con 14 mil 635, seguido de Lima Norte con 11 mil 19 y Lima Este con 10 mil 251 locales de comida.

Finalmente, podemos concluir que las opciones de comida se encuentran limitadas por los locales mencionados anteriormente. Sin embargo, según Cisco Customer Experience Informe, señala que el 61% de los consumidores estarían dispuestos a comprar alimentos variados a través de las máquinas expendedoras y que el 52% de personas prefieren las estaciones de Self – checkout para evitar la cola.

1.4.2. Demanda:

Según (INEI, 2014) dentro del ámbito nacional existen alrededor de 15'796,900 personas que se encuentran laborando actualmente, siendo el total de personas trabajadoras en Lima Metropolitana de 4'869,500 y en el resto del país de 10'927,400. Asimismo, más de la mitad de la población labora en actividades de servicios.

Luego, se conoce que de cada 100 ocupados 39 son empleados y 27 son independientes. Además, de acuerdo al tamaño de la empresa según el número de empleados que laboran en ella, se tiene que en Lima Metropolitana, existen alrededor de 2'710,700 personas que trabajan en empresas de 1 a 10 empleados; 591,800 personas que trabajan en empresas de 11 a 50 empleados y 1'473,400 personas que trabajan en empresas de 51 a más empleados.

Por otro lado, en Lima Metropolitana existen 861 mil empresas, los cuales más de la mitad están concentrados en nueve distritos de la capital. El 40.3% de las empresas están ubicadas en Lima Centro, los principales distritos con un gran número de negocios son Lima Cercado, Santiago de Surco, Miraflores, San Isidro, entre otros.

Finalmente, cabe mencionar que este flujo de personas que trabajan en empresas garantiza que habrá la demanda suficiente y favorecerá el negocio de las máquinas expendedoras.

Tabla 1:
Porcentaje de empresas hay en Lima.

TOTAL	TIPO DE ENTIDAD			SECTOR	
	Empresas	Institución	Medios	Privado	Publico
100%	90.30%	8%	1.70%	95.80%	4.20%

Fuente: INEI

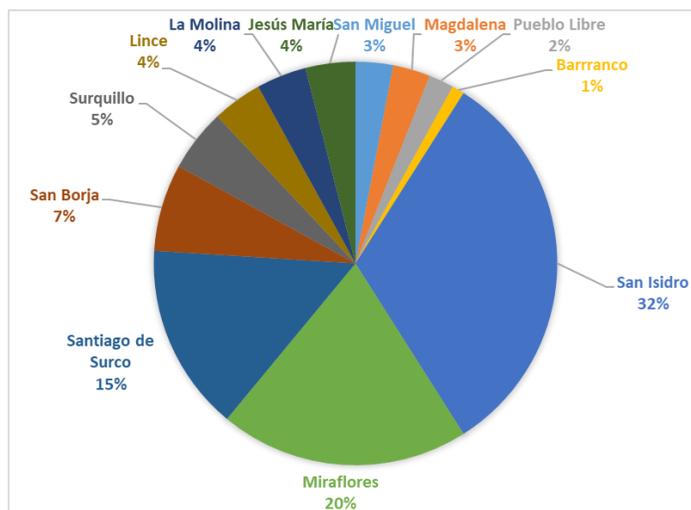


Ilustración 1: Gasto promedio en soles de comida al paso en Perú (2014).
Fuente: INEI

1.5. Definición del Negocio

1.5.1. Antecedentes:

A través del tiempo el hombre ha buscado poder satisfacer sus necesidades alimenticias y nutricionales, lo cual en muchas ocasiones demandaba que las personas se desplacen grandes distancias hasta el

local más cercano, originándoles gran pérdida de tiempo. Sin embargo, con el pasar de los años, esta situación permitió crear una nueva alternativa menos costosa y más rentable con la que se reemplazaron las tiendas tradicionales por novedosas máquinas automáticas.

El negocio de las máquinas expendedoras surgieron en el mercado hace 120 años aproximadamente; sin embargo, ha sido a partir de hace 20 años que comenzó su crecimiento como actividad comercial, logrando una gran evolución debido a la practicidad que brinda a las personas de poder adquirir diversos productos tales como: bebidas frías, café, golosinas, alimentos preparados, periódicos y revistas, billetes de metro o tren, recuerdos y regalos, juguetes, entre otros; de forma fácil y rápida en cualquier momento del día y en cualquier día del año.

Esta característica lo ha convertido en una de las industrias más rentables y de mayor crecimiento a nivel mundial, estimando una producción anual de \$25 billones de USD tal como lo informa Marketing Vending (2015).

Según (EVA, 2016), existen aproximadamente 3.74 millones de máquinas expendedoras en el continente europeo, de las cuales en su gran mayoría se encuentran ubicadas en oficinas y empresas. Por otro lado, en Latinoamérica, aunque su aceptación fue más lenta por parte del público, hace algunos años este negocio mostró una mayor rentabilidad en cuanto a la distribución de productos a través de las máquinas expendedoras debido a la exigencia del consumidor con respecto a obtener un producto en mejores condiciones de higiene y calidad.

1.5.2. Situación Actual:

Hoy en día los empleados de diversas empresas realizan trabajos bajo presión y diversas actividades bajo estrictos horarios laborales que lo mantienen ocupado todo el día sufriendo desgaste tanto físico como mental, lo cual genera estrés ocasionando que en ciertas ocasiones la salud sea puesta en riesgo.

Tabla 2:
Horarios promedio.

RESPUESTAS	TOTAL LIMA (%)	LIMA MODERNA
Tiene trabajo	83	79
De 4 horas a menos	2	3
Más de 4 horas y menos de 8 horas	9	8
8 horas	31	32
Más de 8 y menos de 12 horas	21	22
12 horas	16	11
Más de 12 horas	4	3
No tiene trabajo	17	21
Promedio (horas)	7:42	7:06

Fuente: INEI

Es por ello, que resulta fundamental una buena alimentación, el cual debido al reducido tiempo con el que disponen las personas durante su jornada en muchas ocasiones pierden el almuerzo, un importante alimento en el día, trayendo consigo consecuencias peligrosas, las cuales pueden agravarse con el paso del tiempo.

Según como lo explica el gastroenterólogo de la clínica Ricardo Palma, Víctor (Monge, 2011), “El ritmo agitado de vida, el trabajo y las responsabilidades familiares llevan a que un gran número de personas no se alimente bien y sufra varias molestias por culpa de este mal hábito.

El ser humano necesita alimentarse por lo menos 3 veces al día, no sólo a fin de obtener los nutrientes necesarios para mantenerse sano y fuerte, sino también para recuperar las energías perdidas durante sus múltiples actividades”.

Tabla 3:
Atención a pacientes por enfermedades del sistema digestivo.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
De 25 a 49 años	246 144	273 353	299 901	332 359	194 177	287 720	344 150	359 984
50 y más años	155 807	201 674	236 468	276 131	195 731	368 075	344 812	368 985

Fuente: MINSA

La falta de almuerzo provoca que el cuerpo humano altere los niveles de azúcar en la sangre y eso conlleva a que la persona sufra de trastornos metabólicos que se refleja a través de la pérdida o aumento de peso. Según estadísticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el mundo existen más de 1,000 millones de personas adultas con sobrepeso, de las cuales unas 300 mil padecen de obesidad y además sufren ciertas consecuencias como diabetes, hipertensión, problemas cardiovasculares y enfermedades crónicas que pueden terminar con sus vidas.

1.5.3. Definición del Concepto

Ready to Go será una empresa que brindará al público un nuevo producto alimenticio e innovará en el servicio y medio de comercialización del mismo:

- Nos dedicaremos a la producción de 10 platos de comida diferentes.
- A dichas preparaciones les daremos un envasado especial:

o En envases de polipropileno, el cual constará de una bisagra con precinto de seguridad.

- Luego los someteremos al método de Ultra – congelación. Lo cual permitirá que los alimentos conserven sus características organolépticas, por tiempo prolongado.

- Para la distribución de este producto contaremos con máquinas expendedoras, las cuales contarán con un sistema de congelación y un sistema de calentamiento incorporado.

De esta manera, ofreceremos a los compradores un servicio ordenado, rápido y con garantía de calidad.

Nos enfocamos principalmente en impartir un autoservicio rápido que permita al cliente adquirir los alimentos en óptimas condiciones de consumo y en el menor tiempo posible.

1.5.4. Público objetivo

Los clientes potenciales a los que queremos alcanzar son personas trabajadoras del distrito de San Isidro. Personas que acuden a los centros comerciales, galerías más representativas y patios de comida distribuidos

dentro del mismo distrito a la hora de sus almuerzos. Trabajadores con alto poder adquisitivo y que desean llevar un estilo de vida saludable e innovar en su alimentación.

1.6. Concepto del producto

Nuestro producto se llamará “Ready to Go”; los cuales son platos de comida tradicional (10 tipos diferentes) con garantía de ser 100% saludables y nutritivos.

Elegimos esta cantidad de platos porque consideramos que el cliente querrá comer algo distinto cada día y de esta manera tendrá más opciones para escoger. Los platos que estarán a la venta serán:

- Lomo Estrogonof con arroz.
- Rissotto de remolacha.
- Bistek con tallarines al pomodoro.
- Cordon bleu de pollo con puré de papas y arroz.
- Ají de gallina con arroz.
- Lasagna de ricota y espinaca.
- Raviolos con camote con salsa blanca de cebolla.
- Arroz chaufa de cerdo.
- Escabeche de pollo con arroz.
- Picante de carne con arroz.

1.7. Descripción del Servicio

1.7.1. Paquete De Servicio

- Esencial:

Nuestro servicio se basa en la distribución por medio de máquinas expendedoras. Las cuales ofrecerán practicidad al trabajador y rapidez a la hora de adquirir los alimentos.

No será necesario contar con personal que este atendiendo en el momento que se produzca la compra, puesto que es un “autoservicio” y el uso de dichas máquinas es muy sencillo.

Se contará con personal que abastezca las máquinas cuando se termine el stock o cuando sea necesario.

Contaremos con un área de marketing, la cual se encargará de dar a conocer de la existencia de las máquinas a nuestro público objetivo y nos haga conocer constantemente sus sugerencias con el fin de brindar un mejor servicio.

○ Facilitadores:

Nuestras máquinas expendedoras se encontrarán ubicadas en distintos centros comerciales y galerías para que se encuentren a disposición de todos los consumidores. De esta manera verán que somos una nueva opción para adquirir sus alimentos.

Además, el diseño del vinil que va en la máquina expendedora les indicara a los clientes los tipos de platos que están a su disposición.

○ Implícito:

La máquina expendedora está elaborada con materiales de alta calidad, su proceso de congelamiento asegura que los alimentos no estén dentro de la temperatura de riesgo, así como el sistema de descongelación es rápido.

La calidad de la comida será alta porque contamos con proveedores de insumos certificados con registros de sanidad. Además que contaremos con nuestro propio centro de operaciones donde se realizara la preparación y envasado de los platos.

○ Explícito

- Buena calidad de servicio y en productos.
- Alto sistema rotativo de los platos.
- Variedad de platos para todos los gustos.
- Abastecimiento constante de las máquinas.
- Stickers con el logo de la empresa en cada uno de los envases.
- Se podrá pagar con monedas o con billetes, y también con tarjetas de la empresa Visa.

1.8. Misión y Visión.

1.8.1. Misión:

Somos una empresa dedicada a la distribución de productos de alta calidad caracterizada por ofrecer servicios innovadores que mejoren la vida de las personas a través de una excelente venta automática con el fin de satisfacer las necesidades alimenticias del sector público.

1.8.2. Visión:

Ser reconocidos como empresa líder en el país, posicionándonos como la mejor opción de servicio y variedad de marcas y productos que satisfagan las necesidades de cada uno de nuestros clientes, consumidores y proveedores.

1.9. Valores de la empresa

- Responsabilidad:

La empresa confía en el profesionalismo y compromiso por parte de todos sus empleados de realizar las diferentes tareas y actividades de manera eficiente, cumpliendo con las normas establecidas y buscando en todo momento que se logren las metas y objetivos internos propuestos por la organización.

- Comunicación:

Es el valor que busca mantener una excelente relación entre los miembros de la empresa y los clientes a través de diferentes instrumentos y con ello lograr que el consumidor perciba que sus necesidades están siendo atendidas y que nos encontramos dispuestos a escuchar sus sugerencias y opiniones.

- Innovación:

Nuestra empresa se preocupa por cumplir con las expectativas de los consumidores, es por ello que buscaremos mejorar constantemente a través de nuevas herramientas que satisfagan las necesidades del cliente, incorporando nuevas formas de hacer las cosas con lo cual se logrará el beneficio tanto de las personas, como de la empresa y de los trabajadores.

- Seguridad:

Nuestro principal propósito como empresa es lograr clientes satisfechos en cuanto a sus necesidades y deseos, es por ello que para lograrlo es necesario que le brindemos la confianza que buscan a través de un servicio eficaz con el que se sientan seguros, cómodos y sobre todo que están adquiriendo un servicio de calidad.

- Trabajo en equipo:

Los empleados de la empresa mantendrán una relación laboral fluida y sincera entre ellos, la cual permitirá que cumplan con cada una de sus funciones óptimamente y a su vez, podrán compartir sus dudas y comentarios acerca del trabajo realizado con el fin de lograr un ambiente positivo y una mayor integración del equipo.

1.10. Objetivos de la empresa

- Ofrecer siempre productos con los más altos estándares de calidad desde el primer día de inicio de nuestras operaciones.
- Contar con proveedores y colaboradores de primera.
- Extender el servicio teniendo otros puntos de venta en el futuro.

CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Análisis del Macro entorno

2.1.1. Análisis Pest

- Factores Político - legales:

- Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial:

La presente ley tiene por objeto promover la competitividad, formalización y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos; y, otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas empresas.

- Factores económicos:

Al cierre del año 2015, el dólar había sufrido una expansión de 14.56%, la más pronunciada en 17 años y aunque en lo que va del 2016 acumula una caída ligera de 0.18%, la expectativa de los agentes económicos es que mantenga una tendencia al alza.

Los movimientos del tipo de cambio en economías pequeñas y abiertas, según el ente emisor, tienen un efecto directo sobre los precios a través de los productos importados. Esto provoca que sus precios se incrementen automáticamente en moneda nacional ante una depreciación.

Si el dólar sigue subiendo puede afectar nuestras inversiones, debido a que debemos importar las máquinas expendedoras.

- Factor Social:

Los hábitos de consumo han evolucionado a través de los años, lo cual ha llevado al surgimiento de nuevas tendencias en los consumidores, adoptando la información como una herramienta fundamental antes de comprar algún servicio. Por otro lado, otras tendencias que es importante mencionar son las siguientes:

- La necesidad de lo instantáneo:

Los consumidores son cada vez más renuentes a desperdiciar el tiempo, buscan la facilidad, practicidad y ahorro de tiempo. Es por ello, que la innovación por obtener un servicio rápido y sencillo como respuesta a la exigencia por soluciones instantáneas es cada vez mayor. Por lo cual, podemos asegurar nuestro mercado.

- Adaptabilidad:

Los peruanos no son muy abiertos al concepto de comida congelada, lo cual es un obstáculo que debemos superar como negocio. Debemos educar al cliente a este nuevo cambio.

- Factores Tecnológicos:

- Influencia de las redes sociales:

Actualmente las redes sociales se han vuelto un medio de información y medio de marketing muy eficiente. Todo consumidor muestra el deseo de investigar el producto que desea adquirir antes de comprarlo.

Y gracias a este medio que nuestra relación con los clientes será mucho más estrecha ya que podemos comunicarnos con ellos y saber sobre sus sugerencias y opiniones acerca del producto.

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



- Proveedores:

Para poner en marcha nuestro negocio necesitamos proveernos de máquinas expendedoras y esto será posible con la ayuda y colaboración de JOFEMAR Corporation.

Esta Corporación es un grupo empresarial familiar con fuerte base industrial que diseña, fabrica y comercializa una amplia e innovadora gama tecnológica para sectores vending entre otros.



Ilustración 2: Logo de nuestro proveedor de máquinas vending
Fuente: Jofemar Corporation

En cuanto a los insumos necesitados para la elaboración y producción de cada plato. Los proveedores tendrán un bajo poder negociación debido a que es un amplio mercado, no tienen la libertad de disponer del alza de precio por el riesgo que esto representa en su cartera de clientes. Esto garantiza a nuestra empresa mantener los bajos costos.

Siempre se ha de buscar productos de primera calidad para satisfacer a los consumidores.



Ilustración 3: Logo de Proveedores.
Fuente: Google.

- Clientes:

Al comenzar el negocio, nuestros primeros clientes serán los Centros Comerciales y galería de San Isidro quienes poseen un nivel intermedio de negociación.

Por un lado, existen competidores o sustitutos del rubro de alimentos y bebidas con un sistema de catering tradicional como Tottus,

restaurantes que venden menú que les dan a los clientes el poder de decidir el precio que desea pagar por un producto. Los clientes no buscan solo alimentarse, sino buscan que los alimentos sean saludables y también lugares en donde no pierdan tiempo haciendo colas para poder comprar lo que desean.

Por otro lado, al tratarse de máquinas expendedoras que ofrecen un servicio diferenciado, se podría establecer un precio más alto pero no excesivo, es decir, el máximo que los clientes estarían dispuestos de pagar.

- Sustitutos:

Existe una gran variedad de productos que pueden reemplazar al alimento congelado, como los menús que se venden en los restaurantes de los alrededores o los alimentos que se venden en los patios de comida. Estos sustitutos pueden alterar la decisión de compra del consumidor.

Existe una alta amenaza de productos sustitutos. Al tratarse del sector alimenticio se puede decir que todo alimento es un posible sustituto, desde una simple fruta a una cena elegante. Pero enfocándonos más en el área donde estaríamos ubicado existen diversos sustitutos.

- Nuevas competencias:

El negocio de las máquinas expendedoras cada vez está aumentando y no es difícil encontrar lugares estratégicos para ubicarlos. Lo importante es posicionar las máquinas y sus productos en la mente del consumidor como un producto de calidad y confianza.

La máquina expendedora de alimentos preparados aún no existe en el Perú, entonces las barreras de entrada son bajas. No se tendría problema con la ubicación estratégica ya que seríamos los primeros en encontrarlas.

- Competidores existentes:

Realmente no existe un competidor directo para nuestro servicio debido a que en el mercado aún no existe, pero no se duda que, tras abrir y

traer las máquinas, será una idea muy tentadora para aquellos que deseen enfocarse en el mismo negocio.

La gran demanda por parte de los consumidores que buscan un lugar en donde comer porque normalmente todos los lugares están llenos crea un ambiente altamente competitivo y muchas empresas dedicadas a los alimentos estarían interesadas en también contar con máquinas expendedoras que cumplan la misma función.

2.2.2. Análisis de la competencia

- Competidores directos por la ubicación:

o Cebichería El Achorao:

Precio: desde s/.23.00 – s/.30.00

Ubicación: A una cuadra y media del centro empresarial San Isidro

Propuesta: Ofrece comida marina

Enfoque: Excelente trato y hospitalidad hacia los clientes

o El Champiñón:

Precio: Desde s/. 12.00 – s/.20.00

Ubicación: A dos cuadras del centro empresarial San Isidro

Propuesta: Menú variado

Enfoque: Sabor agradable de los platos y buena atención.

o Comedores de las empresas

Precio: s/. 10.00

Propuesta: Menú casero

o Varias Fuentes de soda:

Precio: desde s/.8.00 – s/.14.00

Ubicación: Alrededor del centro empresarial San Isidro

Propuesta: Ofrecen menú

Enfoque: Precio accesible

- Competencia indirecta:
 - o Máquinas expendedoras de galletas y gaseosa
Ubicación: Dentro de centros comerciales y empresas
 - o Bodegas
Ubicación: alrededor del centro empresarial
Propuesta: diversidad de productos y precios cómodos

Matriz de características internas y externas:

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio rápido y fácil. • Disponibilidad a cualquier hora del día. • Tecnología • Público potencial • Ubicación estratégica en centros comerciales • Productos variados 	<ul style="list-style-type: none"> • El negocio de Vending está en crecimiento. • No hay máquinas de este tipo en el mercado peruano. • Ubicarnos en San Isidro es de gran oportunidad ya que presenta la mayor población y más centros empresariales. • Necesidad de ahorro en tiempo de las personas. • Mucha congestión en los restaurantes o patio de comida. • Lugares propicios para ubicar las máquinas en centros comerciales y galerías
DEBILIDADES	DF	DO
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el sector Vending. • Alto nivel de competencia en los alrededores de restaurantes, patios de comida • Posibles colas por espera de cada cliente mientras se calienta la comida • falta de conocimiento de las máquinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Darnos a conocer a nuestro público objetivo mediante la creación de una página web y redes sociales como Facebook y Twitter, donde se explique el funcionamiento de las máquinas, la variedad de productos y beneficios de la comida congelada. • Creación de afiches y flyers que serán repartidos por las zonas aledañas a los lugares donde estarán ubicadas las máquinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfatizar lo práctico y rápido del servicio en todos los medios de promoción que utilicemos, para reforzar la idea de cuan conveniente es hacer uso de las máquinas para ahorrar tiempo

AMENAZAS	AF	AO
<ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia de menú en la zona. • Desconfianza de la máquina por ser nueva en el mercado. • Desconocimiento en el uso de las maquinas • Entrada de nuevas empresas de competencia directa o indirecta 	<ul style="list-style-type: none"> • Daremos un valor agregado en nuestro servicio que será la preparación de los diferentes platos que ofreceremos nosotros mismos para diferenciarnos de la competencia que podría surgir al ver que es un negocio rentable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con personal capacitado que pueda arreglar las máquinas y darles mantenimiento, para minimizar los problemas que puedan ocurrir y disminuir la desconfianza que estas pueden generar. • Tener siempre actualizada nuestra página web y redes sociales, así como también dar respuestas en un corto tiempo a las dudas o quejas que los clientes puedan tener para que sepan que estamos atentos a sus necesidades y que son importantes para nosotros

CAPITULO III: ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. Segmentación

- Segmentación geográfica:

Se encuentra enfocada a los principales centros comerciales y galerías ubicados específicamente en el distrito de San Isidro. Se escoge dicho distrito puesto que de acuerdo a TripAdvisor estos locales forman parte de los más exclusivos y concurridos que existen dentro de la ciudad de Lima. Y, además tanto las ventas como la concurrencia del público en general se encuentra en crecimiento tal como lo señala investigaciones de Arellano Marketing.



Ilustración 4: Distritos de Lima Metropolitana
Fuente: Minsa

Por otro lado, también se considera que de acuerdo al INEI en el año 2015 se registró un total de 764.087 personas residentes en la zona 7 de Lima Metropolitana, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 4:
Población.

	Población 2015
La Molina	171.779
Surco	344.242
San Borja	111.928
San Isidro	54.206
Miraflores	81.932

Fuente INEI

- Segmentación demográfica:

Se dirige a personas, hombres y mujeres entre los 25 a 50 años de edad, que acuden a los centros comerciales y galerías ubicadas en San Isidro y que cuenten con un poder adquisitivo perteneciente al NSE A y B.

Zona	Niveles Socioeconómicos					
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	5.2	20.0	40.4	25.7	8.7
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.9	12.3	45.4	26.5	14.8
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.1	20.5	50.7	21.7	5.0
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.9	10.3	41.2	36.6	9.9
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	1.8	21.6	45.0	25.5	6.1
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.9	11.9	40.2	36.0	10.0
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	19.9	48.8	22.7	6.5	2.1
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	29.0	44.9	18.8	5.0	2.3
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	4.8	22.1	40.1	24.6	8.5
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac)	100	0.0	10.0	42.2	36.9	11.0
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.5	17.2	42.2	25.2	13.9
Otros	100	0.0	8.5	48.9	27.7	14.9

Ilustración 5: Distribución de niveles por zona – Lima Metropolitana (%) Horizontal.

Fuente: APEIM 2015

- Segmentación conductual:

Dirigidos a las personas en general y clientes de los diferentes centros comerciales y galerías localizadas en San Isidro, quienes tengan preferencia por salir a disfrutar un día fuera de su lugar de residencia y además, prefieran adquirir diferentes productos de manera segura, rápida y sencilla.

Para ello, es necesario mencionar que los hábitos de los peruanos con respecto a la tendencia de consumo, tal como lo indica un estudio realizado por el Ministerio de Salud (2010), es el siguiente:

- Compra de alimentos cada vez más espaciadas e incremento de la congelación.
- Menor tiempo a la compra y a la elaboración de los alimentos.
- Adquisición de comidas que necesiten poca elaboración.
- Incremento de la adquisición de platos precocinados, comidas con envases aptos para el consumo en bandejas frente al televisor o computadora.

- Segmentación psicográfica:

Enfocados a centros comerciales y galerías ubicadas en el distrito de San Isidro que cuenten una clientela caracterizada por un poder adquisitivo alto, quienes tengan mayor ingreso económico y sean racionales al momento de comprar un producto. Además, que gusten de probar nuevos productos y se encuentren dispuestos de innovar constantemente no sólo en ellos mismos sino también acerca de lo que utilizan y consumen.

Según los estudios de la Consultora Arellano Marketing, en el Perú, como resultado del estudio se obtuvo la existencia de 6 estilos de vida basados en dos ejes: el nivel de ingreso y el de la modernidad – tradición, relacionado con una variable de tendencia y resistencia al cambio. De acuerdo a la clasificación realizada por Arellano, actualmente los estilos de vida en el Perú, están conformados de la siguiente manera:

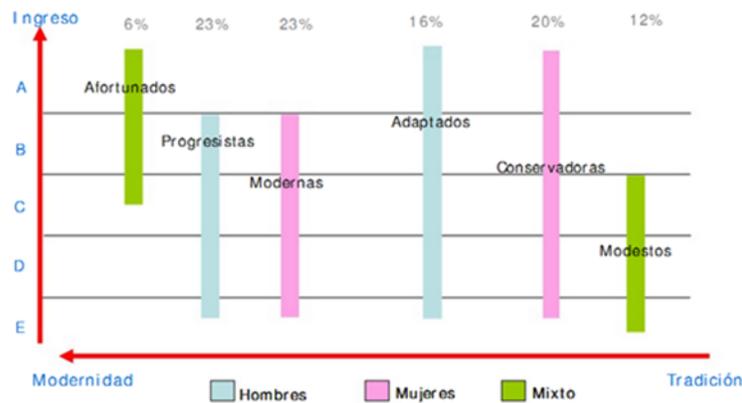


Ilustración 6: Estilos de Vida según Rolando Arellano.

Fuente: Arellano Marketing

Se escoge a los consumidores con estilo de vida: afortunados, progresistas y modernas ya que “el precio es indicador de calidad y la marca es un símbolo de diferenciación y de pertenencia, además la percepción de riesgo frente a productos nuevos o desconocidos es menor que para otros grupos”, tal como lo afirma Arellano.

3.2. Investigaciones

3.2.1. Investigación Cualitativa

3.2.1.1. Focus Group

El día Martes 05 de abril del presente año (2016) se llevó a cabo un Focus Group con el fin de poder obtener más información con respecto a la idea de negocio propuesta y comprender de forma más completa el contexto que envuelve la situación actual del mercado objetivo.

El Focus Group fue realizado a 6 personas de ambos sexos, procedentes de diferentes distritos quienes suelen acudir con frecuencia a los centros comerciales en donde incorporaremos las máquinas expendedoras ubicados en San Isidro, su rango de edad 25 a 50 años pertenecientes a los NSE A y B.

El objetivo principal de esta investigación es saber el grado de aceptación de nuestro producto y servicio en San Isidro a nivel cualitativo.

Objetivos:

- Identificar los hábitos y costumbres que influyen en la elección de un lugar en el cual almorzar durante el descanso del trabajo:
 - Preferencia de lugares y el porqué de sus elecciones.
 - Preferencia de platos.
 - Factores que influyen en la elección de estos.
 - Reacción al cambio de la nueva propuesta.
- Conocer sus opiniones al respecto de nuestro concepto del negocio:
 - Opinión sobre el nombre.
 - Opinión de la ubicación dentro de los centros comerciales.
 - Opinión del Concepto.
- Identificar el grado de aceptación (producto y servicio) y su disposición de compra (degustación)
 - Opinión del producto.
 - Precio del producto.
 - Opinión de Servicio automatizado.
 - Motivos de Compra.

Conclusiones del Focus Group:

Aspectos generales:

- Todos los participantes suelen acudir diferentes establecimientos de comida como fast foods, restaurantes y locales similares ubicados tanto dentro de los centros comerciales y galerías como en los alrededores.
- Se señaló que el motivo más común por el cual eligen dichos lugares es por el tiempo relacionado a la ubicación y también la calidad.
- Todos consideran que el tiempo es un factor muy importante ya que es limitado. Ocurre que, en varias ocasiones, las personas no cuentan con mucho tiempo ya que desean comprar y recorrer las diversas tiendas de los centros comerciales al igual que a veces sólo acuden a comprar algo específico y a veces el tiempo pasa rápido y no es suficiente.
- El tiempo aproximado que todos esperan por su orden es de 15 minutos. y les gustaría una opción en la cual la espera dure menos.

Grado de aceptación de nuestro producto:

Se les dio la oportunidad de degustar dos platos diferentes de la marca “Come en Casa”, el cual es un producto que cumple con las mismas características que el nuestro (mismo proceso de envasado y sellado, y también el método de conservación), de esta manera tendrían en mente lo que pueden esperar de nuestro producto. Al final de la degustación los resultados fueron estos.

- A pesar de a ver sido sometido a congelación por largo tiempo, el sabor y los aromas no se alteran, al igual que las texturas.
- La espera es muy corta, debido a que el calentamiento del plato es rápido.
- Los participantes dijeron que si estarían dispuestos a comprar por el ahorro de tiempo y debido a que las opciones de los fast foods y restaurantes no siempre son buenas y variadas.

- También se señaló que adquirirían el producto pero no de manera diaria.
- Y el precio oscila entre los 12 soles y los 15 soles.

3.2.1.2. Entrevista a profundidad

Ficha Técnica

- Entrevistada: Cecilia Llano Carrión
- Edad: 44 años
- Cargo: Cliente frecuente de diversos centros comerciales en San Isidro.

Planificación

- Tipo: Entrevista Holística dirigida
- Objetivo: Analizar el mercado del público que acude a los centros comerciales en el distrito de San Isidro.
- Duración 20 min
- Lugar : Oficina Centro Empresarial – San Isidro

Objetivos

- Conocer el perfil del público que acude a los centros comerciales y galerías ubicadas en San Isidro.
- Conocer la situación de los negocios de alimentos y bebidas que ofrecen sus servicios por concesión.
- Conocer los puntos clave para el éxito de un negocio orientado a brindar un servicio de catering automatizado por tercerización.

Conclusiones de la entrevista a profundidad:

- Nuestro enfoque debe estar dirigido al público conformado por personas pertenecientes a la clase A debido a que tienen mayor experiencia en el consumo de comida congelada, ya que ellos han viajado en alguna oportunidad al extranjero.
- Las personas que acuden a los centros comerciales no tienen un horario fijo para almorzar, ya que existen varios factores para determinarlo; sin embargo, ellos siempre buscan una atención rápida

y de calidad. Por lo cual les gustaría contar con un servicio de alimentos al cual tener acceso a cualquier hora del día y que sea un servicio rápido y confiable.

- San Isidro cuenta con centros comerciales que actualmente se encuentran en renovación y además, se espera que la tasa de visitantes aumente por lo cual causaría problemas a la hora de conseguir un cupo en algún fast food o restaurante cercano y en respuesta a ello, la solución que se propone a este problema es adquirir nuestro servicio.

3.2.2. Investigación Cuantitativa

Dentro de la investigación cuantitativa se ha realizado una encuesta como parte de las proyecciones futuras de nuestro mercado objetivo. Para ello calculamos nuestra “muestra” de la siguiente manera:

3.2.2.1. Muestra (tamaño y cuota)

Formula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Calculo de la muestra

Tabla 5:

Datos para hallar el número de la muestra.

Población	131035
p (esperado)	0.05
q (no esperado)	0.95
Z (al 95%)	1.96
d (precisión)	3%
Población - 1	131034
Muestra	202

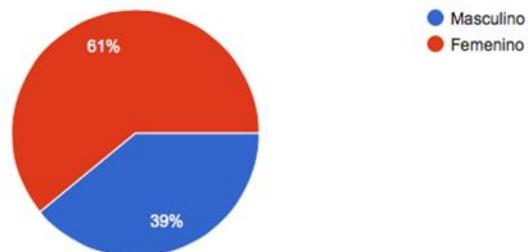
Fuente: Propia

Formato de Cuestionario

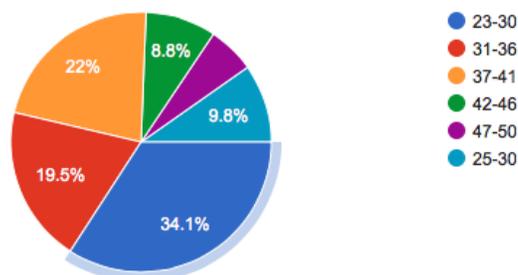
Ficha Técnica De La Encuesta

- Objetivo general:
 - Conocer el grado de aceptación de los platos Ready to Go a nivel cuantitativo.
- Objetivos específicos:
 - Conocer en nivel de popularidad de nuestros productos.
 - Conocer la frecuencia y la intensidad de compra de nuestro consumidor.
 - Conocer el nivel de participación de la competencia.
 - Conocer el rango de precios aceptable para los alimentos congelados
 - Conocer la tendencia de uso de redes de nuestros posibles clientes.
- Resultados:

Género (205 respuestas)



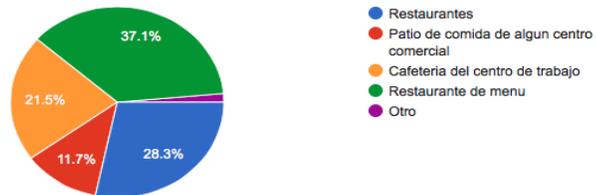
Rango de edad (205 respuestas)



Maquinas expendedoras

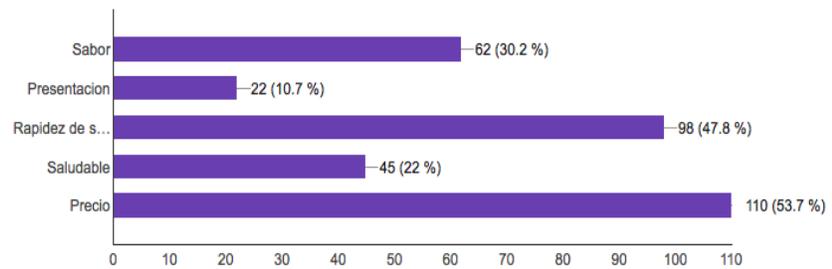
¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia a la hora de almuerzo del trabajo?

(205 respuestas)



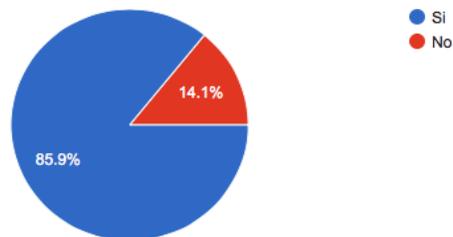
Determine cuál es el motivo por el cual usted consume en este tipo de lugares. Marcar las alternativas que desee

(205 respuestas)



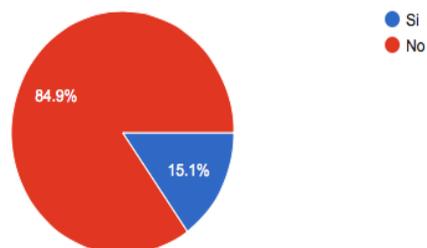
¿Come comida calentada que ha sido refrigerada o congelada de días anteriores?

(205 respuestas)



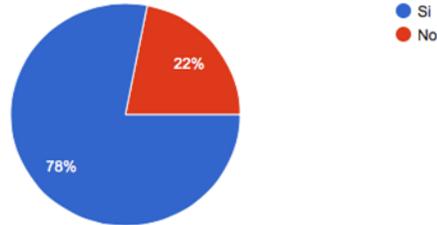
¿Considera que la comida que ha sido congelada por largos periodos de tiempo es dañina para la salud?

(205 respuestas)



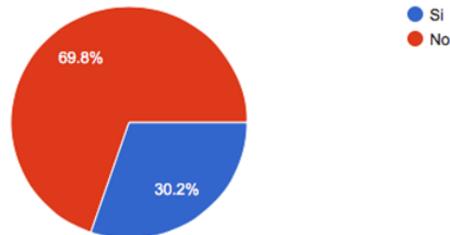
Si Usted fue de los que contesto "Si" a la pregunta anterior ¿Sabía usted que en países como Estados Unidos, España, Alemania, Japón, etc. el consumo de comida congelada es muy frecuente?

(205 respuestas)



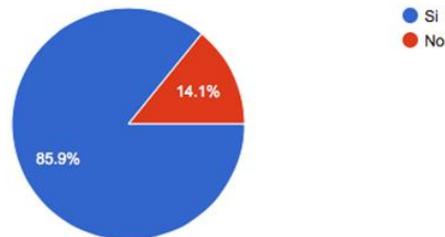
Además: Sabía que según estudios presentados en un artículo de la revista Somos en el año 2016, la comida congelada no pierde más que el 5% de sus nutrientes y no pierde sus propiedades organolépticas.

(205 respuestas)



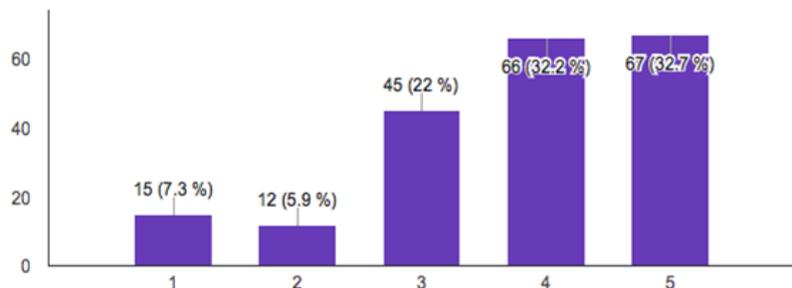
¿Estaría dispuesto a consumir comida saludable congelada de una máquina expendedora con sistema de calentamiento?

(205 respuestas)

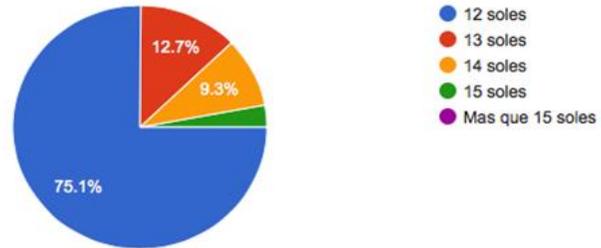


¿Qué tan dispuesto esta de comprar un producto de la maquina expendedora? Siendo 1 el menor y 5 el mayor grado de disposición

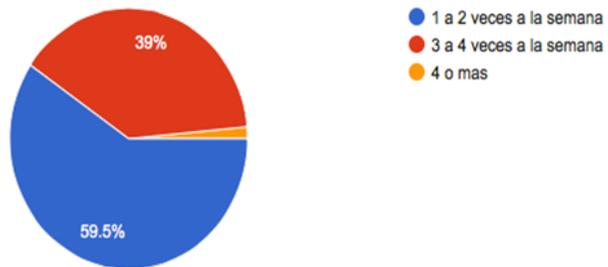
(205 respuestas)



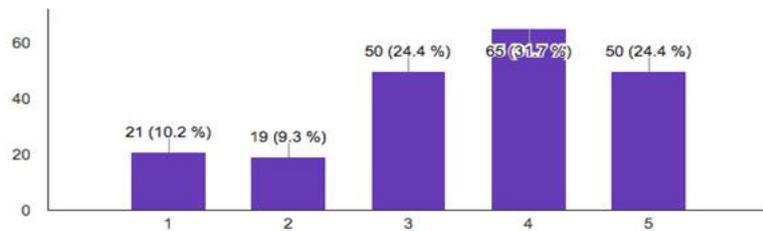
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida congelada?
(205 respuestas)



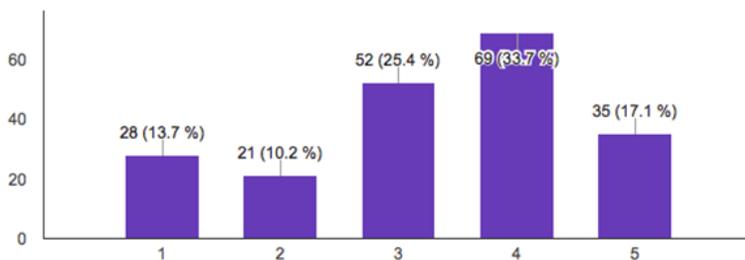
¿Con cuánta frecuencia consumiría un plato de dicha máquina expendedora?
(205 respuestas)



Aji de gallina con arroz (Calificar según preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación)
(205 respuestas)

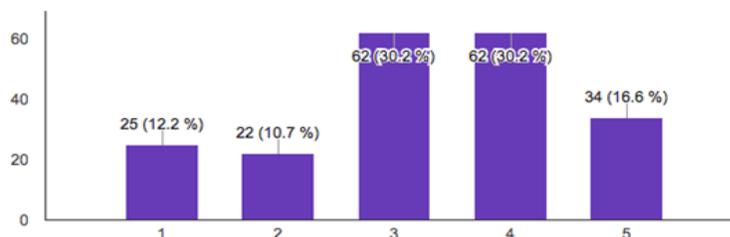


Arroz chaufa de cerdo (Calificar según preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación)
(205 respuestas)



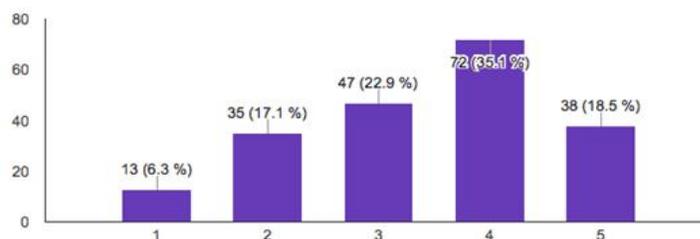
Bistec con tallarines al pomodoro (Calificar segun preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuacion)

(205 respuestas)



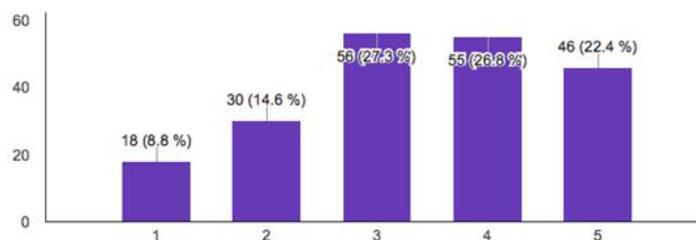
Cordon bleu de pollo con paltares y arroz (Calificar segun preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuacion)

(205 respuestas)



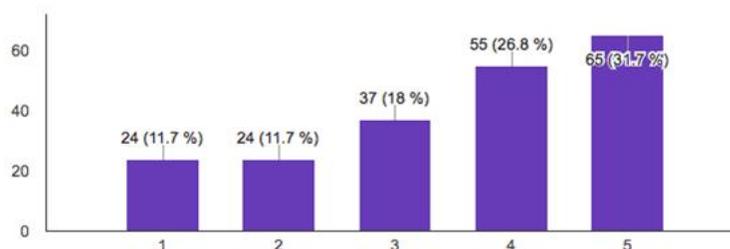
Lasagna de ricotta y espinaca (Calificar segun preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuacion)

(205 respuestas)



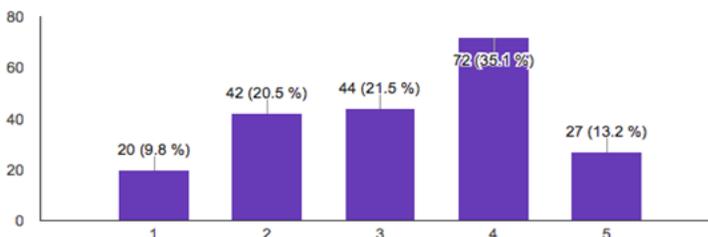
Lomo strogonoff (Calificar segun preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuacion)

(205 respuestas)



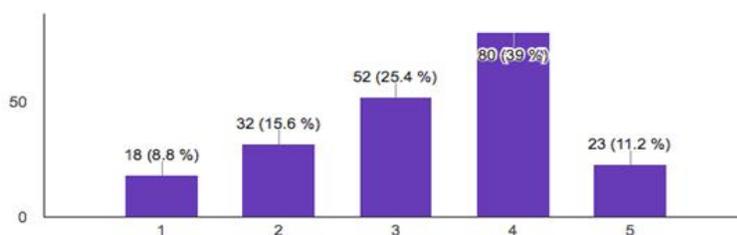
Picante de carne con arroz (Calificar según preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación)

(205 respuestas)



Risotto de remolacha (Calificar según preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación)

(205 respuestas)



Ravioles de camote con salsa blanca de cebolla (Calificar según preferencia del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación)

(205 respuestas)

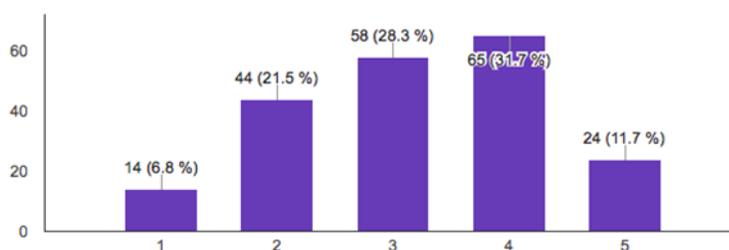


Ilustración 7: Resultados de encuestas (205 Respuestas)
Fuente: Propia

3.2.3. Participación de Mercado

El porcentaje de participación que hemos decidido elegir es el del 3% debido a que hay un alto porcentaje de personas que desean adquirir nuestros productos a su hora de almuerzo y con una frecuencia bastante elevada.

3.2.4. Proyecciones de la demanda Nacional (2016-2021)

3.2.4.1. Estimación del Mercado Potencial:

- Proyección de Mercado en número de trabajadores:

Tabla 6:

Población: Datos extraídos de PRODUCE- MYPIME desde el 2007 al 2009

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
PEA ocupada LM	4286082	4395022	4469340	4614339	4719521	4866262
PEA Ocupada Lmoderna 37%	1585850	1626158	1653656	1707305	1746223	1800517
PEA Ocuapa Sector Priv 28%	444038	455324	463024	478046	488942	504145
PEA Ocupada San Isidro 32%	142092	145704	148168	152975	156462	161326

Tabla 7:

Perú: Proyección número de personas que trabajan en San Isidro.

	Y	X	XY	X^2	Y^2
2007	142092	-2.5	-355230.476	6.25	20190190591
2008	145704	-1.5	-218555.654	2.25	21229588401
2009	148168	-0.5	-74083.7798	0.25	21953625742
2010	152975	0.5	76487.2833	0.25	23401218004
2011	156462	1.5	234692.34	2.25	24480219818
2012	161326	2.5	403315.795	6.25	26026180823
TOTAL	906726	0	66625.5081	17.5	137281023378
A	151121				
B	3807.17				

Fuente: Propia, Regresión Lineal

Proyecciones	X	Y
2013	3.5	164446
2014	4.5	168253
2015	5.5	172060
2016	6.5	175868
2017	7.5	179675
2018	8.5	183482
2019	9.5	187289
2020	10.5	191096
2021	11.5	194903

- Mercado Potencial:

Tabla 8:
Mercado Potencial

		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda Potencial	San Isidro	175868	179675	183482	187289	191096	194903

Fuente: Propia

3.2.4.2. *Estimación del Mercado Disponible:*

Para nuestro mercado disponible nos basamos en el perfil de empresa que elegimos para nuestros clientes. El punto más importante que solo sean empresas con más de 50 trabajadores en planilla. Con esto reducimos solo al 7% de la cantidad inicial (PRODUCE, 2010).

Tabla 9:
Mercado Disponible,

			2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda Potencial	San Isidro		175868	179675	183482	187289	191096	194903
Demanda Disponible	Perfil del consumidor	72.93%	128259	131035	133812	136588	139365	142141

Fuente: Propia

3.2.4.3. *Estimación del Mercado Efectivo:*

Para hallar nuestro mercado efectivo contaremos con el apoyo de las encuestas tanto de la intensidad como la intención de compra.

Tabla 10:
Mercado Efectivo

			2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda Disponible	Perfil del consumidor	72.93%	128259	131035	133812	136588	139365	142141
Demanda Efectiva	Intención - Intensidad	28.09%	36027	36807	37587	38367	39147	39927

Fuente: Propia

3.2.4.4. *Estimación del Mercado Objetivo:*

Tabla 11:
Mercado Objetivo

			2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda Efectiva	Intención/Intensidad	28.09%	36027	36807	37587	38367	39147	39927
Demanda del Proyecto	Participación de entrada	3%	1081	1104	1128	1151	1174	1198

Fuente: Propia

3.2.5. Cuantificación anual de la demanda

3.2.5.1. Estimación De Consumo

Tabla 12:
Estimación de Consumo.

Estimación de consumo			
1 a 2 veces por semana	1.5	59.50%	0.8925
3 a 4 veces por semana	3.5	39%	1.365
de 4 a 6	5	1.50%	0.075
		Veces por Semana	2
		Año	104

Fuente: Propio

3.2.5.2. Cuantificación de la demanda

Tabla 13:
Cuantificación de la Demanda.

Frecuencia anual	104	112404	114837	117271	119704	122137	124571
Frecuencia mensual		9367	9570	9773	9975	10178	10381
Frecuencia diaria		426	435	444	453	463	472

Fuente: Propio

3.2.6. Programa de ventas:

Tabla 14:
Programa de ventas.

	% Aceptación	2017	2018	2019	2020	2021
Venta anual		114837	117271	119704	122137	124571
Lomo strogonof con arroz	10.66%	12242	12501	12760	13020	13279
Ají de gallina con arroz	9.87%	11334	11575	11815	12055	12295
Cordon bleu de pollo con pure de paltas y arroz	9.86%	11323	11563	11803	12043	12283
Lasagna de ricotta con espinaca	10.28%	11805	12055	12306	12556	12806
Arroz chaufa de cerdo	10.55%	12115	12372	12629	12885	13142
Risotto de remolacha	9.67%	11105	11340	11575	11811	12046
Bistec con tallarines al pomodoro	10.19%	11702	11950	12198	12446	12694
Picante de carne con arroz	9.62%	11047	11281	11516	11750	11984
Ravioles de camote con salsa blanca de cebolla	9.94%	11415	11657	11899	12140	12382
Escabeche de pollo	9.36%	10749	10977	11204	11432	11660

Fuente: Propio

CAPITULO VI: PLAN DE MARKETING Y VENTAS

4.1 Estrategia de Lanzamiento

Para alcanzar a nuestro público objetivo; personas que acudan a centros comerciales y galerías ubicados en San Isidro; nos aliaremos con dichos locales. Esto será posible por medio del contrato de nuestro servicio de catering, ellos tendrán beneficios y ganancias, ya que se pagará a estos centros comerciales por el espacio que ocuparan nuestras máquinas.

Nuestra estrategia de lanzamiento para “Ready to Go” para alcanzar a nuestro público objetivo será a través de la publicidad en nuestra página web, en las redes sociales como Facebook y repartición de volantes.

Ventaja competitiva:

Lo que nos hace diferentes ante la competencia en venta de comida es nuestro sistema de Autoservicio y los bajos tiempos de espera a la hora de recibir los alimentos en óptimas condiciones listos para el consumo.

4.2 Mezcla de marketing

4.2.1 Producto

Si hablamos de comida congelada en el mercado actual, son solo pocos los competidores “Come en Casa” y “5cocina”. Pero ninguna de ellas aún tiene un medio de distribución automatizado.

Es por eso que nuestro producto y servicio es nuevo en el mercado. Por ello nos enfocaremos en una estrategia de desarrollo de producto los cuales serán destinados a un mercado existente pero que aún no está satisfecho con los servicios existentes.

En nuestras máquinas expendedoras se ofrecerán 10 tipos de comida. Las cuales son platos que son consumidos en la dieta diaria de los peruanos.

Los platos que se ofrecerán en las máquinas expendedoras serán los siguientes:

- Lomo Estrogonof con arroz.
- Rissotto de remolacha.
- Tallarines al pomodoro con bistec

- Cordon bleu de pollo con puré de yuca y arroz.
 - Ají de gallina con arroz.
 - Lasagna de ricotta con espinaca
 - Ravioles con camote con pollo picatta y verduras.
 - Arroz chaufa de cerdo.
 - Escabeche de pollo con arroz.
 - Picante de carne con arroz.
- Insumos utilizados en los platos:

Tabla 15:
Componentes de cada plato.

Bistec con tallarines al pomodoro	Arroz Chaufa de cerdo	Rissotto de remolacha	Ají de gallina con arroz	Cordon blue de pollo con pure de pallares y arroz
Aceite de Oliva	Aceite	Aceite de oliva	Aceite	Aceite
Ajo	Ajo	Alverjitas	Ají amarillo	ajo
Bola de res	Arroz	Arroz arbóreo	Ajo	Arroz
Cebolla	Carne de cerdo	Fondo de verduras	Arroz	Cebolla
Pimienta	Cebolla china	Pimienta	Cebolla	Crema de leche
Sal	Huevo	Queso parmesano	Galleta de soda	Jamón
Tallarines	Kion	Remolacha	Leche	Mantequilla
Tomare	Pimienta	Sal	Mantequilla	Pallares
	Sal	Vino Blanco	Papa blanca	Pechuga de pollo
	Sillao	Zanahoria	Pechuga de pollo	Pimienta
			Pimienta	Queso Edam
			Sal	Sal

Lomo Strogonof	Escabeche de pollo con arroz y yuca	Lasagna de ricotta y espinaca	Picante de carne con arroz	Ravioles de camote con pollo picatta y verduras
Ajo	Aceite	Aceite de oliva	Aceite	Aceite de oliva
Arroz	Ají amarillo	Ajo	Ajo	Ajo
Cebolla blanca	Ajo	Cebolla	Alverjitas	albahaca
Champiñones	Arroz	Espinaca	Arroz	Camote
Crema de leche	Pechuga de Pollo	Harina	Carne picada	Espárragos
Demiglase	Fondo de pollo	Leche	Cebolla	Finas hierbas
Lomo fino	Mantequilla	Mantequilla	Demiglase	Harina
Mostaza Dijon	Vinagre tinto	Nuez moscada	Mantequilla	Mantequilla
Perejil	Cebolla	Pasta	Papa blanca	Panko
Pickles	Pimienta	Pimienta	Sal	Pechuga de pollo
Pimienta	Sal	Queso crema	Pimienta	Pimienta
Sal	Pasta de ají panca	Queso parmesano	Pasta de ají panca	sal
Vino tinto	Yuca	Sal	Vinagre tinto	Wantan
			Zanahoria	Zanahoria
				Zukini

Fuente: Propia

Ilustración 10: Vista frontal del empaque de nuestro product.
Elaboración: Propia



Ilustración 11: Envase de nuestro producto.
Elaboración: Propia

- Marca



Ilustración 12: Logo Ready to Go
Fuente: Propia

DEFINICION DEL NOMBRE – Se ha escogido el nombre “Ready to Go” porque se ofrece alimentos preparados que solo necesitan calentamiento y se pueden consumir al instante, están listos para llevar.

LOGOTIPO - En el logotipo destacan las principales características de la marca: la velocidad con la que se obtiene el producto y la olla que representa, inconfundiblemente, la comida casera y su preparación saludable.

COLORES - Se ha empleado una gama de colores cálidos que, gráficamente, suelen identificar productos alimenticios. Entre ellos destacan:

- Rojo Brillante: Transmite sensaciones de pasión, alegría, dinamismo y energía.
- Granate: Representa la riqueza, refinamiento y exquisitez.
- Verde: Es el color de la naturaleza, la salud y la esperanza.

TIPOGRAFÍA: Atelas

- Servicio adicional

Con el fin de ofrecer a los consumidores un servicio más completo, al costado de cada máquina expendedora se encontrará un dispensador de cubiertos. En el dispensador, el cliente podrá recoger un set de utensilios de plástico conformado por 01 tenedor, 01 cuchillo y 01 cuchara además de servilletas.

El dispensador contará con las siguientes especificaciones:

- Color: Gris
- Altura: 23”
- Ancho: 10”

- Profundidad total: 6 – 1 / 4"



Ilustración 13: Dispensador de cubiertos



Ilustración 14: Modelo de empaque de los cubiertos

4.2.2 Precio

- Precio de la competencia:

Tabla 16:
Comparación de Precios.

Marca / Empresa	Precio
Cevichería "El Achorao"	S/. 23 – S/. 30
El Champiñon	S/. 12 – S/. 20
Comedor del Centro Empresarial	S/.10.00
Fuentes de soda	S/. 8 – S/. 14

Fuente: Propia

- Precio de nuestro producto:

Se decidió usar una estrategia de precios acorde al mercado y a los resultados basados en las encuestas.

Como resultado, el precio establecido para los platos se encontrará en un rango de S/. 12.00 a S/. 15.00 por unidad, tal como se detalla a continuación:

- Distribución:
Contaremos con un centro de operaciones en Ate donde se encontrarán almacenados los productos terminados. Desde dicho punto nos movilizaremos con ayuda de un camión frigorífico para llegar a los puntos de venta, de esta manera el producto se mantendrá en la temperatura debida y en buen estado.

4.2.4 Promoción y publicidad:

- Página Web:
A través de esta página haremos conocer al público la descripción sobre nuestro innovador servicio. Añadiremos blogs sobre noticias que hablen sobre nuestros productos y sobre cómo va creciendo la aceptación de nuestro producto en el mercado. Además habrá un foro interno en el cual los clientes podrán hablar sobre su experiencia y sugerencias para retroalimentarnos sobre los puntos fallidos para ir mejorando en nuestro servicio y así ser más eficientes.
- Redes Sociales:
Facebook.- utilizaremos este medio para la publicación de los cambios que se podrían ir dando en la empresa, como:
 - Variación de precios.
 - Nuevos platos por el cambio de estación.
 - Nuestro ingreso a nuevas empresas.
- Volantes:
Repartiremos nuestro volantes a las afueras de cada centro comercial, para que las personas tengan en mente una nueva opción de servicio tercerizado de catering que ellos mismos puedan sugerir a sus amigos y familiares.
Los volantes tendrán nuestra información de contacto, información del negocio, nuestro producto.

4.3 Objetivos De Marketing

4.3.1. Metas:

- Satisfacer a los clientes para así incrementar las recomendaciones boca a boca para aumentar los comentarios positivos de la empresa y así poder tener facilidad de implementar el servicio a otras empresas.
- Incrementar presencia en redes sociales para promocionar el consumo de alimentos congelados.
- Extender el servicio de catering automatizado dentro de 2 años posicionándonos en diversas empresas para garantizar una vida más saludable además de disposición de almuerzo a toda hora.

4.3.2. Objetivos Generales:

- Lograr conseguir una excelente reputación acerca de la comida congelada
- Lograr alto posicionamiento del servicio que se ofrece.
- Lograr convencer a las empresas de sustituir el menú de comedor por nuestros-productos.
- Lograr alcanzar las ventas proyectadas al 100%
- Ser líderes en el servicio de catering automatizado de comida congelada.

Objetivos a CORTO PLAZO:

Los objetivos de marketing se desarrollarán en orden de cumplimiento.

Cuadro nº 1: Plan de marketing – Objetivo 1

Tabla 18:
Plan de marketing – objetivo 1 Fuente: Propia

AÑO 0	NOV	DIC	TOTAL
Objetivo 1: Lograr la aceptación de nuestros productos en nuestro público objetivo			
Estrategia 1: Motivar a las personas a conocer nuestros productos a través de la creación de una página web, fan page en facebook, twitter, promoción			
TÁCTICAS			
Creación de Página Web	S/. 2,500		S/. 2,500
Afiches y flyers	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 6,000
Video Promocional	S/. 16,000		S/. 16,000
Redes sociales	S/. 500	S/. 500	S/. 1,000
			S/. 25,500

Fuente: Propia

- **Medios digitales**

Para lograr que el público pueda conocer y familiarizarse con la nueva máquina expendedora de comida caliente y su funcionamiento, se utilizará la plataforma digital la cual es considerada como uno de los canales de mayor importancia debido a que esta genera un contacto más directo con el público y además, incrementa la publicidad de un sinnúmero de productos y servicios.

- **Video promocional**

También, se elaborará un video en el que una persona explicará el funcionamiento correcto de la máquina expendedora y además, una persona realizará la simulación de la compra de alguno de los platos con el fin de que el público tenga claro el manejo del producto y cómo es el servicio que se ofrece. Este video estará disponible en las redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube.

Cuadro nº2: Plan de marketing – Objetivo 2

Tabla 19:
Plan de marketing – Objetivo 2

Concepto	Precio
OBJETIVO 2: POSICIONAR LA MARCA EN EL PRIMER AÑO	
Estrategia 1: Incentivar a los clientes potenciales a consumir nuestros productos.	
Táctica 1: Mantenimiento de la página web y actualización constante.	S/. 1,000.00
Táctica 2: Publicidad mediante redes sociales a público objetivo.	S/. 6,000.00
Táctica 3: Diseño de vallas publicitarias (por m2)	S/. 2,560.00
Táctica 4: Alquiler de estructura de vallas	S/. 19,200.00
Táctica 5: Publicidad en el periódico El Comercio (5 veces Jueves)	S/. 25,000.00
PRECIO TOTAL OBJETIVO 2	S/. 53,760.00

Fuente: Propia

- **Vallas publicitarias**

Además, también se emplearán las vallas como medio de publicidad, ya que actualmente podemos encontrarlas en todo lugar dentro del territorio peruano y permiten hacer conocer a las personas acerca de cualquier

producto o servicio. Es importante el uso de las vallas en San Isidro ya que de esta forma el público que acuda a los centros comerciales conocerá de esta máquina expendedora.

Cuadro nº 3: Plan de marketing – Objetivo 3

Tabla 20:
Plan de Marketing – objetivo 3

Concepto	Precio
OBJETIVO 3: LOGRAR UN PROMEDIO DE SATISFACCIÓN DE 80% DE LOS CLIENTES PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO	
Estrategia 1: Lograr que la percepción que tienen los clientes de la calidad de los productos supere sus expectativas.	S/. 5,250.00
Táctica 1: Realizar encuestas periódicas a los clientes.	S/. 750.00
Táctica 2: Realizar capacitaciones a los técnicos.	S/. 4,500.00
Estrategia 2: Disminuir la cantidad de quejas de los comensales sobre el servicio.	S/. 800.00
Táctica 1: Llevar un control y seguimiento de quejas.	S/. 0.00
Táctica 2: Evaluación de desempeño laboral.	S/. 800.00
PRECIO TOTAL OBJETIVO 3	S/. 6,050.00

Fuente: Propia

4.3.3. Objetivos del Plan de marketing

Cuadro nº4: Presupuesto total de plan de marketing

Tabla 21:
Presupuesto total del plan de marketing.

	2017	2018	2019	2020	2021
TOTAL en S/. (Con IGV)	S/. 59,810	S/. 61,077.33	S/. 62,344.66	S/. 63,611.99	S/. 64,879.31
TOTAL en S/. (Sin IGV)	S/. 50,686	S/. 51,760.45	S/. 52,834.45	S/. 53,908.46	S/. 54,982.47

Fuente: Propia

4.3.4. Estrategias basadas de la Matriz FODA:

Estrategia Ofensiva:

- Alianzas con centros comerciales ubicados en San Isidro para facilitarles el problema de encontrar donde comer y su ahorro de tiempo.
- Las personas buscan mucho los productos saludables. Es una necesidad alimentarse entonces se puede tener ingresos altos con un público seguro.

Estrategia Adaptativas:

- Comunicar y promocionar.

- Existen muchos restaurantes y un patio de comida, pero al haber tanta cantidad de población en San Isidro, estas se mantienen llenas en su mayoría por lo que es complicado para las personas encontrar un lugar para almorzar por lo que entonces una opción tentativa sería comprarlo desde una máquina expendedora.
- Se colocarían varias máquinas por lo cual, las colas serían menores.

Estrategias Reactiva

- Al ser los primeros en el negocio, ya estaríamos posicionados y contaríamos con ubicaciones estratégicas.
- La tecnología hoy en día se encuentra muy avanzada y a su vez facilitaría el uso de la máquina al consumidor debido que este indica cada paso que debe realizar para su correcto funcionamiento.

Estrategia Defensiva

- Posicionarnos en el mercado y cumplir con la alta demanda de los clientes.

CAPITULO V: ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO

5.1. Localización del Punto de Venta:

Como se menciona anteriormente, el punto de venta en las que se encontrarán colocadas las máquinas expendedoras serán en los principales centros comerciales y galerías ubicados específicamente en el distrito de San Isidro. Se escoge dicho distrito puesto que de acuerdo a TripAdvisor estos locales forman parte de los más exclusivos y concurridos que existen dentro de la ciudad de Lima. Y además, tanto las ventas como la concurrencia del público en general se encuentra en crecimiento tal como lo señala investigaciones de Arellano Marketing.

Tomando como base estos datos, hemos optado en ingresar nuestro producto y servicio en dicho distrito. Los establecimientos en los que se encontrará son los siguientes:

1. Centro Comercial Camino Real
2. Centro Comercial El Conquistador
3. Centro Comercial San Isidro
4. La Galería de San Isidro

A continuación, se muestra el mapa del distrito de San Isidro en donde se señala la ubicación de dichos centros comerciales:

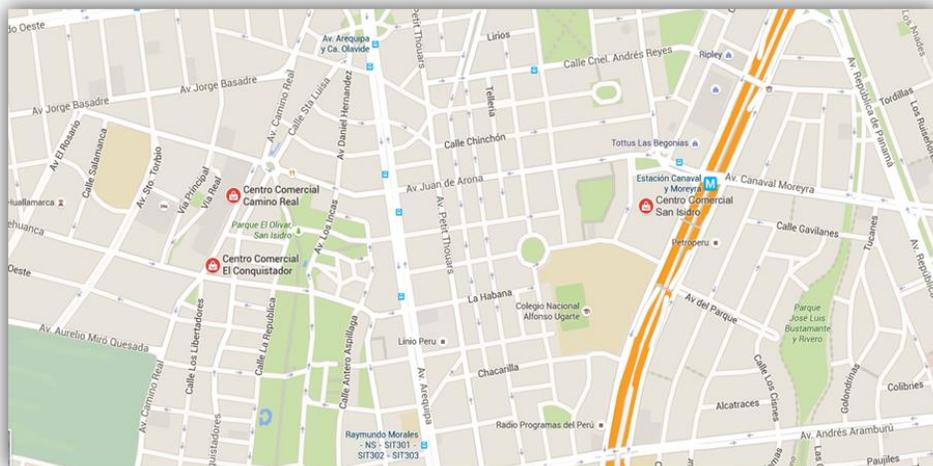


Ilustración 19: Centros Comerciales en San Isidro.

Fuente: Google Maps

5.1.1. Infraestructura:

- Marca: Jofemar

- Modelo: Ice Food Plus:



Ilustración 20: Modelo de la Máquina Expendedora.

Fuente: Jofemar

5.1.2. Ficha técnica de máquina expendedora:

CARACTERÍSTICAS FUNCIONALES

- Preparada para la dispensación de platos de medidas hasta 230 x 180 x 35.
- Configuración flexible, permite ajustar canales a nuevos productos sin necesidad de herramientas.
- Dispensación sin golpes, ascensor de entrega de producto a la altura de la mano del usuario.
- Sistema de dispensación FIFO, el último producto recargado es el último entregado
- Detección de venta correcta por fotocélulas.

- Sistema de desescarche automáticos.

CONSTRUCCIÓN Y DIMENSIONES:

- Alto x Ancho x Fondo: 1825 x 1037,5 x 951,5 mm.
- Sistema aislante de espuma inyectada, perfecto mantenimiento de la temperatura con el mínimo consumo eléctrico.
- Cabina sellada con cierre de compuerta motorizada, máximo aislamiento anti-humedad.
- Gas refrigerante R404-A, libre de CFCs.
- Mueble externo de acero de 1,5 mm de espesor tratado contra la corrosión y el óxido.
- Iluminación del panel frontal por medio de leds de bajo consumo.

ACEPTACIÓN DE MONEDA:

- Monedero suministrado de serie, 5 tubos de devolución y validador de moneda con los más fiables sistemas contra todo tipo de fraude.

PROGRAMACIÓN:

- Programación general in situ mediante el teclado de máquina, terminal de mano Easy-Flash, a través de ordenador PC o a través de modem por telemetría con el software de gestión VendingTrack de Jofemar.
- Completo almacenamiento y extracción de contabilidades.
- Programación dinámica, permite la unión de varios canales a un número de selección.

OPCIONES:

- Conexiones para lector de tarjetas y lector de billetes.
- Modem para telemetría y comunicación con software VendingTrack.
- Módulo de microondas lateral, controlado por la propia IcePlus Food, solo pueden ser usados cuando se ha extraído el producto de la máquina IcePlus Food principal.
- Entrada de monedas anti-vandálica.

CAPACIDADES:

- Bandejas ajustables en altura hasta un máximo de 10.

- Diferentes modelos de bandeja de 2, 3 o 4 canales para acomodar diferentes anchos de producto.
- En cada canal los separadores de producto son ajustables al ancho del producto.



Ilustración 21: Formato de bandejas de la máquina Expendedora.
Fuente: Jofemar

5.1.3. Decoración y diseño de la máquina expendedora:

- Diseño externo de la máquina de vending:



Ilustración 22: Diseño externo.
Fuente: Propia

- Estructura interna de la máquina de vending:



*Ilustración 23: Estructura interna.
Fuente: Jofemar*

5.1.4. Selección del centro de Operaciones:

El Centro de Operaciones será ubicado en Calle 2, Ate. El local será utilizado como: dirección legal del negocio, estacionamiento de nuestros vehículos de traslado, oficina central, almacén de productos y cocina de producción.

Se nos arrendará a S/. 4,498 mensuales, además el local cuenta con un área de 200 m². Se realizará un contrato de arrendamiento para el centro de operaciones. (Ver Anexo N°4: Contrato de Arrendamiento para el Centro de Operaciones).

5.1.4.1. Plano y dimensiones el Centro de Operaciones:

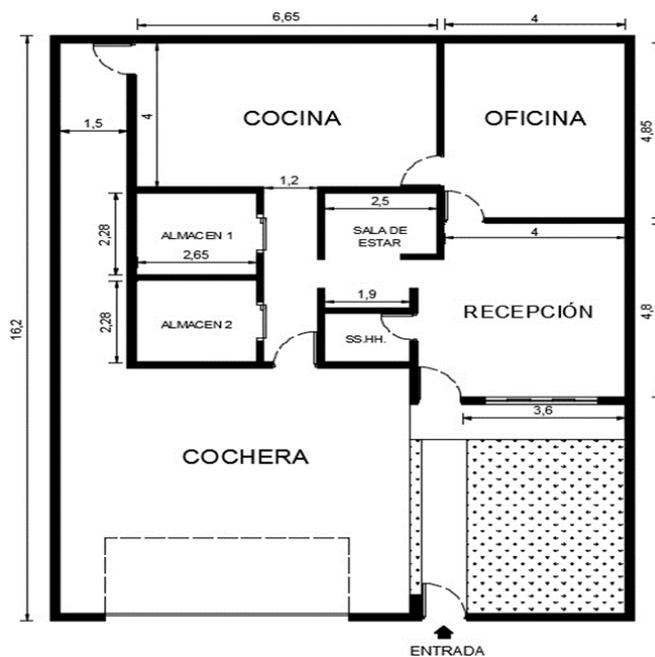


Ilustración 24: Plano del Centro de Operaciones y dimensiones.
Fuente: Ammi Tacsá, Diseñadora de interiores

5.1.4.2. Infraestructura interna del Centro de Operaciones:



Ilustración 25: Cocina del centro de Operaciones
Fuente: Propia



Ilustración 26: Oficina del centro de Operaciones
Fuente: Propia



Ilustración 27: Baño del centro de Operaciones.
Fuente: Propia



Ilustración 28: Almacén del centro de Operaciones.
Fuente: Propia

5.2. Maquinaria y soporte:

- Cocina del Centro de Operaciones y distribución:

Tabla 22:

Maquinaria en el centro de operaciones y distribución.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	PROVEEDOR
Licuadaora	4	SKYMSEN
Cocina de 3 hornillas	3	COCINAS & EQUIPOS S.A.C.
Campana extractora	1	FRIONOX
Mesas de trabajo	4	FRIONOX
Abatidor (Cap. 15 bandejas)	3	QUICK PACK PERÚ
Batidora	1	QUICK PACK PERÚ
Microondas	1	IMACO
Horno	1	QUICK PACK PERÚ
Lavadero de 2 pozas	1	FRIONOX
Congeladora	3	QUICK PACK PERÚ
Refrigeradora	2	QUICK PACK PERÚ
Repisa mural con respaldo	10	FRIONOX
Dispensador de cubiertos	10	KIMBERLY CLARK
Dispensador de Papel Higiénico	1	KIMBERLY CLARK
Dispensador de Jabón	1	KIMBERLY CLARK
Detector de humo	8	SODIMAC
Caja fuerte	1	SODIMAC (Yale)
Extintores	5	SODIMAC
Luces de emergencia	3	OPALUX
Máquina expendedora	8	JOFEMAR
Camión con frigorífico	1	KIA BONGO
Pistola Etiquetadora	4	TAI LOY

Fuente:

Propio

- Utensilios:

Tabla 23:

Maquinaria en el centro de operaciones.

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	PROVEEDOR
Bowls 18	20	TRAMONTINA
Bowls 20	20	TRAMONTINA
Bowls 24	20	TRAMONTINA
Tabla de picar	10	REY
Sartenes	15	TRAMONTINA
Ollas	20	TRAMONTINA
Pinzas	5	TRAMONTINA
Pelador de papa	5	TRAMONTINA
Rallador	5	TRAMONTINA

Colador	5	TRAMONTINA
Cucharones	15	TRAMONTINA
Bandejas	15	TRAMONTINA
Tapers	30	REY
Cuchillo de Chef	15	TRAMONTINA
Dispensador de papel	4	KIMBERLY CLARK
Dispensador jabón	2	KIMBERLY CLARK
Jabas	40	LOGIPACK
Tachos de basura	3	REY

Fuente: Propio

- Oficina del Centro de Operaciones:

Tabla 24:
Oficina del centro de operaciones.

OFICINA	CANTIDAD	PROVEEDOR
Tachos de basura	2	INDUSTRIA MOBILIARIA FOAD SAC
Computadora	2	HIRAOKA
Telefono	2	HIRAOKA
Escritorio de vidrio	2	PC Tecno Perú
Sillas de oficina	2	INDUSTRIA MOBILIARIA FOAD SAC
Kit de útiles de oficina	1	HIRAOKA
Impresora multifuncional	1	SODIMAC
Pizarra acrílica	1	BLIDOO
Anaqueles	2	FRIONOX

Fuente: Propio

5.3. Logística:

Con el fin de realizar un análisis adecuado de proceso operativo en el centro de operaciones de “Ready to Go”, se ha considerado establecer 3 etapas: Etapa de Abastecimiento de Insumos, Etapa de Producción de los platillos, y Etapa de atención en mesa.

Para el sistema de logística seguiremos la siguiente secuencia:



Ilustración 29: Secuencia de procesos.

Fuente: Propia

- Abastecimiento de insumos:
 - Contamos con una cartera de proveedores que nos brindan productos de calidad a un precio cómodo. Que cuente con certificaciones de salubridad. Y sus productos cuentan con las siguientes características:
 - Frescos.
 - De peso estandarizado.
 - Temperatura,
 - Correctamente empaquetado.
 - Nosotros realizaremos la compra de alimentos no perecederos una vez por semana, mientras que la compra de los alimentos perecederos será diaria, para no alterar la calidad de nuestros productos, el encargado de operaciones realizará esta función. Otra razón por la que elegimos a los proveedores seleccionados es que tienen como política de pagos, poder pagar a crédito plazo de 15 días.
 - Para los inventarios de insumos contaremos con el sistema Offimatica. Y nos basaremos en la regla “Primero entra, primero sale”.

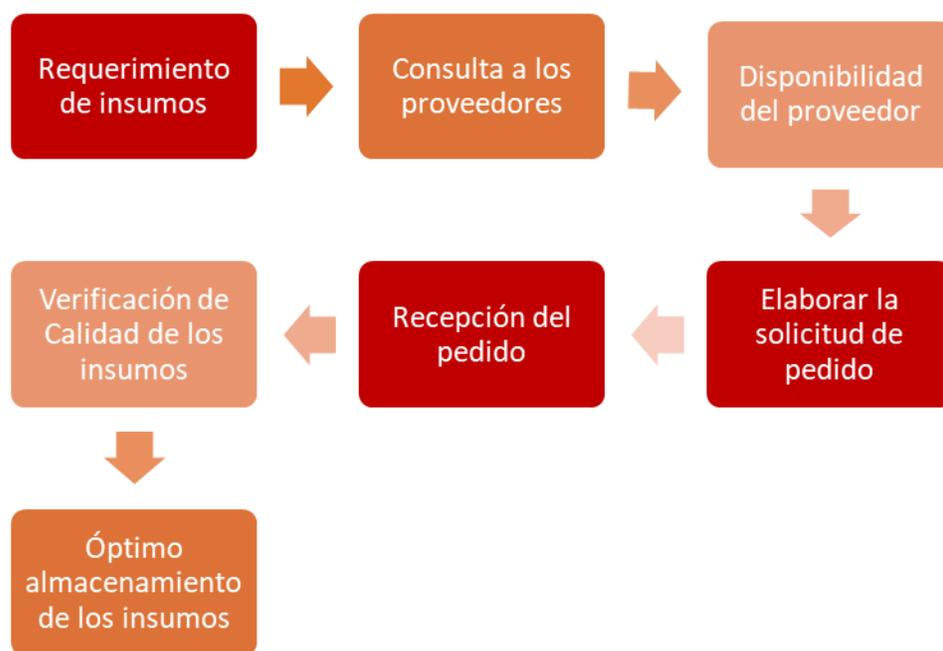


Ilustración 30: Proceso de Compra.

Fuente: Propia

➤ Insumos y proveedores:

Tabla 25:
Logística de Insumos

Lista de Insumos - Proveedores - Hoja de Pedido				
Insumos	Proveedores	Unidad de medida	Precio de venta unitario	
VERDURAS				
Ají amarillo	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	3.00
Ajo	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.00
Arvejas	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	1.50
Camote	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	0.90
Cebolla roja	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	0.70
Champiñones	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	6.20
Esparragos	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	5.70
Espinaca	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.00
Kion	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.00
Pallares	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	3.50
Papa blanca	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	0.50
Pickles	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	11.00
Remolacha	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.50
Tomate	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.20
Yuca	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	1.00
Zanahoria	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	0.85
Zucchini	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	3.80
AVES				
Huevos	San Fernando	Kg	S/.	7.00
Pechuga de pollo	San Fernando	Kg	S/.	6.50
ESPECIAS				
Nuez moscada	Abarrotes S.N	Kg	S/.	4.20
Pasta de ají panca	Abarrotes S.N	Kg	S/.	6.00
Pimienta	Abarrotes S.N	Kg	S/.	5.00
Sal	Abarrotes S.N	Kg	S/.	1.00
CARNES				
Bola de res	Carnicería Anita	Kg	S/.	9.00
Carne de cerdo	Carnicería Anita	Kg	S/.	13.00
Carne picada	Carnicería Anita	Kg	S/.	8.00
Jamón	Carnicería Anita	Kg	S/.	6.00
Lomo fino	Carnicería Anita	Kg	S/.	23.00

LACTEOS				
Crema de Leche	Multex	Lt	S/.	10.00
Leche	Multex	Lt	S/.	5.10
Mantequilla	Multex	Kg	S/.	7.20
Queso Edam	Multex	Kg	S/.	7.00
ABARROTES				
Queso Parmesano	Multex	Kg	S/.	20.00
Aceite	Abarrotes S.N	Lt	S/.	6.00
Queso Ricotta	Multex	Kg	S/.	9.00
Aceite de Oliva	Abarrotes S.N	Lt	S/.	17.00
Arroz	Abarrotes S.N	Kg	S/.	4.20
Arroz arboreo	Abarrotes S.N	Kg	S/.	8.00
Demi glase	Ready to Go S.A.C	Lt	S/.	1.50
Galleta Soda	Abarrotes S.N	Unid	S/.	0.50
Harina	Abarrotes S.N	Kg	S/.	3.00
Mostaza dijon	Abarrotes S.N	Kg	S/.	13.00
Panko	Abarrotes S.N	Kg	S/.	8.00
Vinagre tinto	Abarrotes S.N	Lt	S/.	4.20
Vino blanco	Abarrotes S.N	Lt	S/.	10.00
Vino Tinto	Abarrotes S.N	Lt	S/.	10.00
Sillao	Abarrotes S.N	Lt	S/.	4.50
HIERBAS				
Albahaca	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	1.00
Cebolla china	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	1.50
Finas hierbas	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	5.00
Perejil	Dicas E.I. R. L	Kg	S/.	2.00
PASTAS				
Pasta fresca	Ready to Go S.A.C	Kg	S/.	3.60
Tallarines	Abarrotes S.N	Kg	S/.	4.00
Wantan	Abarrotes S.N	Kg	S/.	6.00
Envases de polipropileno				
	Rey	unid.	S/.	0.67
Pack de Cubiertos	Rey	unid.	S/.	0.26
Etiqueta	Logotex Perú	unid.	S/.	0.87
FONDOS				
Fondo de Verduras	Ready to Go S.A.C	Lt	S/.	1.00
Fondo de Pollo	Ready to Go S.A.C	Lt	S/.	1.00

Fuente: Propio

- Proceso de Producción:

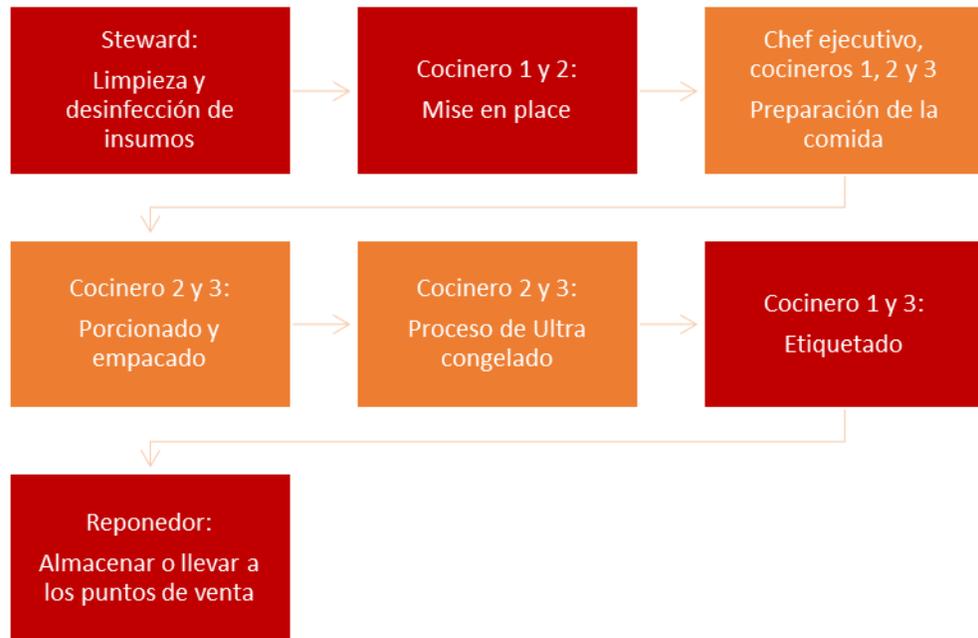


Ilustración 31: Proceso de Servicio Actual.

Fuente: Propia

- o Deshechos de basura:

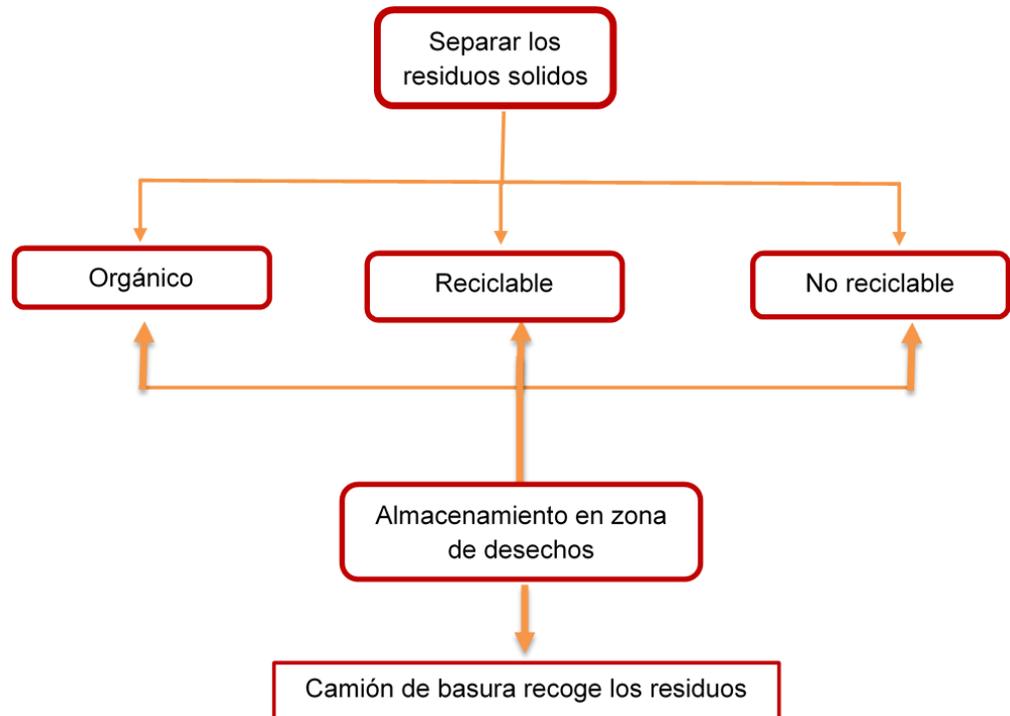


Ilustración 32: Proceso de deshechos de basura.

Fuente: Propia

- Distribución en puntos de venta:

El recorrido de ida empezará desde el centro de operaciones al Centro Comercial de San Isidro, ya que este establecimiento contará con 4 máquinas expendedoras por lo que es prioritario que se repongan los productos.

- Recorrido de Ida:

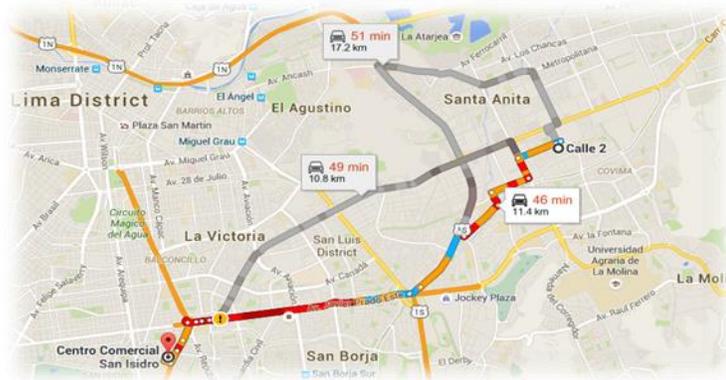


Ilustración 33: Recorrida de Ida
Fuente: Google maps

Luego, se procederá a continuar con el siguiente establecimiento el cual será La Galería de San Isidro ubicada en la Calle Chinchón 944. Este local contará con sólo una máquina expendedora.



Ilustración 34: Recorrida de Ida
Fuente: Google maps

Después, se procederá a continuar con el recorrido, dirigiéndonos al Centro Comercial El Conquistador, el cual contará con una máquina expendedora.



Ilustración 35: Recorrida de Ida
Fuente: Google maps

Finalmente, se llegará al cuarto establecimiento el cual será el Centro Comercial Camino Real, el cual contará con 2 máquinas expendedoras.



Ilustración 36: Recorrida de Ida
Fuente: Google maps

- Recorrido de Vuelta:

Luego de abastecer el cuarto establecimiento retornaremos a nuestro centro de operaciones que como fue mencionado anteriormente se encuentra en la calle 2 en el distrito de Ate vitarte



Ilustración 37: Recorrida de Regreso
Fuente: Google Maps

5.4. Atributos de Calidad:

Ready to Go contará con los siguientes atributos de calidad:

- **Confiabilidad:** Ready to Go trabajará con insumos frescos y de primera calidad, por lo tanto esto transmitirá confianza a los clientes. Además contaremos con todas las certificaciones de sanidad e higiene que se otorgan a alimentos congelados como el nuestro por ejemplo el Digesa. Dicha certificación tiene un costo de S/. 1200 por plato.
- **Eficiencia:** Nos enfocaremos en otorgarle al consumidor un servicio eficaz, rápido y ágil que les brinde practicidad. Las maquinas siempre estarán abastecidas.
- **Facilidad de mantenimiento:** Nuestras máquinas expendedoras pasaran por una limpieza integral y por mantenimiento 1 vez al mes, con el fin de evitar averías en momentos menos deseados.

5.5. Descripción del proceso de servicio:

5.5.1. Paquete de Servicio:

- Instalaciones de apoyo: Área de comedor, mesas y sillas para clientes. Área de cocina, equipos.
- Productos Facilitadores: Alimento que se ofrece listo para el consumo.
- Información: Pagina de fans en Facebook promocionando la marca, información nutricional en la página web, redes sociales y empaque de nuestro producto.

- Servicios explícitos: Satisfacer el hambre o el deseo por comer algo sabroso. Comida de calidad. Autoservicio rápido y fácil.
- Servicios implícitos: La experiencia de una buena comida al alcance ya que la maquina se encuentra dentro de Centros Comerciales. Confianza en la comida.

5.5.2. Blueprint de Servicio de la Máquina Expendedora

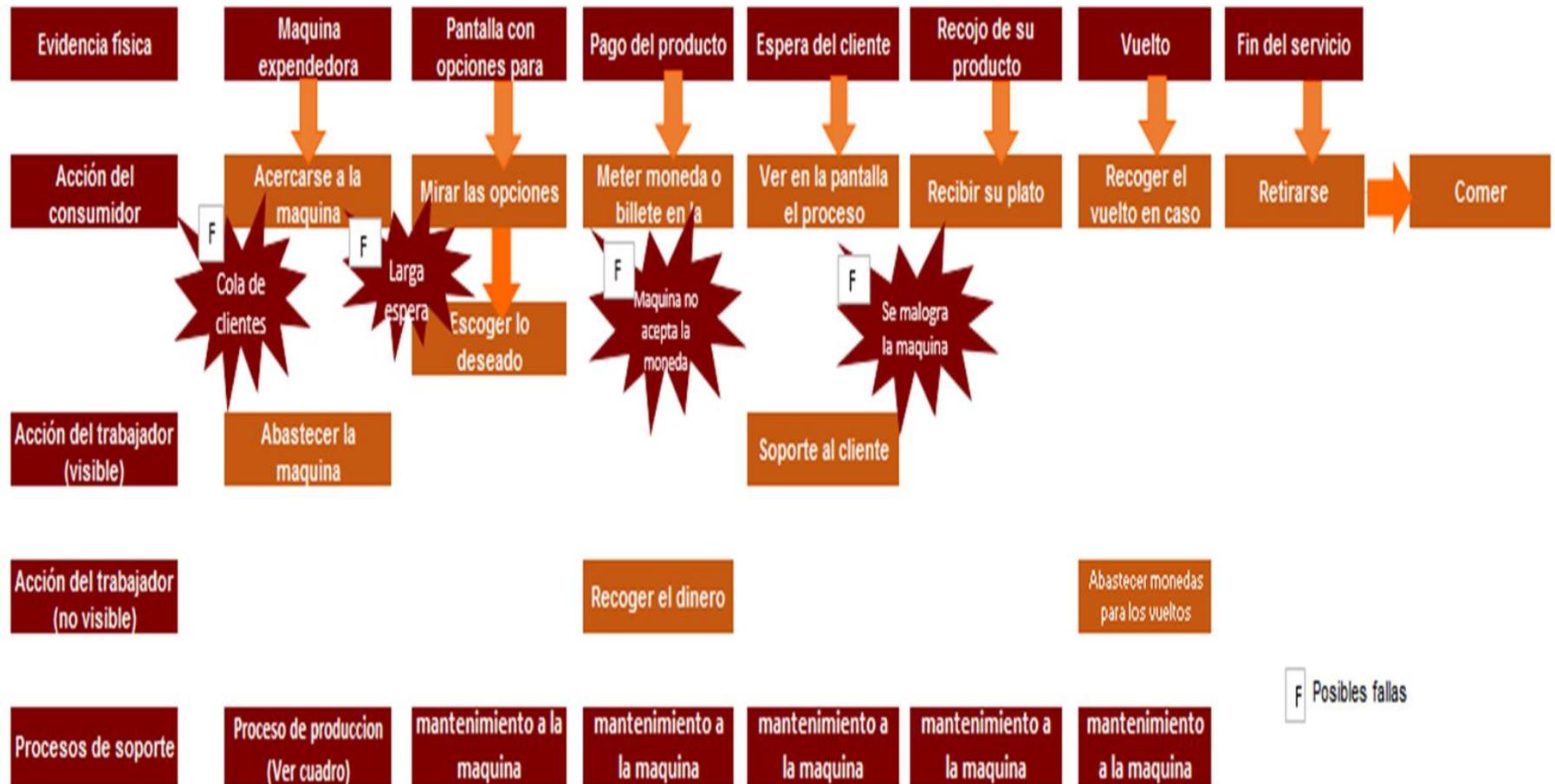


Ilustración 38: Blueprint del proceso.
Fuente: Propia

Explicación de los posibles problemas presentados en el Blueprint:

- Existe la posibilidad que se genere una larga fila de espera por parte de los consumidores debido que muchos almuerzan a la misma hora.
- Problemas en que la maquina no acepte la moneda y el cliente no cuente con otra. Esto puede generar que haya demora en su compra
- Se puede malograr la pantalla donde figura el número y letra de cada plato por lo cual las personas no podrían hacer la selección del plato que quieren. Mal funcionamiento de los microondas por lo cual se retrasaría la espera de los platos. Se puede malograr el ascensor interno de la maquina impidiendo que los platos lleguen al consumidor.

5.6. Elementos del Diseño de Servicios:

5.6.1. Elementos estructurales:

- o Sistema de entrega: autoservicio, participación del cliente, rapidez en la entrega del pedido.
- o Diseño de la máquina: Elegimos colores llamativos e imágenes referentes a una vida sana. Para el sistema de pago, la máquina expendedora cuenta con pago por: monedas y billetes, además cuenta con POS Visa para pagos con tarjeta.

5.6.2. Elementos gerenciales:

- o Autoservicio: el consumidor efectuará su pago mediante el medio que elija, escogerá el producto y esperará 5 minutos aproximadamente a que su pedido esté listo.
- o Calidad: Brindaremos buena calidad en cuanto al producto, insumos y sabor. Contaremos con registro sanitario DIGESA.

5.7. Taxonomía de los Procesos de Servicio:

- Grado de Divergencia: La empresa entrará en contacto directo con el cliente a la hora de negociación por el servicio que ofrecemos. Por lo cual nuestro servicio será estándar.
- Objeto del proceso de Servicio: Tomaremos en cuenta las habilidades y habilidades técnicas, ya que así podremos generar una buena comunicación con el cliente.

- Tipo de contacto con el cliente: Nos encontraremos siempre en contacto directo con nuestros clientes.

5.8. Estrategia en los Servicios:

- Pensamiento Estratégico:
 - o Precios accesibles y acorde a los precios de la competencia.
 - o Transmitimos un estilo de vida sana y saludable.
- Estrategias Competitivas:
 - o Poseeremos bajos costos en la producción de los productos (Estrategia por penetración de mercado).

5.9. Resultado de los Costeos:

Tabla 26:
Resultado de los Costos por receta

Plato	Costo (Sin IGV)
Lomo strogonof con arroz	S/. 5.66
Risotto de remolacha	S/. 4.56
Cordon bleu de pollo con pure de pallares y arroz	S/. 4.49
Ají de gallina con arroz	S/. 3.96
Bistec con tallarines al pomodoro	S/. 3.89
Lasagna de ricotta con espinaca	S/. 5.31
Ravioles de camote con pollo picatta y verduras	S/. 5.09
Arroz chaufa de cerdo	S/. 4.31
Escabeche de pollo	S/. 3.71
Picante de carne con arroz	S/. 4.08

Fuente: Elaboración propia

5.10. Proyección de popularidad de los platos:

Tabla 27:
Resultado de popularidad por cada plato,

Lomo strogonof con arroz			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	65	31.7%	158.5%
4	55	26.8%	107.2%
3	37	18.0%	54.0%
2	24	11.7%	23.4%
1	24	11.7%	11.7%
15		% Aceptación	23.65%

Rissotto de remolacha			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	23	11.2%	56.0%
4	80	39.0%	156.0%
3	52	25.4%	76.2%
2	32	15.6%	31.2%
1	18	8.8%	8.8%
15		% Aceptación	21.88%

Bisteck con tallarines al pomodoro			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	34	16.6%	83.0%
4	62	30.2%	120.8%
3	62	30.2%	90.6%
2	22	10.7%	21.4%
1	25	12.2%	12.2%
15		% Aceptación	21.87%

Ravioles de camote con salsa blanca de cebolla			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	24	11.7%	58.5%
4	65	31.7%	126.8%
3	58	28.3%	84.9%
2	44	21.5%	43.0%
1	14	6.8%	6.8%
15		% Aceptación	21.33%

Cordon blue de pollo con puré de paltas y arroz			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	38	18.5%	92.5%
4	72	35.1%	140.4%
3	47	22.9%	68.7%
2	35	17.1%	34.2%
1	13	6.3%	6.3%
15		% Aceptación	22.81%

Ají de gallina con arroz			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	50	24.4%	122.0%
4	65	31.7%	126.8%
3	50	24.4%	73.2%
2	19	9.3%	18.6%
1	21	10.2%	10.2%
15		% Aceptación	23.39%

Picante de carne con arroz			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	27	13.2%	66.0%
4	72	35.1%	140.4%
3	44	21.5%	64.5%
2	42	20.5%	41.0%
1	20	9.8%	9.8%
15		% Aceptación	21.45%

Arroz chaufa de cerdo			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	35	17.1%	85.5%
4	69	33.7%	134.8%
3	52	25.4%	76.2%
2	21	10.2%	20.4%
1	28	13.7%	13.7%
15		% Aceptación	22.04%

Escabeche de pollo			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	64	31.3%	156.5%
4	21	10.2%	40.8%
3	50	24.4%	73.2%
2	14	6.8%	13.6%
1	56	27.3%	27.3%
15		% Aceptación	20.76%

Lasagna de ricotta con espinaca			
Importancia	Votos	%	Estimaciones
5	46	22.4%	112.0%
4	55	26.8%	107.2%
3	56	27.3%	81.9%
2	30	14.6%	29.2%
1	18	8.8%	8.8%
15		% Aceptación	22.61%

Fuente: Elaboración propia

5.11. Proyecciones del producto:

5.11.1. Proyección Producción Anual:

Tabla 28:

Proyección de Producción anual por platos

	% Aceptación	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas anuales		114837	117271	119704	122137	124571
Producción anual		120579	123134	125689	128244	130799
Lomo strogonof con arroz	10.66%	12854	13126	13398	13671	13943
Ají de gallina con arroz	9.87%	11901	12153	12406	12658	12910
Cordon bleu de pollo con pure de paltas y arroz	9.86%	11889	12141	12393	12645	12897
Lasagna de ricotta con espinaca	10.28%	12396	12658	12921	13184	13446
Arroz chaufa de cerdo	10.55%	12721	12991	13260	13530	13799
Risotto de remolacha	9.67%	11660	11907	12154	12401	12648
Bistec con tallarines al pomodoro	10.19%	12287	12547	12808	13068	13328
Picante de carne con arroz	9.62%	11600	11846	12091	12337	12583
Ravioles de camote con salsa blanca de cebolla	9.94%	11986	12240	12494	12747	13001
Escabeche de pollo	9.36%	11286	11525	11765	12004	12243

Fuente: Propia

Nota: Se está considerando un 10% de merma.

5.11.2. Programa de compras de insumos Diarios:

Tabla 29:

Programa de compras diario

VERDURAS	REQUERIMIENTO DE COMPRA DIARIO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ají amarillo	3.23	3.24	3.31	3.38	3.45
Ajo	3.90	3.91	3.99	4.07	4.16
Arvejas	2.89	2.93	2.99	3.05	3.11
Camote	3.35	3.35	3.42	3.49	3.56
Cebolla roja	10.52	10.55	10.77	10.98	11.20
Champiñones	1.26	1.26	1.29	1.31	1.34
Espárragos	1.67	1.68	1.71	1.75	1.78
Espinaca	4.28	4.34	4.43	4.52	4.61
Kion	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
Paltas	2.49	2.50	2.55	2.60	2.65
Papa blanca	4.88	4.91	5.01	5.12	5.22
Pickles	0.54	0.54	0.55	0.56	0.57
Remolacha	1.62	1.63	1.67	1.70	1.73
Tomate	2.55	2.58	2.63	2.69	2.74
Yuca	1.57	1.58	1.61	1.64	1.68
Zanahoria	4.40	4.44	4.53	4.62	4.71
Zucchini	1.66	1.68	1.71	1.75	1.78

CARNES					
Bola de res	4.23	4.30	4.39	4.48	4.57
Carne de cerdo	3.50	3.56	3.63	3.71	3.78
Carne picada	3.99	4.06	4.14	4.23	4.31
Jamón	1.64	1.66	1.70	1.73	1.77
Lomo fino	3.54	3.60	3.67	3.75	3.82
AVES					
Huevos	1.78	1.78	1.82	1.85	1.89
Pechuga de pollo	15.43	15.67	16.00	16.32	16.65
ESPECIAS					
Nuez moscada	0.35	0.35	0.35	0.36	0.37
Pasta de ají panca	2.08	2.08	2.13	2.17	2.21
Pimienta	4.80	4.81	4.91	5.01	5.11
Sal	4.69	4.70	4.80	4.90	5.00
LACTEOS					
Crema de Leche	3.12	3.13	3.19	3.26	3.32
Leche	6.79	6.80	6.94	7.08	7.22
Mantequilla	7.32	7.33	7.48	7.64	7.79
Queso Edam	1.66	1.66	1.70	1.73	1.77
Queso Parmesano	3.02	3.03	3.09	3.16	3.22
Queso Ricotta	2.60	2.60	2.66	2.71	2.76
ABARROTES					
Aceite	5.45	5.46	5.58	5.69	5.80
Aceite de Oliva	5.89	5.90	6.02	6.15	6.27
Arroz	25.44	25.49	26.02	26.55	27.08
Arroz arboreo	4.07	4.08	4.16	4.25	4.33
Demi glase	3.41	3.42	3.49	3.56	3.64
Galleta Soda	1.66	1.67	1.70	1.73	1.77
Harina	3.40	3.41	3.48	3.55	3.62
Mostaza dijon	0.36	0.36	0.37	0.37	0.38
Panko	1.17	1.17	1.20	1.22	1.25
Sillao	1.42	1.42	1.45	1.48	1.51
Vinagre tinto	1.60	1.60	1.63	1.67	1.70
Vino blanco	1.14	1.14	1.17	1.19	1.21
Vino Tinto	1.44	1.44	1.47	1.50	1.53
HIERBAS					
Albahaca	1.34	1.34	1.37	1.40	1.43
Cebolla china	0.88	0.89	0.91	0.93	0.95
Finas hierbas	0.84	0.84	0.86	0.87	0.89
Perejil	0.89	0.90	0.92	0.94	0.96
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PASTAS					
Pasta fresca	6.06	6.07	6.20	6.32	6.45
Tallarines	5.15	5.16	5.27	5.37	5.48
Wantan	2.51	2.52	2.57	2.62	2.67
FONDOS					
Fondo de Pollo	1.58	1.58	1.61	1.64	1.68
Fondo de Verduras	2.44	2.45	2.50	2.55	2.60

Fuente: Propia

5.11.3. Programa de compras Anuales de insumos:

Tabla 30:
Programa de compra Anuales

RECETAS	Cantidad es por plato + merma	Unidad	2017	2018	2019	2020	2021
			12287	12547	12808	13068	13328
Bistec con tallarines al pomodoro							
Tallarines	0.150	Kg	1843.05	1882.11	1921.16	1960.21	1999.27
Bola de res	0.125	Kg	1535.88	1568.42	1600.97	1633.51	1666.06
Tomate	0.075	Kg	921.53	941.05	960.58	980.11	999.63
Cebolla	0.050	Kg	614.35	627.37	640.39	653.40	666.42
Ajo	0.015	Kg	184.31	188.21	192.12	196.02	199.93
Aceite de Oliva	0.035	Lt	430.05	439.16	448.27	457.38	466.50
Sal	0.010	Kg	122.87	125.47	128.08	130.68	133.28
Pimienta	0.015	Kg	184.31	188.21	192.12	196.02	199.93
Arroz Chaufa de cerdo			12721	12991	13260	13530	13799
Arroz	0.200	Kg	2544.22	2598.13	2652.04	2705.95	2759.86
Cebolla china	0.025	Kg	318.03	324.77	331.51	338.24	344.98
Huevo	0.050	Kg	636.06	649.53	663.01	676.49	689.97
Carne de cerdo	0.100	Kg	1272.11	1299.07	1326.02	1352.98	1379.93
Sillao	0.040	Lt	508.84	519.63	530.41	541.19	551.97
Kion	0.003	Kg	31.80	32.48	33.15	33.82	34.50
Ajo	0.003	Kg	31.80	32.48	33.15	33.82	34.50
Aceite	0.025	Lt	318.03	324.77	331.51	338.24	344.98
Sal	0.010	Kg	127.21	129.91	132.60	135.30	137.99
Pimienta	0.015	Kg	190.82	194.86	198.90	202.95	206.99
Risotto de remolacha			11660	11907	12154	12401	12648
Arroz arboreo	0.125	Kg	1457.50	1488.39	1519.27	1550.15	1581.04
Alverjitas	0.040	Kg	466.40	476.28	486.17	496.05	505.93
Zanahoria	0.040	Kg	466.40	476.28	486.17	496.05	505.93
Remolacha	0.050	Kg	583.00	595.35	607.71	620.06	632.41
Fondo de verduras	0.075	Lt	874.50	893.03	911.56	930.09	948.62
Vino Blanco	0.035	Lt	408.10	416.75	425.40	434.04	442.69
Queso parmesano	0.045	Kg	524.70	535.82	546.94	558.05	569.17
Aceite de oliva	0.050	Lt	583.00	595.35	607.71	620.06	632.41
Sal	0.035	Kg	408.10	416.75	425.40	434.04	442.69
Pimienta	0.015	Kg	174.90	178.61	182.31	186.02	189.72

			11901	12153	12406	12658	12910
Ají de gallina con arroz							
Arroz	0.100	Kg	1190.12	1215.34	1240.55	1265.77	1290.99
Pechuga de pollo	0.125	Kg	1487.65	1519.17	1550.69	1582.21	1613.74
Ají amarillo	0.050	Kg	595.06	607.67	620.28	632.89	645.49
Papa blanca	0.050	Kg	595.06	607.67	620.28	632.89	645.49
Leche	0.100	Lt	1190.12	1215.34	1240.55	1265.77	1290.99
Cebolla	0.035	Kg	416.54	425.37	434.19	443.02	451.85
Ajo	0.015	Kg	178.52	182.30	186.08	189.87	193.65
Aceite	0.035	Lt	416.54	425.37	434.19	443.02	451.85
Sal	0.015	Kg	178.52	182.30	186.08	189.87	193.65
Pimienta	0.015	Kg	178.52	182.30	186.08	189.87	193.65
Galleta de soda	0.050	Kg	595.06	607.67	620.28	632.89	645.49
Mantequilla	0.030	Kg	357.04	364.60	372.17	379.73	387.30
Cordon blue de pollo con pure de pallares y arroz			11889	12141	12393	12645	12897
Arroz	0.100	Kg	1188.91	1214.10	1239.30	1264.49	1289.68
Pechuga de pollo	0.125	Kg	1486.14	1517.63	1549.12	1580.61	1612.10
Jamón	0.050	Kg	594.46	607.05	619.65	632.24	644.84
Queso Edam	0.050	Kg	594.46	607.05	619.65	632.24	644.84
Pallares	0.075	Kg	891.68	910.58	929.47	948.37	967.26
Cebolla	0.035	Kg	416.12	424.94	433.75	442.57	451.39
Ajo	0.015	Kg	178.34	182.12	185.89	189.67	193.45
Aceite	0.035	Lt	416.12	424.94	433.75	442.57	451.39
Sal	0.015	Kg	178.34	182.12	185.89	189.67	193.45
Pimienta	0.015	Kg	178.34	182.12	185.89	189.67	193.45
Crema de leche	0.040	Lt	475.56	485.64	495.72	505.80	515.87
Mantequilla	0.030	Kg	356.67	364.23	371.79	379.35	386.90
Lomo Strogonof			12854	13126	13398	13671	13943
Lomo fino	0.100	Kg	1285.38	1312.61	1339.85	1367.08	1394.32
Vino tinto	0.040	Lt	514.15	525.04	535.94	546.83	557.73
Champiñones	0.035	Kg	449.88	459.41	468.95	478.48	488.01
Cebolla blanca	0.050	Kg	642.69	656.31	669.92	683.54	697.16
Demiglase	0.050	Kg	642.69	656.31	669.92	683.54	697.16
Perejil	0.025	Kg	321.34	328.15	334.96	341.77	348.58
Crema de leche	0.050	Lt	642.69	656.31	669.92	683.54	697.16
Pickles	0.015	Kg	192.81	196.89	200.98	205.06	209.15
Pimienta	0.008	Kg	102.83	105.01	107.19	109.37	111.55

Mostaza dijon	0.010	Kg	128.54	131.26	133.98	136.71	139.43
Ajo	0.009	Kg	115.68	118.14	120.59	123.04	125.49
Sal	0.015	Kg	192.81	196.89	200.98	205.06	209.15
Arroz	0.125	Kg	1606.72	1640.76	1674.81	1708.85	1742.90
Escabeche de pollo con arroz y yuca			11286	11525	11765	12004	12243
Arroz	0.100	Kg	1128.62	1152.54	1176.45	1200.37	1224.28
Yuca	0.050	Kg	564.31	576.27	588.23	600.18	612.14
Ají amarillo	0.050	Kg	564.31	576.27	588.23	600.18	612.14
Pasta de ají panca	0.030	Kg	338.59	345.76	352.94	360.11	367.28
Pechuga de pollo	0.100	Kg	1128.62	1152.54	1176.45	1200.37	1224.28
Cebolla	0.075	Kg	846.47	864.40	882.34	900.27	918.21
Ajo	0.015	Kg	169.29	172.88	176.47	180.05	183.64
Aceite	0.035	Lt	395.02	403.39	411.76	420.13	428.50
Sal	0.010	Kg	112.86	115.25	117.65	120.04	122.43
Pimienta	0.015	Kg	169.29	172.88	176.47	180.05	183.64
Vinagre tinto	0.025	Lt	282.16	288.13	294.11	300.09	306.07
Mantequilla	0.030	Kg	338.59	345.76	352.94	360.11	367.28
Fondo de pollo	0.050	Kg	564.31	576.27	588.23	600.18	612.14
Lasagna de ricotta y espinaca			12396	12658	12921	13184	13446
Pasta	0.175	Kg	2169.22	2215	2261.15	2307.11	2353.08
Espinaca	0.125	Kg	1549.44	1582	1615.11	1647.94	1680.77
Harina	0.05	Kg	619.78	633	646.04	659.18	672.31
Queso ricotta	0.075	Kg	929.67	949	969.06	988.76	1008.46
Leche	0.1	Lt	1239.56	1266	1292.09	1318.35	1344.62
Cebolla	0.025	Kg	309.89	316	323.02	329.59	336.15
Ajo	0.015	Kg	185.93	190	193.81	197.75	201.69
Aceite de oliva	0.04	Lt	495.82	506	516.83	527.34	537.85
Sal	0.01	Kg	123.96	127	129.21	131.84	134.46
Pimienta	0.015	Kg	185.93	190	193.81	197.75	201.69
Nuez moscada	0.01	Kg	123.96	127	129.21	131.84	134.46
Mantequilla	0.05	Kg	619.78	633	646.04	659.18	672.31
Queso parmesano	0.045	Kg	557.80	570	581.44	593.26	605.08
Picante de carne con arroz			11600	11846	12091	12337	12583
Arroz	0.125	Kg	1449.97	1481	1511.41	1542.14	1572.86
Alverjitas	0.050	Kg	579.99	592	604.57	616.85	629.14

Pasta de ají panca	0.035	Kg	405.99	415	423.20	431.80	440.40
Zanahoria	0.05	Kg	579.99	592	604.57	616.85	629.14
Papa blanca	0.1	Kg	1159.97	1185	1209.13	1233.71	1258.29
Cebolla	0.045	Kg	521.99	533	544.11	555.17	566.23
Ajo	0.015	Kg	174.00	178	181.37	185.06	188.74
Aceite	0.035	Lt	405.99	415	423.20	431.80	440.40
Sal	0.01	Kg	116.00	118	120.91	123.37	125.83
Pimienta	0.015	Kg	174.00	178	181.37	185.06	188.74
Vinagre tinto	0.025	Lt	289.99	296	302.28	308.43	314.57
Mantequilla	0.03	Kg	347.99	355	362.74	370.11	377.49
Demiglase	0.05	Kg	579.99	592	604.57	616.85	629.14
Carne picada	0.125	Kg	1449.97	1481	1511.41	1542.14	1572.86
Ravioles de camote con pollo picatta y verduras			11986	12240	12494	12747	13001
Camote	0.1	Kg	1198.56	1224	1249.35	1274.75	1300.14
Pechuga de pollo	0.125	Kg	1498.20	1530	1561.69	1593.43	1625.18
Harina	0.05	Kg	599.28	612	624.68	637.37	650.07
Esparragos	0.05	Kg	599.28	612	624.68	637.37	650.07
Albahaca	0.04	Kg	479.42	490	499.74	509.90	520.06
Finas hierbas	0.025	Kg	299.64	306	312.34	318.69	325.04
Ajo	0.015	Kg	179.78	184	187.40	191.21	195.02
Aceite de oliva	0.05	Lt	599.28	612	624.68	637.37	650.07
sal	0.01	Kg	119.86	122	124.94	127.47	130.01
Pimienta	0.015	Kg	179.78	184	187.40	191.21	195.02
Panko	0.035	Kg	419.50	428	437.27	446.16	455.05
Mantequilla	0.05	Kg	599.28	612	624.68	637.37	650.07
Zanahoria	0.045	Kg	539.35	551	562.21	573.64	585.07
Zukini	0.05	Kg	599.28	612	624.68	637.37	650.07
Wantan	0.075	Kg	898.92	918	937.01	956.06	975.11

Fuente: Propia

CAPITULO VI : ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

6.1. Estudio Legal:

Para nuestra empresa hemos considerado que la mejor opción a usar la denominación de sociedad anónima cerrada, las razones por las que consideramos que es la mejor opción para sociedad son:

- Mayor control sobre las decisiones que se tomen en el negocio, puesto que los socios tienen una responsabilidad limitada.
- No puede tener un número de accionistas mayor a 20.
- Los accionistas deben elegir una junta directiva y gerencia que se encarga de administrar todos los negocios de la compañía.
- No se requiere de tener acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores
- Requisitos:
 - Datos de identificación de los directores y accionistas
 - Giro de la empresa
 - Forma de aporte

Es por ello que READY TO GO S.A.C estará conformada por 4 socios capitalistas los cuales realizarán un aporte y tendrán el mismo porcentaje de participación como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 31:
Porcentaje de participación de los socios

SOCIOS	Participación (%)
Patricia Chun Vásquez	25%
Ana Valeria Koc Fong	25%
María Grazia Mantegazza Llano	25%
Elizabeth Tacsá Ronceros	25%

Fuente: Propio

Proceso de constitución de la sociedad

1. Formación de la empresa y elección del nombre: Se ingresa el nombre al sistema consultando a SUNARP para evitar similitudes y/o copia de otras empresas. Luego se hace una reserva que dura 30 días, esta tiene un costo de S/.18.00.

2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa: Contiene el tipo de sociedad en la que la empresa ha sido constituida, los estatutos que la rigen, en este caso Junta general de socios; datos de los socios y capital social. Esta Minuta de Constitución se realizará en el Ministerio de forma gratuita y se transcribirá a la Escritura Pública mediante un Notario firmada por todos los socios.
3. Escritura pública (Notaria): Para elaborar la minuta de alquiler de los espacios donde estarán colocadas las máquinas de las empresas, que tendrá un costo de S/. 150.00
4. Inscripción en el registro de sociedades: Para la inscripción de REGISTRO DE SOCIEDADES (SUNAT). Se tiene que presentar los siguientes documentos :
 - Formato de solicitud de inscripción debidamente llenado y suscrito
 - Copia del documento de identidad del representante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
 - Escritura pública que contenga el Pacto Social y el Estatuto.
 - Comprobante de depósito por el pago de derechos registrales
5. Obtención de RUC
6. Cuando la inscripción en el RUC es realizada personalmente por el representante legal de la persona jurídica y otras entidades, podrá prescindir de los formularios de inscripción. Para ello, deberá exhibir el original y presentar fotocopia de los siguientes documentos:
 - Documento de identidad del representante legal
 - Alguno de los siguientes documentos:
 - Recibo de servicio:
 - o Recibo de agua, luz, telefonía fija, telefonía celular, internet, gas natural o televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los dos (2) últimos meses.
 - Documentos emitidos por entidad bancaria:

Estados de cuenta de entidades bancarias y financieras supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP cuya fecha de emisión esté comprendida en los dos (2) últimos meses.

6.2. Licencia y Autorizaciones:

De acuerdo a lo requisitos para la licencia de funcionamiento y estacionamiento establecido en la Municipalidad de Ate. Se disputa lo siguientes costos:

Tabla 32:
Licencias y Autorizaciones.

ACTIVOS INTANGIBLES					
	NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO	COSTO	COSTO
		AD	UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV
Registro de marca	Búsqueda y Reserva de nombre	1	S/. 18.00	S/. 18.00	S/. 15.25
	Elaboración de la minuta y constitución	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Elevación a escritura pública de minuta	1	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 21.19
	Pago por derecho de inscripción	1	S/. 534.99	S/. 534.99	S/. 453.38
	Inscripción de RUC	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Talonnario de facturas y boletas	1	S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 211.86
	Búsqueda de antecedentes	1	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 76.27
	Registro de marca (14.46%) UIT	1	S/. 549.00	S/. 549.00	S/. 465.25
	Publicación en el peruano	1	S/. 233.00	S/. 233.00	S/. 197.46
	Licencias	Licencia municipal de funcionamiento	1	S/. 192.00	S/. 192.00
DIGESA - Registro sanitario		10	S/. 120.00	S/. 1,200.00	S/. 1,016.95
Defensa civil		1	S/. 564.00	S/. 564.00	S/. 477.97
Legalización de libros contables		1	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 25.42
Autorización de planillas de pago		1	S/. 35.00	S/. 35.00	S/. 29.66

Fuente Propio

6.3. Registro de Marcas y Patentes:

El Registro de la marca de la empresa se realizará en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP)

Razón social: Ready to Go S.A.C.

Marca: Ready to Go S.A.C.

Nombre comercial: Ready To Go

Logo:



La vigencia del registro de una marca es de 10 años a partir de la fecha en que se expide la resolución que otorga el registro y pueden ser renovables. Para realizar este trámite se debe realizar los siguientes pasos:

1. Averiguar si el nombre de la marca y/o el dibujo se encuentran ya registrados.
2. Presente solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios.

Es necesario completar tres ejemplares de formato de la solicitud correspondiente:

- Indicar los datos de identificación del solicitante, en este caso consignar el número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar, en este caso la marca es mixta, se deberá adjuntar su reproducción. 3 copias de 5cm x 5cm en colores. Así mismo enviar una copia del mismo logotipo al correo electrónico: logosdsd@indecopi.gob.pe formato JPG.
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenece

(Clasificación de Niza)

3. Firmar la solicitud.
4. Realizar el pago correspondiente de S/. 556.71 (14.46% de una UIT S/. 3850)

6.4. Reclutamiento, Selección y Contratación:

6.4.1. Reclutamiento:

PUESTOS	TIPO	FUENTE	MODALIDAD
Chef Ejecutivo	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional
Cocinero 1	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional
Cocinero 2	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional
Cocinero 3	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional
Steward 1	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional
Encargado de Reposición	Externo	Páginas web como: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn, Indeed	Tradicional

Ilustración 39: Reclutamiento

- Bajo costo del proceso de selección:

El costo del proceso de selección es mucho más bajo ya que el tiempo invertido para realizar el proceso de selección, se reduce en un 40% debido a los curriculum recibidos se almacenan y organizan directamente en una base de datos.

Por otro lado, se pueden utilizar palabras claves de filtrado en cada curriculum con el fin de determinar que el perfil de los candidatos concuerde con el del puesto vacante. Asimismo, el sistema informático selecciona los candidatos que más se ajustan al puesto, así como también la respuesta de los candidatos aceptados y rechazados.

- Mayor información a los candidatos:

La estructura de los sitios webs permite ofrecer mucha más información con respecto al puesto requerido por la empresa a los candidatos interesados. Además, también se puede tener un espacio online en donde el candidato puede requerir cierta información sobre la empresa y sobre el puesto.

- Anuncios en sitios web:

Las páginas web permiten segmentar los anuncios de acuerdo al perfil de los candidatos que se busca. Es por ello, que es una gran herramienta para contactar a empleados potenciales.

Las páginas web escogidas por la empresa son: Computrabajo, Aptitus, LinkedIn e Indeed, las cuales son muy conocidas por el público. A continuación, se muestran los siguientes links:

- <http://empresa.computrabajo.com.pe/>
- <http://aptitus.com/empresa>
- <https://www.linkedin.com/>
- <http://www.indeed.com.pe/reclutamiento?hl=es&cc=PE>

6.4.2. Selección del personal:



Ilustración 40: Flujograma de Selección del Personal.
Fuente: Propia

6.4.2.1. Personal Operativo:

Con el fin de contratar a las personas más adecuadas para los puestos requeridos, se procederá a emplear el siguiente proceso de selección de

personal, el cual cuenta con 4 fases las mismas que facilitarán el reclutamiento de los candidatos interesados.

1) Preselección:

Este es el primer paso, en el cual la preselección se llevará a cabo basándose en el currículum vitae de los candidatos. En esta primera esta se va a descartar a los candidatos que no cuenten con la formación adecuada necesaria para el puesto de trabajo o cuya experiencia profesional no sea suficiente.

2) Realización de pruebas:

Los candidatos que han superado la fase anterior pasarán a ser convocados para una serie de pruebas. Primero, pasarán por una entrevista preliminar para establecer un primer contacto. Luego, se llevarán a cabo los tests psicotécnicos con los que se determinarán las aptitudes y la personalidad de los candidatos, además de las pruebas profesionales relacionadas con el puesto en cuestión.

3) Entrevistas:

Una vez terminada la prueba anterior se procede a la entrevista de los candidatos en la cual se conversa con ellos acerca de sus estudios, experiencias laborales, expectativas y planes a futuro con el fin de conocerlos de forma individual y poder encontrar a la mejor persona para el puesto. Además, en esta entrevista se conocerá la disposición de los candidatos acerca del puesto de trabajo con respecto a las tareas a realizar, horario, salario, etc.

A continuación, basados en HAYS, empresa multinacional de selección de personal cualificado, se mostrará una breve lista de las competencias que buscan las empresas en los candidatos al momento de su reclutamiento:

- Capacidad de adaptación:

Una cualidad imprescindible en los ejecutivos, ya que permite una mejor integración y relación de los equipos de trabajo, clientes y proveedores. Se busca en los candidatos, alta tolerancia a los cambios y pronta adaptación a ellos.

- Capacidad de trabajo:

Condición en la que el empleado es capaz de concentrar sus energías en sus tareas y llevarlas a cabo aunque ello implique más esfuerzo de lo normal.

- Habilidades Interpersonales:

Necesarias para mantener un clima positivo de organización, una comunicación fluida y un alto nivel de trabajo en equipo. Las relaciones con clientes y proveedores también se ven beneficiadas con un trabajador con buenas aptitudes para las relaciones sociales. A continuación, se mostrará una breve guía de entrevista que se aplicará al candidato con el fin de identificar las competencias necesarias para los puestos requeridos:

Preguntas claves sobre la personalidad:

- Cuéntame una anécdota de tu vida en la resolvieras con éxito una situación problemática.
- ¿Qué gana la empresa si te contrata a ti en lugar de a otro candidato? ¿Qué elemento diferencial aportas?
- Si fueras tú el encargado de realizar esta selección y yo fuera el candidato, ¿Qué cualidades te gustaría que yo reuniera?
- Defínete a ti mismo con cinco adjetivos calificativos. Justifícalos.

Preguntas claves sobre trabajos anteriores:

- ¿Qué aprendiste durante tus trabajos anteriores? ¿Qué funciones desempeñabas?
- ¿Cuál de tus trabajos previos te ha gustado más/menos? ¿Por qué?
- ¿Cómo era la relación con tus compañeros, con tus jefes, con tus subordinados?
- ¿Cuál fue la situación más desagradable en que te viste? ¿Cómo la hiciste frente?

Preguntas claves sobre el empleo:

- ¿Qué sabes acerca de nuestra empresa? ¿Qué te atrae de ella?

- ¿Cuáles son tus puntos fuertes y tus puntos débiles para este puesto?
- ¿Qué te ves haciendo dentro de cinco o diez años?
- ¿Cuáles son tus objetivos a largo plazo? ¿Cómo crees que podrás lograrlos?
- ¿Por qué piensas que vas a tener éxito en este trabajo?
- ¿Prefieres trabajar en una empresa grande, mediana, pequeña, pública, privada? ¿Por qué?

4) Fase final:

Finalmente, se procede a elegir a las personas que se incorporarán a la empresa y se procederá con su contratación de acuerdo a las posiciones establecidas.

6.4.2.2. Políticas de Contratación:

Ready To Go se encuentra registrado en el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa) por lo cual pertenece al Régimen Laboral Especial.

Según el Artículo 5º de la Ley Mype, establece que las características de la pequeña empresa con respecto a trabajadores y ventas anuales son las siguientes:

- Abarca de 1 a 100 trabajadores (el límite sube de 50 a 100).
- Nivel de ventas anuales menor a 1700 UIT (Unidades Impositivas Tributarias) es decir S/. 6'120,000.
- El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas cada dos años. De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, los trabajadores de una pequeña empresa están obligados a seguir los siguientes derechos laborales:
 - o Ser registrados en el régimen contributivo de Essalud, en donde el empleador deberá aportar a Essalud el 9% de lo que perciba el trabajador.
 - o Ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (SNP / ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).

- Tiene derecho a una jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.
- Tiene derecho a 24 horas continuas de descanso físico.
- Por Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá ½ sueldo por cada año de trabajo.
- Tiene derecho cuando menos a una remuneración mínima vital (S/. 850.00 nuevos soles). Por gratificaciones tiene derecho a ½ sueldo en Julio y ½ sueldo en Diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de Enero a Junio y Julio a Diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.
- Tiene derecho a 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional, pudiendo reducir de los 15 a 7 días.

Tipo de contratación:

- **Contrato de Trabajo Sujeto a Modalidad por Inicio o Incremento de Actividad:**

Para los puestos requeridos se emplearán contratos por inicio o incremento de actividades productivas de la empresa, ya que este tipo de contrato se da por el inicio de la actividad productiva, como la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos, así como el inicio de nuevas actividades o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa. Su duración máxima es de tres años.

6.4.3. Inducción y Capacitación:

Con respecto al programa de inducción y capacitación, este contará con tres etapas las cuales se desarrollarán en dos días, con el fin de lograr un óptimo ingreso del empleado a la empresa. Las dos primeras fases se desarrollarán el primer día, y la tercera fase se desarrollará el segundo día. Dichas etapas son las siguientes:

- **Inducción general:**

En esta etapa se le brindará al empleado la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento y desarrollo del cargo a desempeñar. En esta etapa, se presentará la siguiente información:

- Misión, visión y objetivos de la empresa.
- Productos, artículos, servicios que produce la empresa y sectores que atiende.
- Reglamento interno de trabajo.
- Aspectos relativos al horario de trabajo, tiempos de alimentación, beneficios, días de pago, descansos, entre otros.

- **Inducción específica:**

En esta etapa, se le brindará al empleado toda información específica de oficio a desarrollar dentro de la empresa. Se realizará la presentación del jefe inmediato y de los compañeros de trabajo. Se presentará la siguiente información:

- Tipo de entrenamiento que recibirá en su cargo.
- Diagrama de flujo de producción y servicio, las maquinarias, equipos, instalaciones y materiales disponibles.
- El manual de funciones para los diferentes cargos: responsabilidades, alcances y funciones específicas del cargo a desempeñar.
- El sistema de turnos de producción, rotación de los turnos, pausas y los permisos.
- Los estándares o normas de seguridad por cargo.
- Mecanismo del uso de los guardarropas y vestidores, la reglamentación y procedimientos de su empleo, y la vestimenta de trabajo.
- Equipos de protección personal requeridos en el área de trabajo (mantenimiento, uso correcto, procedimiento en caso de accidente de trabajo y emergencias).

- **Evaluación:**

Luego de finalizado el proceso de inducción, en el segundo día de capacitación, se realizará una evaluación a los empleados con el fin de identificar qué puntos clave de la inducción no quedaron totalmente claras y así mismo, reforzarlas.

6.5. Estructura Organizacional:

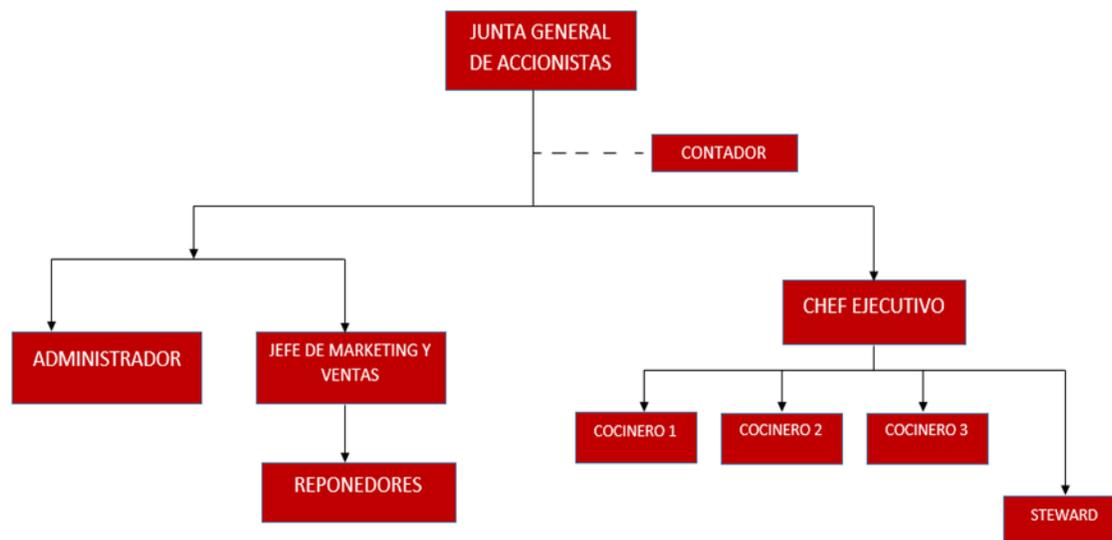


Ilustración 41: Organigrama de Selección del Personal.

Fuente: Propia

6.6. Planilla y Horario de trabajadores:

Tabla 33:

Salarios

PERSONAL	N° DE TRAB	SUELDO BRUTO MENSUAL S/	SUELDO BRUTO ANUAL S/	ESSALUD S/	CTS S/	GRAT. S/	COSTO TOTAL EN S/ ANUAL
AREA DE ADMINISTRACION							
Administrador	1	S/. 4,000.00	S/. 48,000.00	S/. 5,040.00	S/. 4,666.67	S/. 8,000.00	S/. 65,706.67
AREA DE MARKETING Y VENTAS							
Marketing y ventas	1	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 3,150.00	S/. 2,916.67	S/. 5,000.00	S/. 41,066.67
Reponedor / Técnico	2	S/. 1,200.00	S/. 28,800.00	S/. 3,024.00	S/. 2,800.00	S/. 4,800.00	S/. 39,424.00
AREA DE PRODUCCION							
Chef Ejecutivo	1	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 3,780.00	S/. 3,500.00	S/. 6,000.00	S/. 49,280.00
Cocineros	3	S/. 1,200.00	S/. 43,200.00	S/. 4,536.00	S/. 4,200.00	S/. 7,200.00	S/. 59,136.00
Stewards	1	S/. 850.00	S/. 10,200.00	S/. 1,071.00	S/. 991.67	S/. 1,700.00	S/. 13,962.67
TOTAL	9	S/. 12,750.00	S/. 196,200.00	S/. 20,601.00	S/. 19,075.00	S/. 32,700.00	S/. 268,576.00

Elaboración Propia

- Horarios del personal:

Tabla 34:
Horarios.

ADMINISTRADOR	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo	DESCANSO													

JEFE MKT	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo	DESCANSO													

COCINE RO1	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

COCINE RO2	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

COCINE RO3	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

STEWART T1	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

REPONE DOR 1	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

REPONE DOR 2	06:00	07:00	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Lunes														
Martes														
Miércoles														
Jueves														
Viernes														
Sábado	DESCANSO													
Domingo														

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Procesos, Procedimientos y Manual de Organización o Protocolos

Con respecto a la organización interna de la empresa, a continuación se describirán cada uno de los puestos y las funciones básicas de los empleados:

Junta General de Socios:

- Supervisar el cumplimiento de las funciones de cada uno de los empleados de la empresa y así como su compromiso con la misma.
- Definir las estrategias adecuadas que permitan cumplir con los objetivos y metas de la empresa.
- Resolver cualquier tipo de problema que se pueda presentar con proveedores, clientes y empleados.
- Convoca a reuniones cuando lo considere necesario.
- Aprueba la contratación de nuevo personal si es requerido.
- Coordinar con el chef ejecutivo respecto a los pedidos de productos y el inventario para mantener el suministro de platos.
- Mantener la salud, la higiene, así como normas de seguridad en el restaurante.
- Cumplir con el Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos, basados en la reglamentación del HACCP, Ministerio de Salud y DIGESA.

A continuación, se procederá a explicar los puestos mostrados en el organigrama así como el propósito, funciones principales y perfil del puesto:

6.7.1. Perfil y funciones personales

Tabla 35:
Perfil y funciones del personal

CHEF EJECUTIVO
Reporta a: Junta General de Socios
Supervisa a: Cocineros 1 ,2 y 3 Stewards 1 y 2
Propósito: Velar por la satisfacción total de los consumidores y el cumplimiento de la misión de la empresa, a través de la administración, organización y dirección de los recursos materiales y humanos de su sector.
Funciones Principales: Supervisar, organizar y dirigir la operación de la cocina en la preparación de los platos. Supervisar la limpieza y mantenimiento del lugar de trabajo repetando las normas de sanidad. Administra los integrantes del equipo de cocina y sus funciones de acuerdo a las necesidades y del cumplimiento de los resultados esperados. Organización interna de la cocina y de los platos, teniendo autonomía para realizar cualquier modificación que no se salga del presupuesto preestablecido. Organización del cronograma del equipo de cocina, vacaciones, días de descanso. Etc.

Realizar los pedidos de materia prima y utensilios necesarios, así como inventarios de reposición.

Realizar los informes de pedidos y consumos necesarios para la contabilización.

Perfil del Puesto:

Experiencia previa de 1 año en el puesto y/o puestos similares.

Buenas habilidades de comunicación verbal y escrita.

Conocimiento en herramientas de computación, hojas de cálculo y presentaciones.

Alto grado de compromiso, transparencia y responsabilidad.

Estudios técnicos superiores.

COCINERO 1, 2 Y 3

Reporta a:

Chef Ejecutivo

Propósito:

Encargados de elaborar y condimentar los diferentes platos que se van a producir manteniendo las normas de higiene y control de calidad, así como supervisar las temperaturas y condiciones de funcionamiento.

Funciones Principales:

Participará en el control y aprovisionamiento, conservación y almacenamiento de los insumos.

Colaborará con la preparación, aderezo y empaquetamiento de los platos utilizando las técnicas debidas.

Colaborará en los pedidos y conservación de los productos de uso en la cocina.

Revisa y controla el material de uso en la cocina, comunicando cualquier incidencia al respecto.

Estar atento a las temperaturas y las condiciones de funcionamiento de las áreas de almacenamiento refrigeradas.

Conocer los distintos tipos de productos congelados, incluido el sabor, el método de preparación o uso, etc.

Perfil del Puesto:

Experiencia previa de 1 año en el puesto y/o puestos similares.

Edad mínima 25 años.

Puntual y responsable.

Estudios técnicos superiores en gastronomía o arte culinario.

Contar con carnet de sanidad vigente.

STEWARD 1

Reporta a:

Chef Ejecutivo

Propósito:

Responsable de la limpieza y de las medidas higiénicas, así como de los enseres que se utilizan en los montajes, además de auxiliar a los cocineros a llevar a cabo sus funciones.

Funciones Principales:

Es responsable de la limpieza general de la cocina.

Es responsable de la limpieza y desinfección de los tachos dentro de las áreas a su cargo.

Conoce las preparaciones de alimentos a fin de auxiliar a los cocineros cuando sean necesarios.

En caso de que se requiera prestará su ayuda en cocina en las actividades que se le encomienden.

Perfil del Puesto:

Experiencia laboral previa no necesaria.

Puntual y responsable.

Estudios mínimos: secundaria.

Contar con carnet de sanidad vigente.

ENCARGADO DE REPOSICION / TÉCNICO 1 Y 2

Reporta a:

Junta General de Socios

Propósito:

Encargados de la rotación de mercadería y del reabastecimiento de alimentos congelados en las máquinas expendedoras con el fin de que sea visualmente atractivo manteniendo el orden y limpieza.

Funciones Principales:

Realizar tareas de reposición de los productos, limpieza y mantenimiento de las máquinas, recaudación del dinero, etc.

Realizar informes de incidencias.

Enviar reportes de reposición a la oficina central.

Perfil del Puesto:

Experiencia laboral previa: necesaria.

Puntual y responsable.

Contar con carnet de sanidad vigente.

Fuente: Propia

6.7.2. Uniformes

El personal del área de preparación de los alimentos conformado por el chef ejecutivo, los cocineros y los stewards deben utilizar un uniforme limpio y completo, el cual constará de los siguientes elementos:

Tabla 36:

Uniformes.

UNIFORMES (CHEF Y COCINEROS)	CANTIDAD	PROVEEDOR
Gorra	8	CONFECCIONES AROCA
Mandil	8	CONFECCIONES AROCA
Pantalón negro de cocina	8	CONFECCIONES AROCA
Chaqueta	8	CONFECCIONES AROCA
Zapatos de cocina	4	CROCS

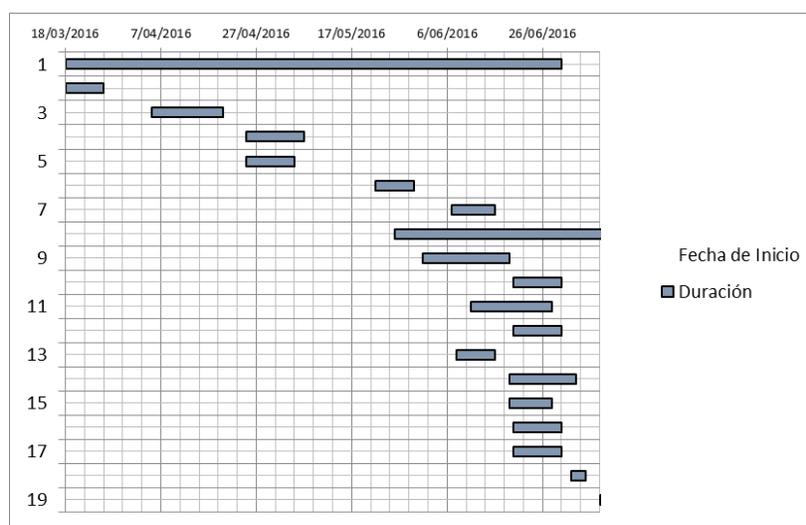
UNIFORMES (TECNICOS)	CANTIDAD	PROVEEDOR
Polos	4	CONFECCIONES AROCA

Fuente: Propia

6.8. Diagrama de Gantt:

Tabla 37:
Diagrama de Gantt

Nº	Nombre de la tarea	Duración	Fecha de Inicio	Fecha de Término
1	READY TO GO	9	18/03/2016	30/06/2016
2	DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO	8	18/03/2016	26/03/2016
3	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	15	5/04/2016	20/04/2016
4	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	12	25/04/2016	7/05/2016
5	REGISTRO DE MARCA	10	25/04/2016	5/05/2016
6	BUSQUEDA Y ALQUILER DEL LOCAL	8	22/05/2016	30/05/2016
7	ELABORACION DE PLANOS Y DISTRIBUCIÓN	9	7/06/2016	16/06/2016
8	SOLICITUD Y OBTENCION DE LICENCIA	76	26/05/2016	10/08/2016
9	ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	18	1/06/2016	19/06/2016
10	BUSQUEDA Y COMPRAS DEL EQUIPAMIENTO	10	20/06/2016	30/06/2016
11	ADQUISICIÓN DE LAS MÁQUINAS	17	11/06/2016	28/06/2016
12	INSTALACION DEL EQUIPO DE COCINA	10	20/06/2016	30/06/2016
13	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	8	8/06/2016	16/06/2016
14	PLAN DE MARKETING	14	19/06/2016	3/07/2016
15	BUSQUEDA DE PROVEEDORES	9	19/06/2016	28/06/2016
16	BUSQUEDA DE PERSONAL	10	20/06/2016	30/06/2016
17	PROCESO DE SELECCIÓN	10	20/06/2016	30/06/2016
18	INDUCCION Y CAPACITACION	3	2/07/2016	5/07/2016
19	PRIMER DIA DE FUNCIONAMIENTO	1	8/07/2016	8/07/2016



Fuente: Propia

CAPÍTULO VII: ESTUDIO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo:

Maquinaria para producción y distribución:

Tabla 38:

Maquinaria para producción y distribución.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV	IGV
Licuada	4	SKYMSEN	S/. 1,000.00	S/. 4,000.00	S/. 3,389.83	S/.610.17
Cocina de 3 hornillas	3	COCINAS & EQUIPOS S.A.C.	S/. 1,000.00	S/. 3,000.00	S/. 2,542.37	S/.457.63
Campana extractora	1	FRIONOX	S/. 2,473.00	S/. 2,473.00	S/. 2,095.76	S/.377.24
Mesas de trabajo	4	FRIONOX	S/. 970.00	S/. 3,880.00	S/. 3,288.14	S/.591.86
Abatidor (Cap. 15 bandejas)	3	QUICK PACK PERÚ	S/. 14,000.00	S/. 42,000.00	S/. 35,593.22	S/.6,406.78
Batidora	1	QUICK PACK PERÚ	S/. 953.00	S/. 953.00	S/. 807.63	S/.145.37
Microondas	1	IMACO	S/. 319.00	S/. 319.00	S/. 270.34	S/.48.66
Horno	1	QUICK PACK PERÚ	S/. 539.00	S/. 539.00	S/. 456.78	S/.82.22
Lavadero de 2 pozas	1	FRIONOX	S/. 1,300.00	S/. 1,300.00	S/. 1,101.69	S/.198.31
Congeladora	3	QUICK PACK PERÚ	S/. 6,000.00	S/. 18,000.00	S/. 15,254.24	S/.2,745.76
Refrigeradora	2	QUICK PACK PERÚ	S/. 4,810.00	S/. 9,620.00	S/. 8,152.54	S/.1,467.46
Repisa mural con respaldo	10	FRIONOX	S/. 232.00	S/. 2,320.00	S/. 1,966.10	S/.353.90
Dispensador de cubiertos	10	KIMBERLY CLARK	S/. 790.00	S/. 7,900.00	S/. 6,694.92	S/.1,205.08
Dispensador de Papel Higiénico	1	KIMBERLY CLARK	S/. 55.00	S/. 55.00	S/. 46.61	S/.8.39
Dispensador de Jabón	1	KIMBERLY CLARK	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 25.42	S/.4.58
Detector de humo	8	SODIMAC	S/. 19.90	S/. 159.20	S/. 134.92	S/.24.28
Caja fuerte	1	SODIMAC (Yale)	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,271.19	S/.228.81
Extintores	5	SODIMAC	S/. 69.90	S/. 349.50	S/. 296.19	S/.53.31
Luces de emergencia	3	OPALUX	S/. 68.20	S/. 204.60	S/. 173.39	S/.31.21
Máquina expendedora	8	JOFEMAR	S/. 45,000.00	S/. 360,000.00	S/. 305,084.75	S/.54,915.25
Camión con frigorífico	1	KIA BONGO	S/. 70,200.00	S/. 70,200.00	S/. 59,491.53	S/.10,708.47
Pistola Etiquetadora	4	TAI LOY	S/. 60.76	S/. 243.04	S/. 205.97	S/.37.07
				S/. 529,045.34	S/. 448,343.51	S/.80,701.83

Fuente: Propia

Utensilios para el centro de producción:

Tabla 39:

Utensilios para el centro de Producción.

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV	IGV
Bowls 18	20	TRAMONTINA	S/. 3.67	S/. 73.40	S/. 62.20	S/.11.20
Bowls 20	20	TRAMONTINA	S/. 5.70	S/. 114.00	S/. 96.61	S/.17.39
Bowls 24	20	TRAMONTINA	S/. 6.13	S/. 122.60	S/. 103.90	S/.18.70
Tabla de picar	10	REY	S/. 45.96	S/. 459.60	S/. 389.49	S/.70.11
Sartenes	15	TRAMONTINA	S/. 40.00	S/. 600.00	S/. 508.47	S/.91.53
Ollas	20	TRAMONTINA	S/. 50.00	S/. 1,000.00	S/. 847.46	S/.152.54
Pinzas	5	TRAMONTINA	S/. 25.00	S/. 125.00	S/. 105.93	S/.19.07
Pelador de papa	5	TRAMONTINA	S/. 4.50	S/. 22.50	S/. 19.07	S/.3.43
Rallador	5	TRAMONTINA	S/. 6.70	S/. 33.50	S/. 28.39	S/.5.11
Colador	5	TRAMONTINA	S/. 17.50	S/. 87.50	S/. 74.15	S/.13.35
Cucharones	15	TRAMONTINA	S/. 17.50	S/. 262.50	S/. 222.46	S/.40.04
Bandejas	15	TRAMONTINA	S/. 37.20	S/. 558.00	S/. 472.88	S/.85.12
Tapers	30	REY	S/. 17.90	S/. 537.00	S/. 455.08	S/.81.92
Cuchillo de Chef	15	TRAMONTINA	S/. 73.01	S/. 1,095.15	S/. 928.09	S/.167.06
Dispensador de papel	4	KIMBERLY CLARK	S/. 45.00	S/. 180.00	S/. 152.54	S/.27.46
Dispensador jabón	2	KIMBERLY CLARK	S/. 30.00	S/. 60.00	S/. 50.85	S/.9.15
Jabas	40	LOGIPACK	S/. 11.50	S/. 460.00	S/. 389.83	S/.70.17
Tachos de basura	3	REY	S/. 38.00	S/. 114.00	S/. 96.61	S/.17.39
				S/. 5,904.75	S/. 5,004.03	S/.900.72

Fuente: Propia

Equipos de Oficina:

Tabla 40:

Equipos de Oficina.

OFICINA	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV	IGV
Tachos de basura	2	INDUSTRIA MOBILIARIA FOAD SAC	S/. 25.00	S/. 50.00	S/. 42.37	S/.42.37
Computadora	2	HIRAOKA	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00	S/. 2,033.90	S/.2,033.90
Teléfono	2	HIRAOKA	S/. 150.00	S/. 300.00	S/. 254.24	S/.254.24
Escritorio de vidrio	2	PC Tecno Perú	S/. 500.00	S/. 1,000.00	S/. 847.46	S/.847.46
Sillas de oficina	2	INDUSTRIA MOBILIARIA FOAD SAC	S/. 190.00	S/. 380.00	S/. 322.03	S/.322.03
Kit de útiles de oficina	1	HIRAOKA	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 127.12	S/.127.12
Impresora multifuncional	1	SODIMAC	S/. 299.90	S/. 299.90	S/. 254.15	S/.254.15
Pizarra acrílica	1	BLIDOO	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 50.85	S/.50.85
Anaqueles	2	FRIONOX	S/. 424.80	S/. 849.60	S/. 720.00	S/.720.00
				S/. 5,489.50	S/. 4,652.12	S/.837.38

Fuente Propia

7.1.2. Inversión Activo Intangible:

Para el cálculo de los Activos Intangibles hemos tomado en cuenta aquellos gastos que se dan antes del inicio de operaciones:

Tabla 41:
Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES					
	NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL S/ IGV
Registro de marca	Búsqueda y Reserva de nombre	1	S/. 18.00	S/. 18.00	S/. 15.25
	Elaboración de la minuta y constitución	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Elevación a escritura pública de minuta	1	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 21.19
	Pago por derecho de inscripción	1	S/. 534.99	S/. 534.99	S/. 453.38
	Inscripción de RUC	1	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
	Talonnario de facturas y boletas	1	S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 211.86
	Búsqueda de antecedentes	1	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 76.27
	Registro de marca (14.46%) UIT	1	S/. 549.00	S/. 549.00	S/. 465.25
	Publicación en el peruano	1	S/. 233.00	S/. 233.00	S/. 197.46
	Licencia municipal de funcionamiento	1	S/. 192.00	S/. 192.00	S/. 162.71
Licencias	DIGESA - Registro sanitario	10	S/. 120.00	S/. 1,200.00	S/. 1,016.95
	Defensa civil	1	S/. 564.00	S/. 564.00	S/. 477.97
	Legalización de libros contables	1	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 25.42
	Autorización de planillas de pago	1	S/. 35.00	S/. 35.00	S/. 29.66
Gastos pre-operativos	Honorarios arquitecto (diseño de planos)	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,016.95
	Desarrollo de pruebas del producto	1	S/. 2,550.00	S/. 2,550.00	S/. 2,161.02
	Pago único de instalación POS Visa	1	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 50.85
Mkt pre-operativo	Garantía de Alquiler por adelantado 1 mes	1	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,203.39
	Afiches y flyers	1	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 5,084.75
	Creación de página web	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,118.64
	Redes sociales	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 847.46
	Video promocional	1	S/. 16,000.00	S/. 16,000.00	S/. 13,559.32
Microsoft Software	Microsoft office 365	1	S/. 1,100.00	S/. 1,100.00	S/. 932.20
Software	Ofimática	1	S/. 6,400.00	S/. 6,400.00	S/. 5,423.73
Antivirus	Kaspersky	1	S/. 116.00	S/. 116.00	S/. 98.31

Inmuebles	Remodelación	1	S/. 10,702.00	S/. 10,702.00	S/. 9,069.49
		TOTAL		S/. 56,308.99	S/. 47,719.48
		IGV		S/. 8,589.51	

7.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

Tabla 42:
Cálculo Capital de Trabajo.

CONCEPTO / MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ESTACIONALIDAD	4.20%	5.90%	7.10%	7.90%	7.40%	8.90%	11.00%	8.10%	8.70%	9.10%	9.80%	11.90%
LOMO STROGONOF	514	722	869	967	906	1090	1347	992	1065	1114	1200	1457
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	S/. 11.86
AJI DE GALLINA	476	669	805	895	839	1009	1247	918	986	1031	1111	1349
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	S/. 11.02
CORDON BLEU	476	668	804	895	838	1008	1246	917	985	1030	1110	1347
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	S/. 11.02
LASAGNA DE RICOTTA CON ESPINACA	496	697	838	933	874	1051	1299	956	1027	1074	1157	1405
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	S/. 11.86
ARROZ CHAUFA DE CERDO	509	715	860	957	897	1078	1333	981	1054	1102	1187	1442
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	S/. 10.17
RISOTTO DE REMOLACHA	466	655	788	877	822	988	1222	899	966	1011	1088	1321
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	S/. 11.86
BISTEC CON TALLARINES	491	690	831	924	866	1041	1287	948	1018	1065	1147	1393
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	S/. 11.02
PICANTE DE CARNE	464	652	784	873	818	983	1215	895	961	1005	1083	1315
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17	S/. 10.17
RAVIOLES CON CAMOTE	479	673	810	902	845	1,016	1,256	925	993	1,039	1,119	1,358
Precio S/ IG	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.						
Precio S/ IG	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	11.86	S/. 11.86
ESCABECHE DE POLLO	451	634	763	849	795	957	1,182	871	935	978	1,053	1,279

Precio S/ IGv	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	11.02
	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	11.02	
Ingresos Totales Mensual	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	53,969.66	75,814.53	91,234.43	101,514.37	95,089.41	114,364.29	141,349.12	104,084.35	111,794.30	116,934.27	125,929.22	152,914.05		
Contado al 100%	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	53,969.66	75,814.53	91,234.43	101,514.37	95,089.41	114,364.29	141,349.12	104,084.35	111,794.30	116,934.27	125,929.22	152,914.05		
EGRESOS														
Materia prima y materiales	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	21,757.93	30,564.72	36,781.27	40,925.64	38,335.41	46,106.10	56,985.07	41,961.73	45,070.01	47,142.19	50,768.51	61,647.48		
MOD	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,924.00	3,924.00	3,924.00	3,924.00	6,024.00	3,924.00	7,848.00	3,924.00	3,924.00	3,924.00	6,024.00	7,848.00		
CIF Fijo	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20	2,266.20		
CIF Variable	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	928.50	1,304.32	1,569.61	1,746.47	1,635.93	1,967.54	2,431.79	1,790.68	1,923.33	2,011.75	2,166.51	2,630.76		
MOI	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	4,196.50	4,196.50	4,196.50	4,196.50	6,442.33	4,196.50	8,393.00	4,196.50	4,196.50	4,196.50	6,442.33	8,393.00		
Costo Total de Producción	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	33,073.14	42,255.74	48,737.58	53,058.81	54,703.87	58,460.34	77,924.06	54,139.11	57,380.03	59,540.65	67,667.55	82,785.44		
Planilla de mkt y ventas	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	5,341.00	5,341.00	5,341.00	5,341.00	8,199.33	5,341.00	10,682.00	5,341.00	5,341.00	5,341.00	8,199.33	10,682.00		
Plan de MKT	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	14,237.29	720.34	423.73	5,127.12	1,694.92	4,661.02	3,059.32	8,559.32	1,694.92	889.83	4,661.02	4,957.63		
Otros Gastos VTAS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70	4,716.70		
Planilla administrativa	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	4,360.00	4,360.00	4,360.00	4,360.00	6,693.33	4,360.00	8,720.00	4,360.00	4,360.00	4,360.00	6,693.33	8,720.00		
Gastos ADM	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38	1,148.38		
Total de Gastos ADM + VTAS	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	29,803.36	16,286.41	15,989.80	20,693.19	22,452.66	20,227.09	28,326.40	24,125.40	17,260.99	16,455.91	25,418.76	30,224.70		
Pago a cuenta de IR	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	-	809.54	1,137.22	1,368.52	1,522.72	1,426.34	1,715.46	2,120.24	1,561.27	1,676.91	1,754.01	1,888.94		
EGRESO MENSUAL	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	62,876.50	59,351.70	65,864.60	75,120.52	78,679.25	80,113.77	107,965.92	80,384.75	76,202.29	77,673.47	94,840.32	114,899.08		
Saldo Mensual	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	8,906.84	16,462.83	25,369.83	26,393.85	16,410.16	34,250.52	33,383.20	23,699.60	35,592.02	39,260.81	31,088.89	38,014.97		
Saldo Acumulado	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	8,906.84	7,555.99	32,925.82	59,319.67	75,729.83	109,980.35	143,363.55	167,063.15	202,655.17	241,915.97	273,004.86	311,019.84		

Fuente: Propia

Tabla 43:
Flujo del Capital de Trabajo.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021					
Unidades Producidas		120,579	123,134	125,689	128,244	130,799					
KW		S/.	8,906.84	S/.	9,095.57	S/.	9,284.29	S/.	9,473.02	S/.	9,661.75
Flujo de Kw		-S/.	8,906.84	-S/.	188.73	-S/.	188.73	-S/.	188.73	-S/.	188.73

Recup. KW	S/. 9,661.75
------------------	--------------

Fuente: Propia

7.1.4. Estructura de Inversiones

Las inversiones del proyecto están divididos en tres tipos: Activos Tangibles, Intangibles y Capital de Trabajo. Como se puede apreciar en el cuadro a continuación, la inversión inicial asciende a S/. 605,655.42.

Tabla 44:
Estructura de Inversiones.

INVERSIONES		MONTO	ESTRUCTURA
Activo Tangible	S/.	540,439.59	89.23%
Activo Intangible	S/.	56,308.99	9.30%
KW	S/.	8,906.84	1.47%
TOTAL	S/.	605,655.42	100%

Fuente: Propia

7.2. Financiamiento

7.2.1. Estructura de Financiamiento:

La estructura de Capital estará dividida en dos partes:

- El aporte de capital por parte de los accionistas
- Préstamo financiado por BCP: el cual cubrirá parte de la compra de los Activos Tangibles.

Tabla 45:
Financiamiento.

	INVERSIÓN TOTAL	MONTO C/ IGV
Préstamo	53.54%	S/. 324,263.75
Capital	46.46%	S/. 281,391.66
TOTAL	100%	S/. 605,655.42

Fuente: Propia

7.2.2. Fuentes de Financiamiento: Cronograma

Tabla 46:
Cronograma de Pago del Financiamiento.

BCP	
Préstamo	S/. 324,263.75
TEA	24%
TEM	1.81%
Periodo en años	4
Periodo mensual	48
TCEA	25.40%
TCEA mensual	1.90%

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓ N	SALDO DEUDOR	ESCUDO FISCAL
0				S/. 324,263.75	
1	S/ 10,366.26	S/ 6,174.16	S/. 4,192.10	S/. 320,071.65	S/. 1,667.02
2	S/ 10,366.26	S/ 6,094.34	S/. 4,271.92	S/. 315,799.73	S/. 1,645.47
3	S/ 10,366.26	S/ 6,013.00	S/. 4,353.26	S/. 311,446.47	S/. 1,623.51
4	S/ 10,366.26	S/ 5,930.11	S/. 4,436.15	S/. 307,010.31	S/. 1,601.13
5	S/ 10,366.26	S/ 5,845.64	S/. 4,520.62	S/. 302,489.70	S/. 1,578.32
6	S/ 10,366.26	S/ 5,759.57	S/. 4,606.69	S/. 297,883.00	S/. 1,555.08
7	S/ 10,366.26	S/ 5,671.85	S/. 4,694.41	S/. 293,188.60	S/. 1,531.40
8	S/ 10,366.26	S/ 5,582.47	S/. 4,783.79	S/. 288,404.81	S/. 1,507.27
9	S/ 10,366.26	S/ 5,491.38	S/. 4,874.88	S/. 283,529.93	S/. 1,482.67
10	S/ 10,366.26	S/ 5,398.56	S/. 4,967.70	S/. 278,562.23	S/. 1,457.61
11	S/ 10,366.26	S/ 5,303.98	S/. 5,062.28	S/. 273,499.95	S/. 1,432.07
12	S/ 10,366.26	S/ 5,207.59	S/. 5,158.67	S/. 268,341.28	S/. 1,406.05
13	S/ 10,366.26	S/ 5,109.36	S/. 5,256.90	S/. 263,084.38	S/. 1,379.53
14	S/ 10,366.26	S/ 5,009.27	S/. 5,356.99	S/. 257,727.39	S/. 1,352.50
15	S/ 10,366.26	S/ 4,907.27	S/. 5,458.99	S/. 252,268.40	S/. 1,324.96
16	S/ 10,366.26	S/ 4,803.33	S/. 5,562.93	S/. 246,705.46	S/. 1,296.90
17	S/ 10,366.26	S/ 4,697.41	S/. 5,668.85	S/. 241,036.61	S/. 1,268.30
18	S/ 10,366.26	S/ 4,589.47	S/. 5,776.79	S/. 235,259.82	S/. 1,239.16
19	S/ 10,366.26	S/ 4,479.47	S/. 5,886.79	S/. 229,373.03	S/. 1,209.46
20	S/ 10,366.26	S/ 4,367.39	S/. 5,998.87	S/. 223,374.16	S/. 1,179.19
21	S/ 10,366.26	S/ 4,253.16	S/. 6,113.10	S/. 217,261.06	S/. 1,148.35
22	S/ 10,366.26	S/ 4,136.77	S/. 6,229.49	S/. 211,031.57	S/. 1,116.93
23	S/ 10,366.26	S/ 4,018.15	S/. 6,348.10	S/. 204,683.46	S/. 1,084.90
24	S/ 10,366.26	S/ 3,897.28	S/. 6,468.98	S/. 198,214.49	S/. 1,052.27
25	S/ 10,366.26	S/ 3,774.11	S/. 6,592.15	S/. 191,622.34	S/. 981.27
26	S/ 10,366.26	S/ 3,648.59	S/. 6,717.67	S/. 184,904.67	S/. 948.63
27	S/ 10,366.26	S/ 3,520.68	S/. 6,845.58	S/. 178,059.10	S/. 915.38

28	S/. 10,366.26	S/. 3,390.34	S/.	6,975.92	S/.	171,083.18	S/.	881.49
29	S/. 10,366.26	S/. 3,257.52	S/.	7,108.74	S/.	163,974.43	S/.	846.95
30	S/. 10,366.26	S/. 3,122.16	S/.	7,244.10	S/.	156,730.34	S/.	811.76
31	S/. 10,366.26	S/. 2,984.23	S/.	7,382.03	S/.	149,348.31	S/.	775.90
32	S/. 10,366.26	S/. 2,843.67	S/.	7,522.59	S/.	141,825.72	S/.	739.35
33	S/. 10,366.26	S/. 2,700.44	S/.	7,665.82	S/.	134,159.90	S/.	702.11
34	S/. 10,366.26	S/. 2,554.48	S/.	7,811.78	S/.	126,348.12	S/.	664.16
35	S/. 10,366.26	S/. 2,405.74	S/.	7,960.52	S/.	118,387.59	S/.	625.49
36	S/. 10,366.26	S/. 2,254.16	S/.	8,112.10	S/.	110,275.50	S/.	586.08
37	S/. 10,366.26	S/. 2,099.70	S/.	8,266.55	S/.	102,008.94	S/.	545.92
38	S/. 10,366.26	S/. 1,942.31	S/.	8,423.95	S/.	93,584.99	S/.	505.00
39	S/. 10,366.26	S/. 1,781.91	S/.	8,584.35	S/.	85,000.64	S/.	463.30
40	S/. 10,366.26	S/. 1,618.46	S/.	8,747.80	S/.	76,252.83	S/.	420.80
41	S/. 10,366.26	S/. 1,451.90	S/.	8,914.36	S/.	67,338.47	S/.	377.49
42	S/. 10,366.26	S/. 1,282.16	S/.	9,084.10	S/.	58,254.37	S/.	333.36
43	S/. 10,366.26	S/. 1,109.19	S/.	9,257.07	S/.	48,997.31	S/.	288.39
44	S/. 10,366.26	S/. 932.94	S/.	9,433.32	S/.	39,563.98	S/.	242.56
45	S/. 10,366.26	S/. 753.32	S/.	9,612.94	S/.	29,951.04	S/.	195.86
46	S/. 10,366.26	S/. 570.28	S/.	9,795.98	S/.	20,155.06	S/.	148.27
47	S/. 10,366.26	S/. 383.76	S/.	9,982.50	S/.	10,172.57	S/.	99.78
48	S/. 10,366.26	S/. 193.69	S/.	10,172.57	S/.	0.00	S/.	50.36

Fuente Propia

Tabla 47:
Cuadro resumen de la deuda.

CUADRO RESUMEN						
	2018	2019	2020	2021		
Principal	S/. 55,922.48	S/. 70,126.79	S/. 87,938.99	S/. 110,275.50		
Interés	S/. 68,472.64	S/. 54,268.33	S/. 36,456.12	S/. 14,119.62		
Cuota	S/. 124,395.12	S/. 124,395.12	S/. 124,395.12	S/. 124,395.12		
Escudo Fiscal	S/. 18,487.61	S/. 14,652.45	S/. 9,478.59	S/. 3,671.10		

Fuente: Propia

CAPÍTULO VIII: ESTUDIO DE INGRESOS Y COSTOS

8.1. Ingresos Anuales

8.1.1. Ingresos por Ventas

Tabla 48:

Ingresos por Ventas de cada plato.

LOMO STROGONOF	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	12,242	12,501	12,760	13,020	13,279
Valor de venta	S/. 11.86				
INGRESO POR VTAS S/ IG	S/. 145,240.16	S/. 148,317.69	S/. 151,395.22	S/. 154,472.75	S/. 157,550.28

AJI DE GALLINA	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,334	11,575	11,815	12,055	12,295
Valor de venta	S/. 11.02				
INGRESO POR VTAS S/ IG	S/. 124,871.12	S/. 127,517.04	S/. 130,162.96	S/. 132,808.89	S/. 135,454.81

CORDON BLEU	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,323	11,563	11,803	12,043	12,283
Valor de venta	S/. 11.02				
INGRESO POR VTAS S/ IG	S/. 124,744.60	S/. 127,387.84	S/. 130,031.09	S/. 132,674.33	S/. 135,317.57

LASAGNA DE RICOTTA CON ESPINACA	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,805	12,055	12,306	12,556	12,806
Valor de venta	S/. 11.86				
INGRESO POR VTAS S/ IG	S/. 140,062.75	S/. 143,030.57	S/. 145,998.39	S/. 148,966.22	S/. 151,934.04

ARROZ CHAUFA DE CERDO	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	12,115	12,372	12,629	12,885	13,142
Valor de venta	S/. 10.17				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	\$ 123,206.95	\$ 125,817.61	\$ 128,428.27	\$ 131,038.93	\$ 133,649.59
RISOTTO DE REMOLACHA	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,105	11,340	11,575	11,811	12,046
Valor de venta	S/. 11.86				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	S/. 131,751.63	S/. 134,543.35	S/. 137,335.06	S/. 140,126.78	S/. 142,918.50
BISTEC CON TALLARINES	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,702	11,950	12,198	12,446	12,694
Valor de venta	S/. 11.02				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	\$ 128,919.62	\$ 131,651.33	\$ 134,383.04	\$ 137,114.75	\$ 139,846.46
PICANTE DE CARNE	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,047	11,281	11,516	11,750	11,984
Valor de venta	S/. 10.17				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	\$ 112,346.05	\$ 114,726.58	\$ 117,107.10	\$ 119,487.63	\$ 121,868.16
RAVIOLES CON CAMOTE	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	11,415	11,657	11,899	12,140	12,382
Valor de venta	S/. 11.86				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	S/. 135,430.32	S/. 138,299.99	S/. 141,169.65	S/. 144,039.32	S/. 146,908.98
ESCABECHE DE POLLO	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	10,749	10,977	11,204	11,432	11,660
Valor de venta	S/. 11.02				
INGRESO POR VTAS S/ IGV	S/. 118,418.81	S/. 120,928.01	S/. 123,437.22	S/. 125,946.42	S/. 128,455.63

Fuente: Propia

Tabla 49:
Ingreso por Ventas en General

PRODUCTOS	2017	2018	2019	2020	2021
LOMO STROGONOF	S/. 145,240.16	S/. 148,317.69	S/. 151,395.22	S/. 154,472.75	S/. 157,550.28
AJI DE GALLINA	S/. 124,871.12	S/. 127,517.04	S/. 130,162.96	S/. 132,808.89	S/. 135,454.81
CORDON BLEU	S/. 124,744.60	S/. 127,387.84	S/. 130,031.09	S/. 132,674.33	S/. 135,317.57
LASAGNA DE RICOTTA CON ESPINACA	S/. 140,062.75	S/. 143,030.57	S/. 145,998.39	S/. 148,966.22	S/. 151,934.04
ARROZ CHAUFA DE CERDO	S/. 123,206.95	S/. 125,817.61	S/. 128,428.27	S/. 131,038.93	S/. 133,649.59
RISOTTO DE REMOLACHA	S/. 131,751.63	S/. 134,543.35	S/. 137,335.06	S/. 140,126.78	S/. 142,918.50
BISTEC CON TALLARINES	S/. 128,919.62	S/. 131,651.33	S/. 134,383.04	S/. 137,114.75	S/. 139,846.46
PICANTE DE CARNE	S/. 112,346.05	S/. 114,726.58	S/. 117,107.10	S/. 119,487.63	S/. 121,868.16
RAVIOLES CON CAMOTE	S/. 135,430.32	S/. 138,299.99	S/. 141,169.65	S/. 144,039.32	S/. 146,908.98
ESCABECHE DE POLLO	S/. 118,418.81	S/. 120,928.01	S/. 123,437.22	S/. 125,946.42	S/. 128,455.63
INGRESO POR VTAS S/ IGV	S/.1,284,992.00	S/. 1,312,220.00	S/. 1,339,448.01	S/.1,366,676.01	S/.1,393,904.01
INGRESO POR VTAS C/ IGV	S/.1,516,290.56	S/. 1,548,419.60	S/. 1,580,548.65	S/.1,612,677.69	S/.1,644,806.73
IGV	S/. 231,298.56	S/. 236,199.60	S/. 241,100.64	S/. 246,001.68	S/. 250,902.72

Fuente: Propia

8.2. Costos y Gastos Anuales

8.2.1. Egresos Desembolsables

Tabla 50:
Egresos desembolsables.

EGRESOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 518,046.05	S/. 520,559.82	S/. 531,357.49	S/. 542,155.16	S/. 552,952.83
MOD	S/. 59,136.00				
CIF	S/. 112,544.28	S/. 113,012.71	S/. 113,481.14	S/. 113,949.58	S/. 114,418.01
Costo de Producción	S/. 689,726.32	S/. 692,708.53	S/. 703,974.63	S/. 715,240.74	S/. 726,506.85
Gastos ADM	S/. 79,487.19				
Gastos VTAS	S/. 187,777.48	S/. 189,199.68	S/. 190,621.88	S/. 192,044.08	S/. 193,466.28
Gastos Operativos	S/. 267,264.67	S/. 268,686.87	S/. 270,109.07	S/. 271,531.27	S/. 272,953.47
COSTOS TOTALES	S/. 956,991.00	S/. 961,395.40	S/. 974,083.70	S/. 986,772.01	S/. 999,460.31

Elaboración: Propia

8.2.1.1. Presupuesto de Mano de Obra

Tabla 51:
Mano de Obra Indirecta.

MOI	2017	2018	2019	2020	2021
CHEF EJECUTIVO	S/. 49,280.00				
STEWARDS	S/. 13,962.67				
	S/. 63,242.67				
MOD	2017	2018	2019	2020	2021
COCINEROS	S/. 59,136.00				
Adm. Y Ventas	2017	2018	2019	2020	2021
AREA DE ADMINISTRACION	S/. 65,706.67				
AREA DE MARKETING Y VENTAS	S/. 80,490.67				
	S/. 146,197.33				

Fuente: Propia

Tabla 52:
Colaboradores.

COLABORADORES	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BRUTA MENSUAL (S/.)	COSTO DEL EMPLEADOR
Asesor contable	1	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Total	1	S/. 500.00	S/. 6,000.00

Fuente: Propia

8.2.1.2. Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación:

Tabla 53:
Costos Indirectos de Fabricación con y sin IGV.

2017	2018	2019	2020	2021
120579	123134	125689	128244	130799
Incremento	2.12%	2.07%	2.03%	1.99%

NOMBRE	2017	2018	2019	2020	2021
CIF Variables	S/.26,086.49	S/.26,639.24	S/.27,192.00	S/.27,744.75	S/.28,297.50
Luz	S/.20,686.49	S/.21,124.82	S/.21,563.15	S/.22,001.49	S/.22,439.82
Agua	S/. 5,400.00	S/. 5,514.42	S/. 5,628.84	S/. 5,743.27	S/. 5,857.69
CIF Fijo	S/.38,563.39	S/.38,563.39	S/.38,563.39	S/.38,563.39	S/.38,563.39
Alquiler 140 m2 mensual (Ate Vitarte)	S/.28,314.00	S/.28,314.00	S/.28,314.00	S/.28,314.00	S/.28,314.00
Uniformes	S/. 2,280.00	S/. 2,280.00	S/.2,280.00	S/.2,280.00	S/. 2,280.00
Otros Gastos (proporcional)	S/. 265.50				
Artículos de Limpieza (proporcional)	S/. 1,229.91	S/. 1,229.91	S/. 1,229.91	S/. 1,229.91	S/.1,229.91
Depreciación	S/. 6,473.98	S/. 6,473.98	S/. 6,473.98	S/. 6,473.98	S/.6,473.98
MOI	S/.63,242.67	S/.63,242.67	S/.63,242.67	S/.63,242.67	S/.63,242.67
CIF Con IGV	S/.127,892.55	S/.128,445.30	S/.128,998.05	S/.129,550.81	S/.130,103.56

NOMBRE	2017	2018	2019	2020	2021
CIF Variables	S/.22,107.20	S/.22,575.63	S/.23,044.07	S/.23,512.50	S/.23,980.94
Luz	S/.17,530.93	S/.17,902.39	S/.18,273.86	S/.18,645.33	S/.19,016.79
Agua	S/. 4,576.27	S/. 4,673.24	S/. 4,770.21	S/. 4,867.17	S/. 4,964.14
CIF Fijo	S/.33,668.39	S/.33,668.39	S/.33,668.39	S/.33,668.39	S/.33,668.39
Alquiler 200 m2 mensual (Ate Vitarte)	S/. 23,994.92	S/.23,994.92	S/23,994.92	S/.23,994.92	S/.23,994.92
Uniformes (producción)	S/. 1,932.20	S/. 1,932.20	S/. 1,932.20	S/. 1,932.20	S/.1,932.20
Otros Gastos (proporcional)	S/. 225.00				
Útiles de Limpieza (proporcional)	S/. 1,042.30				
Depreciación	S/. 6,473.98				
MOI	S/. 63,242.67	S/.63,242.67	S/.63,242.67	S/.63,242.67	S/ 63,242.67
CIF Sin IGV	S/.119,018.26	S/.119,486.69	S/.119,955.13	S/.120,423.56	S/.120,892.00
IGV CIF	S/.8,874.29	S/. 8,958.61	S/. 9,042.93	S/. 9,127.24	S/. 9,211.56

Fuente: Propia

8.2.1.3. Presupuesto de Gastos de Administración:

Tabla 54:
Gastos de Administración sin IGV.

GASTOS ADMINISTRATIVOS (sin IGV)	2017	2018	2019	2020	2021
Planilla	S/. 65,706.67				
Honorarios (contador)	S/. 6,000.00				
Alquiler (proporcional)	S/. 5,453.39				
Luz (proporcional)	S/. 1,008.03				
Agua (proporcional)	S/. 169.49				
Internet y Teléfono	S/. 451.69				
Útiles de oficina (proporcional)	S/. 347.40				
Útiles de Limpieza (proporcional)	S/. 236.89				
Otros Gastos	S/. 113.63				
Amortización	S/. 5,221.86				
Depreciación	S/. 12,533.90				
TOTAL S/ IGV	S/. 97,242.95				

Fuente: Propia

8.2.1.4. Presupuesto de Gasto de Marketing y Ventas:

Tabla 55:
Gastos de Marketing y Ventas sin IGV.

GASTO DE VENTAS (sin IGV)	2017	2018	2019	2020	2021
Planilla	S/. 80,490.67				
Comisión POS Visa (tarjetas crédito)	S/. 4,906.10	S/. 5,010.06	S/. 5,114.01	S/. 5,217.97	S/. 5,321.93
Comisión POS Visa (tarjetas débito)	S/. 11,526.38	S/. 11,770.61	S/. 12,014.85	S/. 12,259.08	S/. 12,503.32
Plan de MKT	S/. 50,686.44	S/. 51,760.45	S/. 52,834.45	S/. 53,908.46	S/. 54,982.47
Gasolina del Vehículo	S/. 4,893.39				
Alquiler (LOCAL PRODUCCION)	S/. 14,178.81				

Alquiler (punto de venta)	S/. 14,943.46	S/. 14,943.46	S/. 14,943.46	S/. 14,943.46	S/. 14,943.46
Luz	S/. 2,620.87	S/. 2,620.87	S/. 2,620.87	S/. 2,620.87	S/. 2,620.87
Agua	S/. 440.68	S/. 440.68	S/. 440.68	S/. 440.68	S/. 440.68
Internet + Teléfono	S/. 1,174.41	S/. 1,174.41	S/. 1,174.41	S/. 1,174.41	S/. 1,174.41
Útiles de oficina	S/. 903.23	S/. 903.23	S/. 903.23	S/. 903.23	S/. 903.23
Útiles de limpieza	S/. 615.90	S/. 615.90	S/. 615.90	S/. 615.90	S/. 615.90
Uniformes	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69
Otros Gastos	S/. 295.45	S/. 295.45	S/. 295.45	S/. 295.45	S/. 295.45
Amortización	S/. 4,322.03	S/. 4,322.03	S/. 4,322.03	S/. 4,322.03	S/. 4,322.03
Depreciación	S/. 61,525.42	S/. 61,525.42	S/. 61,525.42	S/. 61,525.42	S/. 61,525.42
TOTAL S/ IGV	S/.253,624.94	S/. 255,047.14	S/. 256,469.34	S/. 257,891.54	S/.259,313.74

Fuente: Propia.

8.2.2. Egresos No Desembolsables

8.2.2.1. Depreciación

Tabla 56:
Depreciación de Activos Tangibles.

ACTIVO TANGIBLE	CANTIDAD	VAL. ADQUISICIÓN	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM.	VAL. LIBROS	% VAL COMERCIAL	VAL. COMERCIAL	Utilidad antes de impuestos	IR / ESC. FISCAL (26%)	VAL. SALVAMENTO
Producción												
Cocina de 3 hornillas	3	S/. 2,542.37	10%	10	S/. 254.24	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	60%	S/. 1,525.42	S/. 254.24	-S/. 66.10	S/. 1,459.32
Campana extractora	1	S/. 2,095.76	10%	10	S/. 209.58	S/. 1,047.88	S/. 1,047.88	60%	S/. 1,257.46	S/. 209.58	-S/. 54.49	S/. 1,202.97
Abatidor (Cap. 15 bandejas)	3	S/. 35,593.22	10%	10	S/. 3,559.32	S/. 17,796.61	S/. 17,796.61	65%	S/. 23,135.59	S/. 5,338.98	-S/. 1,388.14	S/. 21,747.46
Lavadero de 2 pozas	1	S/. 1,101.69	10%	10	S/. 110.17	S/. 550.85	S/. 550.85	40%	S/. 440.68	-S/. 110.17	S/. 28.64	S/. 469.32
Congeladora	3	S/. 15,254.24	10%	10	S/. 1,525.42	S/. 7,627.12	S/. 7,627.12	45%	S/. 6,864.41	-S/. 762.71	S/. 198.31	S/. 7,062.71
Refrigeradora	2	S/. 8,152.54	10%	10	S/. 815.25	S/. 4,076.27	S/. 4,076.27	45%	S/. 3,668.64	-S/. 407.63	S/. 105.98	S/. 3,774.63
Administración												
Caja fuerte	1	S/. 1,271.19	10%	10	S/. 127.12	S/. 635.59	S/. 635.59	40%	S/. 508.47	-S/. 127.12	S/. 33.05	S/. 541.53
Computadora	1	S/. 2,033.90	25%	4	S/. 508.47	S/. 2,033.90	S/. 0.00	20%	S/. 406.78	S/. 406.78	-S/. 105.76	S/. 301.02
Camión con frigorífico	1	S/. 59,491.53	20%	5	S/. 11,898.31	S/. 59,491.53	S/. 0.00	60%	S/. 35,694.92	S/. 35,694.92	-S/. 9,280.68	S/. 26,414.24
Ventas												
Computadora	1	S/. 2,033.90	25%	4	S/. 508.47	S/. 2,033.90	S/. 0.00	20%	S/. 406.78	S/. 406.78	-S/. 105.76	S/. 301.02
Máquinas expendedoras	8	S/. 305,084.75	20%	5	S/. 61,016.95	S/. 305,084.75	S/. 0.00	30%	S/. 91,525.42	S/. 91,525.42	-S/. 23,796.61	S/. 67,728.81

TOTAL	25	S/. 434,655.08	S/. 80,533.31	S/. 401,649.58	S/. 33,005.51	S/. 165,434.58	S/. 132,429.07	-S/. 34,431.56	S/. 131,003.02
--------------	-----------	---------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

	VAL. ADQUISICIÓN	DEP. ANIUAL	DEP. ACUM	VAL. LIBROS	VAL. COMERCIAL	Utilidad Antes de impuestos	IR / ESC. FISCAL (26%)	VAL. SALVAMENTO NETO
Producción	S/. 64,739.83	S/. 6,473.98	S/. 32,369.92	S/. 32,369.92	S/. 36,892.20	S/. 4,522.29	-S/. 1,175.79	S/. 35,716.41
Administración	S/. 62,796.61	S/. 12,533.90	S/. 62,161.02	S/. 635.59	S/. 36,610.17	S/. 35,974.58	-S/. 9,353.39	S/. 27,256.78
Ventas	S/. 307,118.64	S/. 61,525.42	S/. 307,118.64	S/. 0.00	S/. 91,932.20	S/. 91,932.20	-S/. 23,902.37	S/. 68,029.83
TOTAL	S/. 434,655.08	S/. 80,533.31	S/. 401,649.58	S/. 33,005.51	S/. 165,434.58	S/. 132,429.07	-S/. 34,431.56	S/. 131,003.02
							IGV	S/. 29,778.22
							VAL. SALVAMENTO C/IGV	S/. 160,781.24

Fuente: Propia

8.2.2.2. Amortización

Tabla 57:
Amortización de Activos Intangibles.

AMORTIZACION ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES							
CONCEPTO	VALOR (\$)	PLAZO	2017	2018	2019	2020	2021
Registro de marca	S/. 1,440.67	5	S/. 288.13				
Licencias	S/. 1,712.71	5	S/. 342.54				
Gastos pre - operativos	S/. 7,432.20	5	S/. 1,486.44				
Mkt pre - operativo	S/. 21,610.17	5	S/. 4,322.03				
Microsoft, antivirus, software	S/. 6,454.24	5	S/. 1,290.85				
Inmuebles	S/. 9,069.49	5	S/. 1,813.90				
TOTAL	S/. 47,719.48		S/. 9,543.90				
ACTIVOS INTANGIBLES	MONTO	2017	2018	2019	2020	2021	
Administrativos	S/. 26,109.31	S/. 5,221.86					
Ventas	S/. 21,610.17	S/. 4,322.03					
TOTAL	S/. 47,719.48	S/. 9,543.90					

Fuente: Propia

8.2.3. Costos Totales y Unitarios:

Tabla 58:

Costo de Producción Unitario y totales

LOMO STROGONOF					
COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 5.66	S/. 5.66	S/. 5.66	S/. 5.66	S/. 5.66
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 7.14	S/. 7.11	S/. 7.09	S/. 7.06	S/. 7.04
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 10.05	S/. 9.97	S/. 9.90	S/. 9.83	S/. 9.76
Valor de venta	S/. 11.86	S/. 11.86	S/. 11.86	S/. 11.86	S/. 11.86
Margen de Utilidad	18.06%	18.96%	19.83%	20.68%	21.51%

AJI DE GALLINA					
COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 3.96				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.44	S/. 5.42	S/. 5.39	S/. 5.36	S/. 5.34
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.35	S/. 8.28	S/. 8.20	S/. 8.13	S/. 8.07
Valor de venta	S/. 11.02				
Margen de Utilidad	31.91%	33.11%	34.29%	35.44%	36.57%

CORDON BLEU DE POLLO					
COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 4.49				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.97	S/. 5.94	S/. 5.91	S/. 5.89	S/. 5.86
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.88	S/. 8.80	S/. 8.73	S/. 8.66	S/. 8.59

Valor de venta	S/. 11.02				
Margen de Utilidad	24.12%	25.19%	26.23%	27.25%	28.24%

LASAGNA DE RICOTTA CON ESPINACA

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 5.31				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 6.79	S/. 6.76	S/. 6.74	S/. 6.71	S/. 6.69
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 9.70	S/. 9.62	S/. 9.55	S/. 9.48	S/. 9.41
Valor de venta	S/. 11.86				
Margen de Utilidad	22.33%	23.30%	24.23%	25.15%	26.04%

ARROZ CHAUFA DE CERDO

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 4.31	S/. 4.31	S/. 4.31	S/. 4.31	S/. 4.31
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.79	S/. 5.76	S/. 5.73	S/. 5.71	S/. 5.69
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.70	S/. 8.62	S/. 8.55	S/. 8.48	S/. 8.41
Valor de venta	S/. 10.17	#####	S/. 10.17	S/. 10.17	S/. 10.17
Margen de Utilidad	16.94%	17.96%	18.96%	19.94%	20.90%

RISSOTTO DE REMOLACHA

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 4.56				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 6.04	S/. 6.01	S/. 5.98	S/. 5.96	S/. 5.94
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.95	S/. 8.87	S/. 8.80	S/. 8.73	S/. 8.66

Valor de venta	S/. 11.86				
Margen de Utilidad	32.60%	33.73%	34.84%	35.91%	36.96%

BISTEC CON TALLARINES AL POMODORO

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 3.89				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.37	S/. 5.34	S/. 5.32	S/. 5.29	S/. 5.27
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.28	S/. 8.20	S/. 8.13	S/. 8.06	S/. 7.99
Valor de venta	S/. 11.02				
Margen de Utilidad	33.10%	34.32%	35.52%	36.70%	37.84%

PICANTE DE CARNE

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 4.08				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.56	S/. 5.54	S/. 5.51	S/. 5.49	S/. 5.46
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.47	S/. 8.40	S/. 8.32	S/. 8.25	S/. 8.19
Valor de venta	S/. 10.17				
Margen de Utilidad	20.03%	21.11%	22.17%	23.20%	24.21%

RAVIOLES DE CAMOTE CON SALSA BLANCA DE CEBOLLA

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 5.09				
MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 6.57	S/. 6.54	S/. 6.52	S/. 6.49	S/. 6.47
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 9.48	S/. 9.40	S/. 9.33	S/. 9.26	S/. 9.20
Valor de venta	S/. 11.86				
Margen de Utilidad	25.15%	26.16%	27.14%	28.10%	29.03%

ESCABECHE DE POLLO

COSTOS UNITARIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 3.71				

MOD	S/. 0.49	S/. 0.48	S/. 0.47	S/. 0.46	S/. 0.45
CIF	S/. 0.99	S/. 0.97	S/. 0.95	S/. 0.94	S/. 0.92
Costo de Producción Unitario	S/. 5.19	S/. 5.16	S/. 5.14	S/. 5.11	S/. 5.09
Gastos ADM	S/. 0.81	S/. 0.79	S/. 0.77	S/. 0.76	S/. 0.74
Gastos VTAS	S/. 2.10	S/. 2.07	S/. 2.04	S/. 2.01	S/. 1.98
Gastos Operativos	S/. 2.91	S/. 2.86	S/. 2.81	S/. 2.77	S/. 2.73
Costo Total Unitario	S/. 8.10	S/. 8.03	S/. 7.95	S/. 7.88	S/. 7.82
Valor de venta	S/.11.02	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02	S/. 11.02
Margen de Utilidad	35.99%	37.27%	38.53%	39.75%	40.95%

Fuente: Propia

CAPÍTULO IX: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

9.1. Estados de Ganancias y Pérdidas Proyectado

Tabla 59:
Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado.

AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	S/. 1,284,992.00	S/. 1,312,220.00	S/. 1,339,448.01	S/. 1,366,676.01	S/.1,393,904.01
Costo de ventas					
Costo Materia prima y Materiales	S/. 509,582.82	S/. 520,380.49	S/. 531,178.16	S/. 541,975.83	S/. 552,773.50
MOD	S/. 59,136.00	S/. 59,136.00	S/. 59,136.00	S/. 59,136.00	S/. 59,136.00
CIF Total	S/. 119,018.26	S/. 119,486.69	S/. 119,955.13	S/. 120,423.56	S/. 120,892.00
Costo Total de Ventas	S/. 687,737.07	S/. 699,003.18	S/. 710,269.29	S/. 721,535.39	S/. 732,801.50
Utilidad Bruta	S/. 597,254.93	S/. 613,216.82	S/. 629,178.72	S/. 645,140.61	S/. 661,102.51
Gastos operativos					
Gastos ADM	S/. 97,242.95	S/. 97,242.95	S/. 97,242.95	S/. 97,242.95	S/. 97,242.95
Gastos VTAS	S/. 253,624.94	S/. 255,047.14	S/. 256,469.34	S/. 257,891.54	S/. 259,313.74
Total Gastos Operativos	S/. 350,867.89	S/. 352,290.09	S/. 353,712.29	S/. 355,134.49	S/. 356,556.69
Utilidad Operativa	S/. 246,387.04	S/. 260,926.73	S/. 275,466.43	S/. 290,006.13	S/. 304,545.82
Gastos Financieros	S/. 68,472.64	S/. 54,268.33	S/. 36,456.12	S/. 14,119.62	S/. -
Utilidad Antes de Impuestos	S/. 177,914.40	S/. 206,658.41	S/. 239,010.31	S/. 275,886.51	S/. 304,545.82
Impuesto a la Renta	S/. 48,036.89	S/. 55,797.77	S/. 62,142.68	S/. 71,730.49	S/. 79,181.91
Utilidad Neta	S/. 129,877.51	S/. 150,860.64	S/. 176,867.63	S/. 204,156.02	S/. 225,363.91

Fuente: Propia

9.2. Liquidación del IGV

Tabla 60:
Liquidación del IGV.

LIQUIDACIÓN IGV	2015	2016	2017	2018	2019	2020
IGV Ingresos		S/. 231,298.56	S/. 236,199.60	S/. 241,100.64	S/. 246,001.68	S/. 250,902.72
IGV VSC						S/. 29,778.22
IGV Inversiones	-S/. 91,029.44					
IGV Costos Operación		-S/. 112,697.18	-S/. 113,388.63	-S/. 115,460.12	-S/. 117,531.61	-S/. 119,603.11
Diferencia	-S/. 91,029.44	S/. 118,601.38	S/. 122,810.97	S/. 125,640.52	S/. 128,470.07	S/. 161,077.84
Crédito Tributario	-S/. 91,029.44	S/.	-			
TOTAL IGV A PAGAR	S/.	-	S/. 27,571.93	S/. 122,810.97	S/. 125,640.52	S/. 128,470.07

Fuente: Propia

9.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo

Tabla 61:
Flujo de Caja Operativo.

CONCEPTO / AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos		S/. 1,516,290.56	S/. 1,548,419.60	S/. 1,580,548.65	S/. 1,612,677.69	S/. 1,644,806.73
Egresos						
Costos de materia prima		S/. 604,114.67	S/. 607,042.24	S/. 619,633.77	S/. 632,225.29	S/. 644,816.82
Mano de obra directa		S/. 59,136.00				
CIF Total		S/. 121,418.56	S/. 121,971.32	S/. 122,524.07	S/. 123,076.82	S/. 123,629.58
Gastos ADM y VTAS		S/. 285,018.95	S/. 286,634.47	S/. 288,249.99	S/. 289,865.51	S/. 291,481.03
Impuesto a la Renta		S/. 66,524.50	S/. 70,450.22	S/. 71,621.27	S/. 75,401.59	S/. 79,181.91
Liquidación del IGV		S/. 27,571.93	S/. 122,810.97	S/. 125,640.52	S/. 128,470.07	S/. 161,077.84
Total de egresos		S/. 1,163,784.61	S/. 1,268,045.22	S/. 1,286,805.62	S/. 1,308,175.28	S/. 1,359,323.17
FLUJO CAJA OPERATIVO		S/. 352,505.95	S/. 280,374.39	S/. 293,743.03	S/. 304,502.41	S/. 285,483.56
FLUJO INVERSIONES	-S/.	605,655.42	-S/.	188.73	-S/.	188.73
FLUJO CAJA ECONÓMICO	-S/.	605,655.42	S/.	352,317.22	S/.	280,185.66
				S/.	293,554.30	S/.
					S/.	304,313.68
						S/.
						455,926.55

Fuente: Propia

9.4. Flujo de Capital proyectado:

Tabla 62:
Flujo de Caja Operativo

CONCEPTO / AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Activos Fijos Tangibles	-S/. 540,439.59					
Activos Intangibles	-S/. 56,308.99					
KW	-S/. 8,906.84	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	
Valor de salvamento						S/. 160,781.24
Recup. KW						S/. 9,661.75
FLUJO INVERSIONES	-S/. 605,655.42	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	S/. 170,442.99

Fuente: Propia

9.5. Flujo de Caja proyectado Económico

Tabla 63:
Flujo de Caja Económico.

CONCEPTO / AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de Caja Operativo		S/. 352,505.95	S/. 280,374.39	S/. 293,743.03	S/. 304,502.41	S/. 285,483.56
Flujo de Capital	-S/. 605,655.42	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	-S/. 188.73	S/. 170,442.99
FLUJO CAJA ECONÓMICO	-S/. 605,655.42	S/. 352,317.22	S/. 280,185.66	S/. 293,554.30	S/. 304,313.68	S/. 455,926.55

Fuente: Propia

9.6. Flujo de Servicio de la Deuda:

Tabla 64:
Flujo de Caja Financiero.

CONCEPTO / AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Préstamo	S/. 324,263.75					
Cuota Total		-S/. 124,395.12	-S/. 124,395.12	-S/. 124,395.12	-S/. 124,395.12	S/. -
Escudo Fiscal		S/. 18,487.61	S/. 14,652.45	S/. 9,478.59	S/. 3,671.10	S/. -
FLUJO SERV. DE DEUDA	S/. 324,263.75	-S/. 105,907.50	-S/. 109,742.67	-S/. 114,916.52	-S/. 120,724.01	S/. -

Fuente: Propia

9.7. Flujo de Caja Financiera:

Tabla 65:
Flujo de Caja Financiero.

CONCEPTO / AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de Caja Económico	-S/. 605,655.42	S/. 352,317.22	S/. 280,185.66	S/. 293,554.30	S/. 304,313.68	S/. 455,926.55
Flujo del Servicio a la Deuda	S/. 324,263.75	-S/. 105,907.50	-S/. 109,742.67	-S/. 114,916.52	-S/. 120,724.01	S/. -
FLUJO CAJA FINANCIERO	-S/. 281,391.66	S/. 246,409.72	S/. 170,442.99	S/. 178,637.78	S/. 183,589.66	S/. 455,926.55
S.INICIAL	S/. 281,391.66	S/. -	S/. 246,409.72	S/. 416,852.71	S/. 595,490.48	S/. 779,080.15
S.FINAL	S/. -	S/. 246,409.72	S/. 416,852.71	S/. 595,490.48	S/. 779,080.15	S/. 1,235,006.70

Fuente: Propia

9.8. Balance General:

Tabla 66:
Balance General.

Fuente: Propia

BALANCE	2016	2017	2018	2019	2020	2021
EFFECTIVO	S/. -	S/. 246,409.72	S/. 416,852.71	S/. 595,490.48	S/. 779,080.15	S/. 1,235,006.70
INVENTARIOS		S/. 8,463.23	S/. 8,642.56	S/. 8,821.89	S/. 9,001.22	S/. 9,180.55
CREDITO FISCAL	S/. 91,029.44	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 8,906.84	S/. 9,095.57	S/. 9,284.29	S/. 9,473.02	S/. 9,661.75	
ACTIVOS TANGIBLES	S/. 457,999.65	S/. 457,999.65	S/. 457,999.65	S/. 457,999.65	S/. 457,999.65	S/. 457,999.65
DEPRECIACION ACUMULADA	S/. -	-S/. 80,533.31	-S/. 161,066.61	-S/. 241,599.92	-S/. 322,133.22	-S/. 402,666.53
ACTIVOS INTANGIBLES	S/. 47,719.48	S/. 47,719.48	S/. 47,719.48	S/. 47,719.48	S/. 47,719.48	S/. 47,719.48
AMORTIACION ACUMULADA	S/. -	-S/. 9,543.90	-S/. 19,087.79	-S/. 28,631.69	-S/. 38,175.59	-S/. 47,719.48
TOTAL DE ACTIVOS	S/. 605,655.42	S/. 679,610.45	S/. 760,344.30	S/. 849,272.93	S/. 943,153.45	S/. 1,299,520.38
PRESTAMO	S/. 324,263.75	S/. 268,341.28	S/. 198,214.49	S/. 110,275.50	S/. 0.00	S/. 0.00
CAPITAL PROPIO	S/. 281,391.66	S/. 281,391.66	S/. 281,391.66	S/. 281,391.66	S/. 281,391.66	S/. 281,391.66
UTILIDAD NETA	S/. -	S/. 129,877.51	S/. 150,860.64	S/. 176,867.63	S/. 204,156.02	S/. 356,366.93
RESULTADOS ACUMULADOS	S/. -	S/. -	S/. 129,877.51	S/. 280,738.15	S/. 457,605.77	S/. 661,761.79
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	S/. 605,655.42	S/. 679,610.45	S/. 760,344.30	S/. 849,272.93	S/. 943,153.45	S/. 1,299,520.38

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

10.1. Cálculo de la Tasa de Descuento

10.1.1. Datos a utilizar:

Tabla 67:
Datos a utilizar en el cálculo del COK y el WACC.

CONCEPTO	Tasa %
Tasa Libre de Riesgo E.E.U.U.	5.23%
Rendimiento del Mercado E.E.U.U.	11.41%
Tasa de descuento nominal E.E.U.U.	13.46%
Beta desapalancada	0.72
Beta apalancada	1.33
Inflación EE. UU.	1.97%
Inflación de Perú	3.07%
Riesgo País Perú	1.90%
Tasa Impositiva Perú (IR)	27.00%
Costo Promedio de Deuda (Kd)	20.31%

CÁLCULO DEL COSTO PROMEDIO DE DEUDA

CONCEPTO	Kd
TEA	24.00%
TOTAL	24.00%
Kd Real	20.31%

APALANCADO

CÁLCULO DEL COK

COK Nominal USA	13.46%
COK Real USA	11.27%
COK Real Peru	13.17%
COK del proyecto	13.17%

CONCEPTO	TASA
COK Real Perú	13.17%
Costo Deuda (Kd Real)	20.31%
Razón Capital C/(D+C)	46.46%
Razón Endeudamiento D/(D+C)	53.54%
Impuesto a la renta	28.00%
WACC	13.95%

CONCEPTO	Soles (S/.)	PORCENTAJE
Capital propio	S/. 281,391.66	46.46%
Préstamo	S/. 324,263.75	53.54%
	S/. 605,655.42	

Fuente: Propia

10.1.2. Costo de Oportunidad (Ke), Costo de la Deuda (Kd) y WACC

Tabla 68:
Costo de Oportunidad y de la Deuda; WACC.

CONCEPTO	2016
Deuda	53.54%
Capital	46.46%
Deuda / Capital	1.15
Beta Apalancado	1.33

Ke APALANCADO	2016
Ke Nominal EEUU	13.46%
Ke Real EEUU	11.27%
Ke Real Perú	13.17%
Ke Real Perú	13.17%

CONCEPTO	2016
Préstamo	53.54%
Capital	46.46%
Kd (1 - T)	14.62%
Ke	13.17%
WACC	13.95%

Fuente Propia

10.2. Evaluación Económica Financiera

10.2.1. Indicadores de Rentabilidad

En los siguientes puntos se presentarán los indicadores de rentabilidad los cuales determinaran si nuestro proyecto es o no rentable. Estos puntos han sido hallados en base al flujo económico y financiero respectivamente.

- **VANE y VANF**

El VAN (Valor Actual Neto) es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo de la inversión realizada.

- Valor Neto Económico

Tabla 69:
VAN Económico

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de caja económico	-S/. 605,655.42	S/. 352,317.22	S/. 280,185.66	S/. 293,554.30	S/. 304,313.68	S/. 455,926.55
Flujo de descuento	-S/. 605,655.42	S/. 309,189.22	S/. 215,787.79	S/. 198,408.32	S/. 180,502.57	S/. 237,327.07
VANF	S/. 550,168.61					

- Valor Neto Financiero

Tabla 70:
VAN Financiero

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de caja financiero	-S/. 281,391.66	S/. 246,409.72	S/. 170,442.99	S/. 178,637.78	S/. 183,589.66	S/. 455,926.55
Flujo de descuento	-S/. 281,391.66	S/. 217,731.34	S/. 133,077.73	S/. 123,243.11	S/. 111,918.20	S/. 245,589.89
VANF	S/. 550,168.61					

- **TIRE Y TIRF Modificado**

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor anual neto (VAN) es igual a cero. Es un indicador de rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El criterio de aceptación es el siguiente;

- TIR > COK ; proyecto viable
- TIR < COK ; proyecto no viable

- TIR = COK ; indiferente

Tabla 71:
VAN Financiero

INDICADORES	PORCENTAJE
TIRE	45.70%
TIRF	73.71%
TIRME	29.34%
TIRMF	40.56%

- **Periodo de Recuperación Descontado**

Tabla 72:
Periodo de Recuperación Descontado

CONCEPTO		2016	2017	2018	2019	2020	2021					
Flujo de caja económico	-S/.	605,655.42	S/.	352,317.22	S/.	280,185.66	S/.	293,554.30	S/.	304,313.68	S/.	455,926.55
Flujo de descuento	-S/.	605,655.42	S/.	309,189.22	S/.	215,787.79	S/.	198,408.32	S/.	180,502.57	S/.	237,327.07
Recuperación de inversión			S/.	309,189.22	S/.	524,977.01	S/.	723,385.33	S/.	903,887.90	S/.	1,141,214.97
Inversión por recuperar			-S/.	296,466.19	-S/.	80,678.41	S/.	117,729.91	S/.	298,232.48	S/.	535,559.55
Años / meses / días			1	1	0.41							
PRCD				2 AÑOS 4 meses 26 días								

CONCEPTO		2016	2017	2018	2019	2020	2021					
Flujo de caja financiero	-S/.	281,391.66	S/.	246,409.72	S/.	170,442.99	S/.	178,637.78	S/.	183,589.66	S/.	455,926.55
Flujo de descuento	-S/.	281,391.66	S/.	217,731.34	S/.	133,077.73	S/.	123,243.11	S/.	111,918.20	S/.	245,589.89
Recuperación de inversión			S/.	217,731.34	S/.	350,809.07	S/.	474,052.19	S/.	585,970.38	S/.	831,560.27
Inversión por recuperar			-S/.	63,660.32	S/.	69,417.41	S/.	192,660.52	S/.	304,578.72		
Años / meses / días			1	0.48								

- **Análisis Beneficio/Costo (B/C)**

Este análisis pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la valoración de todos los costes y beneficios derivados directos e indirectos del proyecto.

Tabla 73:
Análisis Beneficio/ Costo

CONCEPTO		2016	2017	2018	2019	2020	2021					
Flujo de caja económico	-S/.	605,655.42	S/.	352,317.22	S/.	280,185.66	S/.	293,554.30	S/.	304,313.68	S/.	455,926.55
Flujo de descuento	-S/.	605,655.42	S/.	309,189.22	S/.	215,787.79	S/.	198,408.32	S/.	180,502.57	S/.	237,327.07
Inversión	-S/.	605,655.42										
Suma de flujos	S/.	1,141,214.97										
BENEFICIO / COSTO		1.88										

CONCEPTO		2016	2017	2018	2019	2020	2021					
Flujo de caja financiero	-S/.	281,391.66	S/.	246,409.72	S/.	170,442.99	S/.	178,637.78	S/.	183,589.66	S/.	455,926.55
Flujo de descuento	-S/.	281,391.66	S/.	217,731.34	S/.	133,077.73	S/.	123,243.11	S/.	111,918.20	S/.	245,589.89
Inversión	-S/.	281,391.66										
Suma de flujos	S/.	831,560.27										
BENEFICIO / COSTO		2.96										

10.2.2. Análisis del Punto de Equilibrio

- Costos Variables y Costos Fijos

Tabla 74:
Costos variables.

COSTO VARIABLE	Punto de equilibrio				
	2017	2018	2019	2020	2021
Costo de Materia Prima y Materiales	S/. 509,582.82	S/. 520,380.49	S/. 531,178.16	S/. 541,975.83	S/. 552,773.50
Comisión POS Visa (tarjetas crédito)	S/. 4,906.10	S/. 5,010.06	S/. 5,114.01	S/. 5,217.97	S/. 5,321.93
Comisión POS Visa (tarjetas débito)	S/. 11,526.38	S/. 11,770.61	S/. 12,014.85	S/. 12,259.08	S/. 12,503.32
CIF Variable	S/. 22,107.20	S/. 22,575.63	S/. 23,044.07	S/. 23,512.50	S/. 23,980.94
Presupuesto de MKT	S/. 50,686.44	S/. 51,760.45	S/. 52,834.45	S/. 53,908.46	S/. 54,982.47
COSTO TOTAL	S/. 598,808.93	S/. 611,497.24	S/. 624,185.54	S/. 636,873.85	S/. 649,562.15
Unidades Producidas	120,579	123,134	125,689	128,244	130,799
COSTO UNITARIO	S/. 4.97				

Fuente: Propia

Tabla 75:
Costos fijos.

COSTO FIJO	2017	2018	2019	2020	2021
TOTAL	S/. 439,796.03				

Fuente: Propia

- **Punto de Equilibrio:**

Tabla 76:
Punto de equilibrio.

CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas (Unidades)	114,837	117,271	119,704	122,137	124,571
Valor de Venta	S/. 11.19	S/. 11.19	S/. 11.19	S/. 11.19	S/. 11.19
Ventas Totales	S/. 1,284,992.00	S/.1,312,220.00	S/.1,339,448.01	S/.1,366,676.01	S/.1,393,904.01
Costos Totales	S/. 1,010,090.25	S/.1,022,174.35	S/.1,034,258.45	S/.1,046,342.55	S/.1,058,426.65
Costos Fijos Totales	S/. 439,796.03	S/. 439,796.03	S/. 439,796.03	S/. 439,796.03	S/. 439,796.03
Costos Variables Totales	S/. 570,294.22	S/. 582,378.32	S/. 594,462.42	S/. 606,546.52	S/. 618,630.62
Costo Variable Unitario	S/. 4.97	S/. 4.97	S/. 4.97	S/. 4.97	S/. 4.97
PE (S/.)	S/. 790,731.97	S/. 790,731.97	S/. 790,731.97	S/. 790,731.97	S/. 790,731.97
PE (Unidades)	70,666	70,666	70,666	70,666	70,666

Fuente: Propia

- **Cuadro de resumen**

INDICADORES	PORCENTAJE
VANE	S/. 535,559.55
VANF	S/. 550,168.61
TIRE	45.70%
TIRF	73.71%
TIRME	29.34%
TIRMF	40.56%
PRCD Económico	2 AÑOS 4 meses 26 días
PRCD Financiero	1 AÑOS 5 meses 22 días
B / C Económico	1.88
B / C Financiero	2.96

Tabla 77:
Cuadro de resumen.

Fuente: Propia

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECONMENDACIONES

11.1. Conclusiones

- Se ha podido analizar que existe en las personas cada día una necesidad de consumir productos de calidad que no afecten su salud y además que puedan obtenerlos de manera rápida, debido a que cuentan con un tiempo limitado a la hora de almuerzo, es por eso que este proyecto busca solucionar esta problemática y brindarles a los clientes un servicio confiable, de calidad y sobre todo accesible de manera instantánea.
- Después de realizar el focus group y entrevista se ha podido concluir que los productos si serian consumidos, por la variedad de platos que se ofrecerán dando al cliente la opción de escoger dentro de una gama de 10 opciones, por la buena conservación de su sabor y propiedades y por la practicidad y rapidez del servicio.
- La ubicación de las máquinas será estratégica ya que se ubicarán en Centros Comerciales en el distrito de San Isidro que son frecuentados a toda hora por un gran número de personas.
- Se contará con un valor agregado que será la preparación de la comida por cuenta de la propia empresa y no será terciarizado, contando además con un centro de operaciones y almacén donde se preparará los platos y serán envasados, etiquetados y listos para ser repartidos en los lugares de venta.
- El proyecto tendrá un periodo de 5 años de duración en el que se espera alcanzar todos los objetivos propuestos como por ejemplo posicionar a la empresa en la mente de los clientes potenciales, tener un tiempo de respuesta rápido ante cualquier queja o inconveniente y lograr un alto nivel de satisfacción de todos los productos.

11.2 Recomendaciones

- Hacer un buen uso de todos los recursos de promoción con los que se contarán para captar el mayor porcentaje de mercado posible, cubriendo las expectativas del proyecto.
- Contar con una máquina adicional, la cual pueda ser utilizada en reemplazo de alguna maquina ubicada en alguno de los centros comerciales que tenga un desperfecto que no pueda ser reparado por el técnico en el momento y necesite retirarla, para que no se vea afectado el consumo habitual de los clientes y los ingresos de la empresa

- Se recomienda que pasados los 5 años de iniciado el proyecto, este pueda ser replicado en otros distritos, pudiéndonos expandir a otros Centros Comerciales dentro de Lima Metropolitana.

BIBLIOGRAFÍA

- Arellano Marketing (2012). Retail: Centros Comerciales y tiendas de ropa. [En línea]. Recuperado de, <http://static.pulso.cl/20120719/1581824.pdf>
- Discovery Salud (2004). Alimentos congelados: Más seguros, higiénicos y nutritivos.
- EVA. (2016). Eurpean VEnding Association, Coffe Service and Vending Machines.
- Hernández, M. (2015). Análisis de Vending Machines, estudio macroeconómico de un conjunto de máquinas expendedoras de botanas y bebidas, a través de la tasa de rentabilidad. Trabajo de grado, Ciencias Económicas, Instituto Politécnico Nacional, México D.F.
- INEI. (2014). Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Estadísticas Laborales.
- Ministerio de Salud. Atención a pacientes por enfermedades del sistema digestivo
- Monge, V. (2011, marzo). No basta con comer sano, también hay que tener horarios para hacerlo. Diario El Comercio.
- Organización Mundial de la Salud. Datos y estadísticas
- SUNAT. (n.d.). CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). Retrieved from http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&id=1727:tablas-anexas&Itemid=383#A1

ANEXOS

Anexo 1 Guía para el Focus Group

ESTUDIO SOBRE EL GRADO DE ACEPTACIÓN DEL SISTEMA AUTOMATIZADO DE COMIDA CONGELADA POR MEDIO DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS

- FOCUS GROUP -

Dirigido a:

Hombres y mujeres nacionales entre 25 y 45 años de edad, de niveles socioeconómicos A, B y C, que laboren en el Centro Empresarial de San Isidro

Objetivos:

- Identificar los hábitos y costumbres que influyen en la elección de un lugar en el cual almorzar durante el descanso del trabajo:
 - Prefería de lugares y el porqué de sus elecciones.
 - Prefería de platos
 - Factores que influyen en la elección de estos
 - Reacción al cambio de la nueva propuesta
- Conocer sus opiniones al respecto de nuestro concepto del negocio:
 - Opinión sobre el nombre
 - Opinión de la ubicación dentro del centro comercial
 - Opinión del Concepto
- Identificar el grado de aceptación (producto y servicio) y su disposición de compra (degustación)
 - Opinión del producto (bueno, malo)
 - Precio del Producto
 - Opinión de Servicio automatizado
 - Insumos y sabores
 - Motivos de Compra

FASE DE CALENTAMIENTO

- Presentación del moderador(a) y de la Universidad San Ignacio de Loyola.
- Explicación del desarrollo de la reunión (exhortación a la participación e importancia de la sinceridad de sus respuestas).
- Presentación de los participantes: Nombre, ocupación y edad

OBJETIVO GENERAL 1:

Identificar los hábitos y costumbre que influyen en la elección de lugares donde ir a comer durante la hora del almuerzo del trabajo.

Objetivo específico 1:

Identificar lugares de preferencia y las razones de su elección.

1. A la hora del almuerzo en el trabajo ¿A qué lugares suele acudir a comer?
Mencionar 2.
2. ¿Qué motivos influyen en su elección? (ubicación, atención rápida, variedad, etc.)

Objetivo específico 2:

Identificar el grado de importancia del factor "tiempo" desde el momento en que solicita su orden y a la hora en que la recibe.

3. ¿Considera usted que el tiempo es un factor importante cuando espera recibir su comida en el corto plazo que tiene para almorzar? ¿Por qué?
4. ¿Cuánto es su tiempo promedio de espera para recibir su orden en su local más frecuente?

OBJETIVO GENERAL 2:

Identificar el grado de aceptación de nuestros productos, la frecuencia de compra y el precio de nuestros productos.

Objetivo específico 1:

Identificar el grado de aceptación de nuestros productos y servicio:

5. ¿Usted consume comida que ha sido refrigerada o congelada en su casa?
6. ¿Cuál es su opinión acerca del consumo de comida congelada?

(HACER DEGUSTAR TRES PLATOS CON LAS MISMAS CARACTERISTICAS DE NUESTRO PRODUCTO DE UNA MARCA DIFERENTE)

7. Después de haber degustado nuestros productos ¿cuál es su opinión?
8. ¿Qué les llamó más la atención del producto que degustaron?
9. ¿Qué platos son de su preferencia?
10. ¿Compraría este tipo de producto por medio de máquinas expendedoras con sistema de calentamiento?
11. ¿Adquiriría este producto a través de dicho sistema para la hora de su almuerzo en su trabajo?

Objetivo específico 2:

Identificar la frecuencia de compra

12. ¿Con que frecuencia usted compraría este producto?
13. ¿Recomendaría el consumo de este producto?

Objetivo específico 3:

Identificar cuanto está dispuesto a pagar

14. ¿Cuánto fue la inversión que hizo la última vez que fue a almorzar durante su descanso en el trabajo?
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto previamente degustado?

OBJETIVO GENERAL 3:

Identificar los factores que influyen para su elección del producto.

Objetivo específico 1:

Identificar las características que debe tener el producto

16. ¿Cuáles son las características primordiales que usted considera más importantes antes de realizar la compra de este producto? ¿Porque?
17. ¿Qué es lo que busca al decidir su compra: precio, textura, sabor, variedad, tamaño, proporción o promoción?
18. ¿Compraría este producto en el área de comedor de su trabajo?

Muchas gracias por su participación y por su tiempo.

Anexo 2 Modelo de Encuesta

1. ¿Cuál de los siguientes lugares es de su preferencia a la hora del almuerzo del trabajo?
 - a. Restaurantes
 - b. Fast food
 - c. Menús
 - d. Cafetería del centro de trabajo
 - e. Otros

2. Determine cuál es el motivo por el cual usted consume en este tipo de lugares
 - a. Por el sabor
 - b. Por el precio
 - c. Por la presentación
 - d. Por tiempo
 - e. Otros

3. De acuerdo a su preferencia, indique que tan agradable son los siguientes lugares para almorzar

	Muy agradable	Agradable	Indiferente	Desagradable	Muy desagradable
Restaurantes					
Fast food					
Menús					
Cafetería del trabajo					

4. Estando en su casa ¿Come comida calentada que ha sido refrigerada o congelada de días anteriores?
 - a. Si
 - b. No (Pase a la pregunta 6)

5. ¿De cuántos días come la comida que ha sido congelada?
 - a. 1 día
 - b. 2 a 3 días
 - c. 4 a más días

6. ¿Considera que la comida que ha sido congelada por largos periodos de tiempo es dañina para la salud?
 - a. Si
 - b. No (Pase a la pregunta 9)

7. Si Usted fue de los que contestó "Si" a la pregunta anterior ¿Sabía usted que en países como Estados Unidos, España, Alemania, Japón, etc. el consumo de comida congelada es muy frecuente?
 - a. Si
 - b. No

8. Además: Sabía que según estudios presentados en un artículo de la revista Somos en el año 2016, la comida congelada no pierde más que el 5% de sus nutrientes y no pierde sus propiedades organolépticas.
- Si
 - No

9. Ahora sabiendo lo anterior ¿Estaría dispuesto a consumir comida congelada de una máquina expendedora con sistema de autoservicio?
- Si
 - No (termina la encuesta)

10. Si está dispuesto a consumir ¿Qué tan dispuesto esta de hacerlo de inmediato? Siendo 1 el menor y 5 el mayor grado de disposición

1	2	3	4	5
Muy Indispuesto	Indispuesto	Indiferente	Dispuesto	Muy Dispuesto

11. ¿Con cuanta frecuencia consumiría un plato de dicha máquina expendedora?

- 1 a 2 veces a la semana
- 2 a 3 veces a la semana
- 3 a 4 veces a la semana
- Más de 4 veces al semana

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida congelada?

- 8 a 10 soles
- 10 a 12 soles
- 12 a 15 soles
- Más de 15 soles

13. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el “Lomo estrogonof”

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

14. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el “Ají de gallina”

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

15. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el “Arroz chaufa de cerdo”

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

16. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Lasagna de ricota y espinaca"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

17. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Picante de carne"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

18. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Risotto de remolacha"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

19. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Ravioles de camote con salsa blanca de cebolla"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

20. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Bistec con Tallarines al Pomodoro "

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

21. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Cordon bleu de pollo con puré de paltas"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

22. Del uno al 5 cuál es su preferencia por el "Escabeche de pollo"

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

Anexo 3 bocetos del empaque de nuestro producto

- **AjÍ de gallina con arroz**



Elaboración: Propia

- **Lomo strogonoff con arroz**



Elaboración: Propia

- **Risotto de remolacha**



Elaboración: Propia

- **Cordon bleu de pollo con puré de paltas con arroz**



Elaboración: Propia

Anexo 4 Contrato de Arrendamiento para el Centro de Operaciones

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Conste por el presente documento, el contrato de arrendamiento que celebran, de una parte _____, identificado con N° DNI _____ domiciliado en _____; en adelante EL ARRENDADOR; y de la otra parte empresa _____ identificado con R.U.C. N° _____ domiciliado en _____; debidamente representada por su Gerente General señorita _____ identificado con D.N.I. N° _____; en adelante EL ARRENDATARIO; en los términos siguientes:

PRIMERO

EL ARRENDADOR _____ es propietario del inmueble ubicado en la _____. El inmueble consta de un baño, una cocina, una oficina, una cochera y un depósito para almacén edificado sobre un área de 120 m2.

SEGUNDO

Por el presente documento, EL ARRENDADOR da en arrendamiento a EL ARRENDATARIO, el inmueble descrito en la cláusula anterior; para ser usado exclusivamente como local comercial.

Forma parte del presente contrato de arrendamiento el uso sin limitaciones del estacionamiento frontal del inmueble, así como la utilización del espacio frontal superior de la fachada del inmueble, ubicado entre el primer y segundo piso, para el efecto de la colocación de letreros o publicidad.

TERCERO

El plazo de duración del presente contrato es de ____ años, que se inicia el primero (1) de ____ del 200__, venciendo indefectiblemente dentro de los dos años subsiguientes, fecha en que EL ARRENDATARIO entregará el inmueble materia del presente a EL ARRENDADOR, sin necesidad de requerimiento judicial, ni extrajudicial alguno, en las mismas condiciones en que lo recibió, salvo el deterioro de su uso normal y cuidadoso.

Se deja constancia que el inicio efectivo del arrendamiento para el mes de _____, es por cuanto EL ARRENDADOR está realizando la habilitación del inmueble para el efecto de arrendamiento, por lo que se compromete a entregar el inmueble antes de la fecha del inicio del arrendamiento, completamente habilitado.

CUARTO

La merced conductiva pactada de común acuerdo, es de US\$ _____ y 00/100 Dólares Americanos) mensuales, que se pagarán en forma adelantada contra la presentación del comprobante SUNAT respectivo.

El primer pago se realiza a la firma del presente contrato y EL ARRENDADOR declara recibir a su entera satisfacción, entregando a EL ARRENDATARIO el recibo de arrendamiento de ley.

QUINTO

EL ARRENDATARIO entrega y EL ARRENDADOR recibe a su entera satisfacción a la suscripción del presente contrato, el importe de US\$ _____ y 00/100 Dólares Americanos), por concepto de garantía, que cubrirá cualquier daño al inmueble materia de arriendo y que ocasione EL ARRENDATARIO, sólo por el valor justificado del perjuicio y hasta por su importe total, de ser necesario y sustentado. En caso de entregar EL ARRENDATARIO a EL ARRENDADOR el inmueble en las mismas condiciones en que lo recibió y sin más desgaste que los derivados de su uso normal, la garantía será devuelta a la finalización del contrato, contra la entrega de la llave.

SEXTO

EL ARRENDATARIO declara recibir el inmueble, materia de contrato, en perfectas condiciones; comprometiéndose a devolverlo en el mismo estado, salvo el desgaste causado por el uso normal. En todo caso, cualquier daño en el inmueble originará la pérdida de la garantía a que se refiere la cláusula anterior. Asimismo, cualquier mejora que EL ARRENDATARIO introduzca al inmueble, deberá efectuarse con autorización de EL ARRENDADOR. Los gastos incurridos en tales mejoras deberán ser a costo y responsabilidad de EL ARRENDATARIO.

SÉTIMO

EL ARRENDATARIO no podrá subarrendar el inmueble materia del presente contrato, ni ceder sus derechos derivados del presente contrato, sin autorización escrita de EL ARRENDADOR. Caso contrario, EL ARRENDADOR podrá resolver el presente contrato.

OCTAVO

EL ARRENDATARIO cubrirá sus gastos de servicios de luz, agua y arbitrios, según corresponda y deberá mostrar mes a mes el cumplimiento de estas obligaciones con los comprobantes respectivos.

Para la suscripción del contrato EL ARRENDADOR deberá acreditar el cumplimiento de las mismas obligaciones antes indicadas a la fecha de suscripción del contrato.

NOVENO

EL ARRENDATARIO guardará las normas de conducta, respeto y consideración con sus vecinos, evitando las molestias de ruidos, animales peligrosos, material inflamable, etc. que perjudique o ponga en peligro la convivencia normal y agradable de la vecindad.

DÉCIMO

EL ARRENDADOR podrá visitar el inmueble materia de arrendamiento para el efecto de verificar su estado y el uso que se le está dando, previo aviso de 48 horas de anticipación.

DÉCIMO PRIMERO

En el improbable caso que EL ARRENDATARIO no desocupe el inmueble vencido el plazo del contrato, se obliga a pagar una penalidad de \$ 20.00 dólares americanos por cada día que ocupe el inmueble sin contrato de arrendamiento, la misma que subsistirá hasta la entrega del inmueble, sin perjuicio de las acciones de desalojo a que EL ARRENDADOR tiene derecho.

DÉCIMO SEGUNDO

EL ARRENDADOR se compromete a dar todas las facilidades para la obtención de los permisos y licencias a que haya lugar para el normal funcionamiento de las oficinas de EL ARRENDATARIO.

DÉCIMO TERCERO

Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, será resuelto mediante arbitraje, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional, declarando conocerlas y aceptarlas en su integridad.

Ambas partes declaran su conformidad con las cláusulas que anteceden y en tal virtud lo suscriben por duplicado en la fecha.

Lima, _____ de _____ del 200____

EL ARRENDADOR

EL ARRENDATARIO

Anexo 5 Costeo de Receta: Bistec con tallarines al pomodoro

Bistec con tallarines al pomodoro	Unidad de medida	Precio de venta unitario	de	Cantidades por plato + merma	Totales sin IGv	Costo por plato
Tallarines	Kg	S/. 3.39		0.150	S/. 0.51	S/. 3.89
Bola de res	Kg	S/. 7.63		0.125	S/. 0.95	
Tomate	Kg	S/. 2.20		0.075	S/. 0.17	
Cebolla	Kg	S/. 0.70		0.050	S/. 0.04	
Ajo	Kg	S/. 2.00		0.015	S/. 0.03	
Aceite de Oliva	Lt	S/. 9.32		0.035	S/. 0.33	
Sal	Kg	S/. 0.85		0.010	S/. 0.01	
Pimienta	Kg	S/. 4.24		0.015	S/. 0.06	
Envases de polipropileno	unid.	S/. 0.67		1	S/. 0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/. 0.26		1	S/. 0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/. 0.87		1	S/. 0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 6 Costeo de Receta: Ají de gallina con arroz

Ají de gallina con arroz						Costo por plato
Arroz	Kg	S/. 3.56		0.100	S/. 0.36	S/. 3.96
Pechuga de pollo	Kg	S/. 5.51		0.125	S/. 0.69	
Ají amarillo	Kg	S/. 3.00		0.050	S/. 0.15	
Papa blanca	Kg	S/. 0.50		0.050	S/. 0.03	
Leche	Lt	S/. 4.32		0.100	S/. 0.43	
Cebolla	Kg	S/. 0.70		0.035	S/. 0.02	
Ajo	Kg	S/. 2.00		0.015	S/. 0.03	
Aceite	Lt	S/. 5.08		0.035	S/. 0.18	
Sal	Kg	S/. 0.85		0.015	S/. 0.01	
Pimienta	Kg	S/. 4.24		0.015	S/. 0.06	
Galleta de soda	Kg	S/. 0.42		0.050	S/. 0.02	
Mantequilla	Kg	S/. 6.10		0.030	S/. 0.18	
Envases de polipropileno	unid.	S/. 0.67		1	S/. 0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/. 0.26		1	S/. 0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/. 0.87		1	S/. 0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 7: Costeo de Receta: Rissotto de remolacha

Rissotto de remolacha						Costo por plato	
Arroz arboreo	Kg	S/.	6.78	0.125	S/.	0.85	S/. 4.56
Alverjitas	Kg	S/.	1.50	0.040	S/.	0.06	
Zanahoria	Kg	S/.	0.85	0.040	S/.	0.03	
Remolacha	Kg	S/.	2.50	0.050	S/.	0.13	
Fondo de verduras	Lt	S/.	1.00	0.075	S/.	0.08	
Vino Blanco	Lt	S/.	8.47	0.035	S/.	0.30	
Queso parmesano	Kg	S/.	16.95	0.045	S/.	0.76	
Aceite de oliva	Lt	S/.	9.32	0.050	S/.	0.47	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.035	S/.	0.03	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 8: Costeo de Receta: Cordon bleu de pollo con puré de paltas y arroz

Cordon blue de pollo con pure de paltas y arroz						Costo por plato	
Arroz	Kg	S/.	3.56	0.100	S/.	0.36	S/. 4.49
Pechuga de pollo	Kg	S/.	5.51	0.125	S/.	0.69	
Jamón	Kg	S/.	5.08	0.050	S/.	0.25	
Queso Edam	Kg	S/.	5.93	0.050	S/.	0.30	
Paltas	Kg	S/.	3.50	0.075	S/.	0.26	
Cebolla	Kg	S/.	0.70	0.035	S/.	0.02	
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.015	S/.	0.03	
Aceite	Lt	S/.	5.08	0.035	S/.	0.18	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.015	S/.	0.01	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06	
Crema de leche	Lt	S/.	8.47	0.040	S/.	0.34	
Mantequilla	Kg	S/.	6.10	0.030	S/.	0.18	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 9 Costeo de Receta: Lomo Strogonof

Lomo Strogonof					Costo	por	
					plato		
Lomo fino	Kg	S/.	19.49	0.100	S/.	1.95	S/. 5.66
Vino tinto	Lt	S/.	8.47	0.040	S/.	0.34	
Champiñones	Kg	S/.	6.20	0.035	S/.	0.22	
Cebolla blanca	Kg	S/.	0.70	0.050	S/.	0.04	
Demiglase	Lt	S/.	1.27	0.050	S/.	0.06	
Perejil	Kg	S/.	2.00	0.025	S/.	0.05	
Crema de leche	Lt	S/.	8.47	0.050	S/.	0.42	
Pickles	Kg	S/.	11.00	0.015	S/.	0.17	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.008	S/.	0.03	
Mostaza dijon	Kg	S/.	11.02	0.010	S/.	0.11	
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.009	S/.	0.02	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.015	S/.	0.01	
Arroz	Kg	S/.	3.56	0.125	S/.	0.44	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 10: Costeo de Receta: Escabeche de pollo con arroz y yuca

Escabeche de pollo con arroz y yuca					Costo	por	
					plato		
Arroz	Kg	S/.	3.56	0.100	S/.	0.36	S/. 3.71
Yuca	Kg	S/.	1.00	0.050	S/.	0.05	
Ají amarillo	Kg	S/.	3.00	0.050	S/.	0.15	
Pasta de ají panca	Kg	S/.	5.08	0.030	S/.	0.15	
Pechuga de pollo	Kg	S/.	5.51	0.100	S/.	0.55	
Cebolla	Kg	S/.	0.70	0.075	S/.	0.05	
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.015	S/.	0.03	
Aceite	Lt	S/.	5.08	0.035	S/.	0.18	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.010	S/.	0.01	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06	
Vinagre tinto	Lt	S/.	3.56	0.025	S/.	0.09	
Mantequilla	Kg	S/.	6.10	0.030	S/.	0.18	
Fondo de pollo	Lt	S/.	1.00	0.050	S/.	0.05	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 11 Costeo de Receta: Picante de carne con arroz

Picante de carne con arroz					Costo por plato		
Arroz	Kg	S/.	3.56	0.125	S/.	0.44	S/. 4.08
Alverjitas	Kg	S/.	1.50	0.050	S/.	0.08	
Pasta de ají panca	Kg	S/.	5.08	0.035	S/.	0.18	
Zanahoria	Kg	S/.	0.85	0.05	S/.	0.04	
Papa blanca	Kg	S/.	0.50	0.1	S/.	0.05	
Cebolla	Kg	S/.	0.70	0.045	S/.	0.03	
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.015	S/.	0.03	
Aceite	Lt	S/.	5.08	0.035	S/.	0.18	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.01	S/.	0.01	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06	
Vinagre tinto	Lt	S/.	3.56	0.025	S/.	0.09	
Mantequilla	Kg	S/.	6.10	0.03	S/.	0.18	
Demiglase	Lt	S/.	1.27	0.05	S/.	0.06	
Carne picada	Kg	S/.	6.78	0.125	S/.	0.85	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 12 Costeo de Receta: Lasagna de ricota y espinaca

Lasagna de ricotta y espinaca					Costo por plato		
Pasta	Kg	S/.	3.05	0.175	S/.	0.53	S/. 5.31
Espinaca	Kg	S/.	2.00	0.125	S/.	0.25	
Harina	Kg	S/.	2.54	0.05	S/.	0.13	
Queso ricotta	Kg	S/.	7.63	0.075	S/.	0.57	
Leche	Lt	S/.	4.32	0.1	S/.	0.43	
Cebolla	Kg	S/.	0.70	0.025	S/.	0.02	
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.015	S/.	0.03	
Aceite de oliva	Lt	S/.	9.32	0.04	S/.	0.37	
Sal	Kg	S/.	0.85	0.01	S/.	0.01	
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06	
Nuez moscada	Kg	S/.	3.56	0.01	S/.	0.04	
Mantequilla	Kg	S/.	6.10	0.05	S/.	0.31	
Queso parmesano	Kg	S/.	16.95	0.045	S/.	0.76	
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67	
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26	
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87	

Elaboración: Propia

Anexo 13 Costeo de Receta: Ravioles de camote con pollo picatta y verduras

Ravioles de camote con pollo picatta y verduras					Costo	por	plato	
Camote	Kg	S/.	0.90	0.1	S/.	0.09	S/.	5.09
Pechuga de pollo	Kg	S/.	5.51	0.125	S/.	0.69		
Harina	Kg	S/.	2.54	0.05	S/.	0.13		
Esparragos	Kg	S/.	5.70	0.05	S/.	0.29		
Albahaca	Kg	S/.	1.00	0.04	S/.	0.04		
Finas hierbas	Kg	S/.	5.00	0.025	S/.	0.13		
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.015	S/.	0.03		
Aceite de oliva	Lt	S/.	9.32	0.05	S/.	0.47		
Sal	Kg	S/.	0.85	0.01	S/.	0.01		
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06		
Panko	Kg	S/.	11.02	0.035	S/.	0.39		
Mantequilla	Kg	S/.	6.10	0.05	S/.	0.31		
Zanahoria	Kg	S/.	0.85	0.045	S/.	0.04		
Zukini	Kg	S/.	3.80	0.05	S/.	0.19		
Wantan	Kg	S/.	6.00	0.075	S/.	0.45		
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67		
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26		
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87		

Elaboración: Propia

Anexo 14 Costeo de Receta: Arroz chaufa de cerdo

Arroz Chaufa de cerdo					Costo	por	plato	
Arroz	Kg	S/.	3.56	0.200	S/.	0.71	S/.	4.31
Cebolla china	Kg	S/.	1.50	0.025	S/.	0.04		
Huevo	Kg	S/.	5.93	0.050	S/.	0.30		
Carne de cerdo	Kg	S/.	11.02	0.100	S/.	1.10		
Sillao	Lt	S/.	3.81	0.040	S/.	0.15		
Kion	Kg	S/.	2.00	0.003	S/.	0.01		
Ajo	Kg	S/.	2.00	0.003	S/.	0.01		
Aceite	Lt	S/.	5.08	0.025	S/.	0.13		
Sal	Kg	S/.	0.85	0.010	S/.	0.01		
Pimienta	Kg	S/.	4.24	0.015	S/.	0.06		
Envases de polipropileno	unid.	S/.	0.67	1	S/.	0.67		
Pack de Cubiertos	unid.	S/.	0.26	1	S/.	0.26		
Juego de etiquetas	unid.	S/.	0.87	1	S/.	0.87		

Elaboración: Propia

Anexo 15: Útiles de oficina

ÚTILES DE OFICINA	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO S/.)	UNIT.(TOTAL	TOTAL S/IGV
Papel fotocopia (500 hojas)	6	TAI LOY	S/. 9.00		S/. 54.00	S/. 45.76
Archivadores (Docena)	1	TAI LOY	S/. 6.00		S/. 6.00	S/. 5.08
Sobres manila Gallo (Ciento)	4	TAI LOY	S/. 14.17		S/. 56.68	S/. 48.03
Cintas Adhesiva (12 unidades)	2	TAI LOY	S/. 3.30		S/. 6.60	S/. 5.59
Sellos recibido (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 12.64		S/. 25.28	S/. 21.42
Sellos pagado (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 12.64		S/. 25.28	S/. 21.42
Clips (Ciento)	6	TAI LOY	S/. 6.02		S/. 36.12	S/. 30.61
Tijeras (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 18.75		S/. 37.50	S/. 31.78
Plumones de pizarra	12	TAI LOY	S/. 3.50		S/. 42.00	S/. 35.59
Perforadores (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 19.90		S/. 39.80	S/. 33.73
Engrapadores pequeños (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 20.80		S/. 41.60	S/. 35.25
Grapas (5000 grapas)	6	TAI LOY	S/. 15.99		S/. 95.94	S/. 81.31
Boligrafos (50 unidades)	2	TAI LOY	S/. 9.41		S/. 18.82	S/. 15.95
Correctores (Docena)	2	TAI LOY	S/. 15.06		S/. 30.12	S/. 25.53
Calculadoras (Unidad)	2	TAI LOY	S/. 30.00		S/. 60.00	S/. 50.85
Tarjetas (Millar)	2	IMPRENTA MARY	S/. 450.00		S/. 900.00	S/. 762.71
					S/. 1,475.74	S/. 1,250.63

Elaboración: Propia

Anexo 16: Útiles de limpieza

ÚTILES DE LIMPIEZA	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO S/.)	UNIT.(TOTAL	TOTAL S/IGV
Limpiatodo (1 galón)	6	SODIMAC	S/. 10.50		S/. 63.00	S/. 53.39
Papelera baño	2	SODIMAC	S/. 19.90		S/. 39.80	S/. 33.73
Detergente (15Kg)	12	SODIMAC	S/. 57.90		S/. 694.80	S/. 588.81
Lavajilla (1 kg)	24	SODIMAC	S/. 6.50		S/. 156.00	S/. 132.20
Escoba	3	SODIMAC	S/. 9.90		S/. 29.70	S/. 25.17
Recogedor rebatible negro	3	SODIMAC	S/. 44.90		S/. 134.70	S/. 114.15
Ambientador sapolio	12	SODIMAC	S/. 7.90		S/. 94.80	S/. 80.34
Sanitizantes (8 unidades)	4	SODIMAC	S/. 34.00		S/. 136.00	S/. 115.25
Jabón liquido Elite (5 litros)	10	SODIMAC	S/. 42.90		S/. 429.00	S/. 363.56
Rollo 2 hojas Elite azul (8 unidades)	12	SODIMAC	S/. 29.20		S/. 350.40	S/. 296.95
Papel toalla (paquete de 12 unidades)	3	SODIMAC	S/. 36.00		S/. 108.00	S/. 91.53
					S/. 2,236.20	S/. 1,895.08

Elaboración: Propia

Anexo 17: Uniformes

UNIFORMES (TECNICOS)	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV
Polos	4	CONFECCIONES AROCA	S/. 30.00	S/. 120.00	S/. 101.69

UNIFORMES (CHEF Y COCINEROS)	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV
Gorra	8	CONFECCIONES AROCA	S/. 15.00	S/. 120.00	S/. 101.69
Mandil	8	CONFECCIONES AROCA	S/. 30.00	S/. 240.00	S/. 203.39
Pantalon negro de cocina	8	CONFECCIONES AROCA	S/. 50.00	S/. 400.00	S/. 338.98
Chaqueta	8	CONFECCIONES AROCA	S/. 130.00	S/. 1,040.00	S/. 881.36
Zapatos de cocina	4	CROCS	S/. 120.00	S/. 480.00	S/. 406.78
				S/. 2,280.00	S/. 1,932.20

Elaboración: Propia

Anexo 18: Otros gastos

OTROS GASTOS					
NOMBRE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNIT. (S/.)	TOTAL	TOTAL S/ IGV
Tinta de impresora multifuncional	8	TAI LOY	S/. 34.99	S/. 279.92	S/. 237.22
Papel higiénico (PAQUETE DE 12)	12	SODIMAC	S/. 16.90	S/. 202.80	S/. 171.86
TOTAL			S/. 51.89	S/. 482.72	S/. 409.08

Elaboración: Propia

Anexo 19: Egresos

EGRESOS	2017	2018	2019	2020	2021
Materia prima y materiales	S/. 604,114.67	S/. 607,042.24	S/. 19,633.77	S/. 632,225.29	S/. 644,816.82
MOD	S/. 59,136.00				
CIF	S/. 121,418.56	S/. 121,971.32	S/. 122,524.07	S/. 123,076.82	S/. 123,629.58
Costo de Producción	S/. 784,669.23	S/. 788,149.56	S/. 801,293.84	S/. 814,438.11	S/. 827,582.39
Gastos ADM	S/. 80,887.68				
Gastos VTAS	S/. 204,131.26	S/. 205,746.78	S/. 207,362.30	S/. 208,977.82	S/. 210,593.34
Gastos Operativos	S/. 285,018.95	S/. 286,634.47	S/. 288,249.99	S/. 289,865.51	S/. 291,481.03
COSTOS TOTALES	S/ 1,069,688.18	S/ 1,074,784.02	S/ 1,089,543.82	S/ 1,104,303.62	S/ 1,119,063.42