

PRESENTACION

El presente estudio de factibilidad económica y financiera del Proyecto Almuerzos Especiales – “El Chef” tiene como finalidad evaluar la rentabilidad y sostenibilidad de las inversiones que se efectuarían si se llegara a realizar dicho proyecto.

La evaluación del proyecto ha tomado como análisis el estudio del mercado realizado en la zona central de San Isidro con un estudio de la demanda esperada en promedio de 36,000 platos para el primer año.

La viabilidad será analizada tanto en el estudio de la planta como en el estudio de la localización, la forma como será organizada y administrada la estructura del proyecto, cómo se realizará el estudio de los costos de las inversiones, entre otros.

El financiamiento será evaluado según el tamaño de la inversión y las necesidades del tiempo en que será necesario realizar el proyecto. El costo financiero en promedio para nuestro proyecto se considera moderado ya que nuestro país atraviesa un nivel de riesgo moderado.

La conclusión de viabilidad, luego de evaluar el estudio del proyecto, será medida en referencia a los beneficios que se obtendrán al finalizar el proyecto en una línea de tiempo de 5 años donde se espera que la inversión ya se haya recuperado y donde se puede enajenar los bienes.

A todo ello se hará un análisis de sensibilidad tanto de los precios, costos, la demanda esperada y la tasa por el costo financiero para conocer los posibles riesgos y medir su impacto en la inversión.

01. RESUMEN EJECUTIVO

- ✓ **Nombre Del Proyecto:** Almuerzos Especiales – “El Chef”
- ✓ **Naturaleza De La Actividad Económica:** Venta de Menú Almuerzos Especiales a Pedido del Cliente con entrega a domicilio (“delivery”).
- ✓ **Ubicación de Local:** En el centro de San Isidro – Lima – Perú
- ✓ **Extensión:** 120 m²
- ✓ **Fecha Inicio del Proyecto:** 01.01.2011
- ✓ **Vida Útil Del Proyecto:** 5 años (31.12.2015)
- ✓ **Demanda de Venta Estimada.-** 90 platos/día para el primer año con un factor de incremento de 1.5
- ✓ **Mercado Estratégico:** San Isidro
- ✓ **Segmento:** Nivel Ejecutivo y Laboral
- ✓ **Cuota del Mercado:** 40% del mercado estratégico
- ✓ **Margen Comercial:** S/. 6.00 nuevos soles por plato
- ✓ **Capital de Trabajo Mensual:** S/. 118, 352.00 nuevos soles
- ✓ **Inversión Activo Fijo – Tangible:** S/. 41,800 nuevos soles
- ✓ **Inversión Activo Intangible:** S/. 10,440 nuevos soles
- ✓ **Inversión Total:** S/. 170,592.00 nuevos soles
- ✓ **Importe de Recursos Propios:** S/. 150,592.00
- ✓ **Importe por Financiamiento Bancario:** S/.20,000.00 nuevos soles
- ✓ **Tasa de Interés Bancario:** Tasa efectiva Anual del 30% con 4 cuotas anuales vencidas a arrebatir.
- ✓ **Costo de oportunidad de la Inversión:** 12% del importe invertido
- ✓ **Vida del Proyecto Para Recupero de la Inversión.-** 5 años
- ✓ **Tasa Interna de Retorno:** 15.07% de la Inversión
- ✓ **Valor Actual Neto Económico:** S/. 15,281
- ✓ **Valor Actual Neto Financiero:** S/. 11,260

02. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Bien o Servicio

- ¿En que consistirá?
El servicio será la venta de menú especial a comensales que deseen platos seleccionados a su gusto y por la porción que soliciten con un día de anticipación, cuya entrega se realiza en el lugar indicado por el cliente. Con menús a elección, hipocalórico, variados postres y platos de entrada. Con la facilidad que ofrece la tecnología se harían los pedidos vía telefónica o Web.
- ¿Para que sirve?
El servicio sirve para satisfacer las necesidades alimenticias de los comensales que estén insatisfechos por las pocas opciones de selección en la carta.
Como toda persona que labora con horario de oficina, el tema de un almuerzo al gusto del cliente siempre es difícil.
- ¿Cuáles son sus características?
El servicio es especializado y nuevo, preparado por profesionales en el arte culinario, con entrega a domicilio o centro laboral del comensal y al tiempo que lo solicite.

El por qué de ser un concepto nuevo, pues seríamos una empresa que intentaría satisfacer a nuestros clientes llevando almuerzos de tipo nacional e internacional cambiando por completo la comida usual establecida en los menús de restaurantes, agregando sabores y nuevas alternativas al paladar acostumbrado.
- ¿Cuáles son sus sustitutos?
Entre sus posibles sustitutos se tiene:
 - Servicio delivery de comida rápida (pizzas, pollos a la brasa, etc.).
 - Servicio delivery de restaurantes de la zona que tiene su menú establecido sin cambios al cliente.
- ¿En que se diferencia de sus sustitutos?
 - Por su facilidad de pedido vía internet y simulación del precio.
 - Por pago al peso.
 - Por ser electivo al gusto.
 - Por la libre disposición para pedir la cantidad deseada.
 - Por ser preparado por profesionales conocedores de comida Nacional e Internacional.
 - Por la calidad e higiene.



2.2. El mercado proveedor

- Materias primas

Las materias primas que se han de emplear son todos aquellos materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo.

Entre las materias primas que han de emplearse, que acorde al requerimiento del cliente, se agrupan en: Verduras, legumbres, frutas, carnes, tubérculos, curtidos, entre otros.

El mercado proveedor es variado y el nivel de oferta es abastecedor para el ámbito local. Entre los proveedores Retail tenemos:

- Plaza Vea
- Vivanda
- Ewong
- Metro
- Makro
- Tottus

- Abastecimiento de electricidad, agua, telecomunicaciones.

Entre las empresas que nos brindaran servicio especializado de suministros tenemos:

- Luz del Sur: Empresa que distribuye energía eléctrica.
- Sedapal: Empresa estatal único en su rubro de servicio de agua potable
- Telefónica del Perú: Empresa que presta servicio telefónico e internet.

- **Sistema de despacho a domicilio internet (Delivery)**: Es un Sistema WEB transaccional adaptable a las necesidades de nuestra empresa (proyecto), permite la venta productos y servicios a través de Internet y controlar todo el proceso de Despacho. El Sistema ha sido desarrollado bajo los más altos estándares de calidad y seguridad.

- **Infraestructura (*)**: Consiste en el lugar donde será el centro de preparación. Así tenemos:

Cocina

Un espacio como Centro de Coordinación de Pedidos

Estantería empotrada

Muebles, enseres y artefactos

Conformado por los implementos y partes complementarias para el servicio de Delivery Express como parte del Activo Fijo.

Conservadora o congeladora
Refrigeradora
Ollas industriales (dependiendo el tamaño)
Ollas domésticas, sartenes y
Demás utensilios de cocina

Vehículos

Una flota de camionetas 2 vehículos
Motos alquiladas (incluido en el pago del personal motorizado)



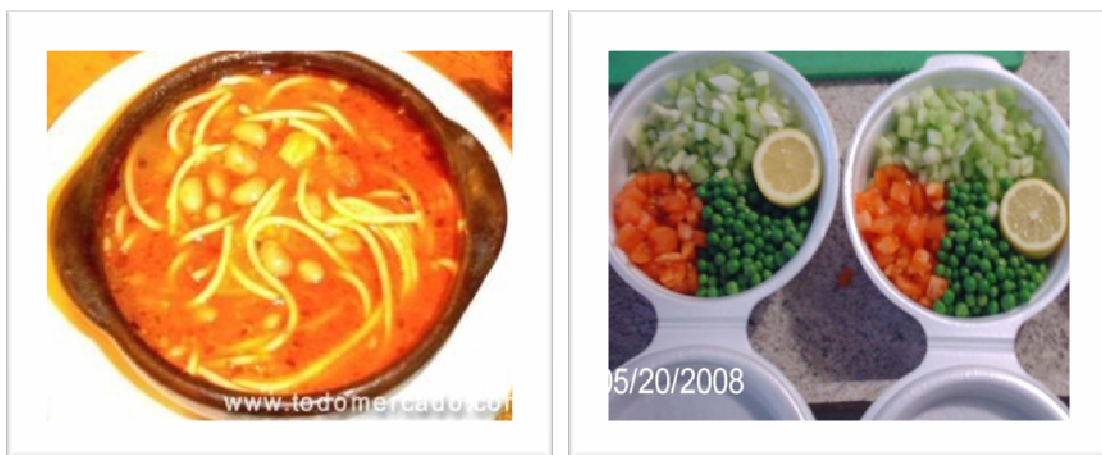
- **Equipos de cómputo(*):** Esta herramienta es esencial para el Centro de Coordinación de pedidos de los clientes

Computadoras 4 unidades

Materias Auxiliares:

- **Envases para la conserva del alimento:** Este concepto hace referencia al envase en el cual se entregara el pedido, por el cual el cliente puede hallar otra innovación del servicio pues dichos envases no sólo serían descartables, sino que traerían diferentes presentaciones para el tipo de menú.
- **Alimentos:** Mantener una adecuada cantidad de provisiones en el almacén. El servicio, los costos y la satisfacción del cliente se pueden ver afectados si no se cuenta con los ingredientes suficientes o los materiales necesarios. Por eso será necesario que siempre mantengamos una lista de las provisiones y sus cantidades exactas, para poder llevar un control estricto de lo que se tiene almacenado.

Algunos alimentos van a requerir conservarse calientes y otros fríos hasta que sean servidos en el pedido. Tomando en cuenta siempre que existen alimentos que requieren estar bien preservados para mantener su buen sabor y calidad.



Para el caso de comidas calientes serían envases térmicos para mantenerlo como recién salido de la olla (el envase marrón es térmico y viene con una tapa bien sellada, como una especie de pequeña ollita).

Para el caso de comidas frías o ensaladas serían novedosos estilos (en forma de plato, rectangulas, etc.)

- **Uniformes:** El equipo de trabajo que realizará e inspeccionará la preparación de los menús debe contar con uniformes completos e impecables, tener el cabello bien cubierto con una gorra.
- **Materiales de limpieza:** Los necesarios tanto para la limpieza de los materiales de cocina, de los servicios higiénicos, los ambientes de preparación y almacenaje de los alimentos, para los equipos de computo y las áreas de trabajo (de operadores).

Mano de obra: Personal capacitado para la preparación de los menús y ayudantes. Así también se debe contar con personal de tele operadores para la recepción de las llamadas y recepción de los pedidos vía internet, estos últimos empleados deben estar capacitados en cuanto a ingredientes, características y precios de los platos para poder estar en las condiciones de dar sugerencias a los comensales. No debemos dejar de mencionar que no sólo los pedidos son importantes, sino las sugerencias, quejas críticas constructivas que pueden dar los clientes y puedan permitir la mejora de este tipo de servicio a delivery.

2.3. Análisis del consumidor

- **Características de los consumidores**
Va dirigido al público ejecutivo y laboral
- **Identificación del área del mercado. Cobertura Geográfica**
Va dirigido al público del distrito de San Isidro
- **Sector al cual va dirigido**
A los ejecutivos y trabajadores
- **Consumidores Potenciales:** Se comenzaría tomando como muestra de este servicio a las personas, entre adultos y jóvenes de sexo masculino y los de sexo femenino, que laboren en oficinas y empresas grandes y pequeñas que se ubican en el distrito de San Isidro. Dichos clientes potenciales tienen un determinado horario de oficina para el consumo de sus alimentos. La hora del refrigerio para cada uno empieza en distinto momento pero todos cuentan con sólo 1h en promedio.

Área donde se prestará el servicio: Vía internet o a través de llamadas telefónicas se recepcionarán todos los pedidos de los comensales que laboran en el Distrito de San Isidro. Nuestro local estaría al alcance de las oficinas y empresas referentes al distrito de San Isidro con un alcance de 20 minutos de cualquier empresa de dicho distrito.

Posteriormente con el avance de las mejoras a la página web se podrá llegar a los distritos aledaños, proyectándose a crear nuevas centrales de preparación y coordinación de pedidos para otras zonas.

- **Precio a pagar:** Según el área donde estaría establecido este proyecto los clientes estarían dispuestos a pagar por un menú completo que consta de entrada, segundo, postre y refresco; ya sea el menú sugerido por la casa o el que guste el cliente, diferente a la carta; un importe total de s/.12.00 hasta s/ 45.00 por un menú especial al que varía según la cantidad pedida; ya que como se sabe el comensal puede desear más cantidad de lo normal.

Promoción almuerzo	
PRECIOS DELIVERY ALMUERZOS	
SUGERENCIAS DEL DIA	
Ensalada + plato principal + postre+refresco	s/. 10.00
MENU EJECUTIVO	
Ensalada y/o plato de entrada + plato del día + postre+refresco	s/. 12.00
Menú Ejecutivo	s/. 14.00
Menú Ejecutivo + Bebida	s/. 15.00
Sugerencia del Día Normal o Light	s/. 16.00
Sugerencia del Día Normal o Light más postre o bebida	s/. 16.00
Sugerencia del Día Normal o Light más postre y bebida	s/. 16.00

- **Condiciones de pago acostumbrado:** El pago se puede realizar mediante cargo a cuenta del cliente accediendo a la página web. Otra modalidad de pago como el delivery (pizzas, comida rápida o delivery de menús) se realiza entregando directamente el importe en efectivo al personal motorizado que trae el producto (menús).
- **Distribución preferida:** Debido que existen pocos restaurantes en el distrito y más centros de comida rápida, existen muchas personas insatisfechas. La mayoría de estas personas les es incómodo acercarse hasta el establecimiento o buscar uno de éstos en el corto tiempo que cuentan para su refrigerio.

Agregado a esto esta el hecho de no satisfacer sus necesidad de una buena alimentación por lo cual no recuperan la energía necesaria para continuar con sus labores, ya que nada de lo que ofrecen es saludable y algo que también es característico es que durante la semana el trabajo se torna rutinario por lo que desean que sus alimentos muestren una diferencia.

Ritmo de crecimiento

Dado el acelerado crecimiento que nos llevaría la publicación de nuestro servicio por medio del internet y a través de las recomendaciones que pasan de persona en persona de la calidad del producto que se lleva a cada uno de los lugares, se podría estimar el crecimiento para el siguiente año de un 50%.

- **Factores que inciden en el crecimiento:**

Menús variados, balanceados y de calidad.
Campaña publicitaria.
Economía Peruana en crecimiento y estabilidad.
Solidez de las empresas y apertura de nuevos negocios

2.4. Análisis de la competencia

Producción Nacional y Extranjera

Actualmente la producción Nacional y Extranjera están especializándose y capacitándose constantemente, asimismo podríamos mencionar que los productores de alimentación a delivery están innovando sus productos combinando todos los conocimientos adquiridos de diferentes países.

La Competencia

Una de las competencias que podríamos mencionar sería El centro comercial Vivanda que no sólo cuenta con la venta de productos y abarrotes, sino de menús ya preparados al escoger según la preferencia del público, permitiéndoles también que estos elijan la cantidad que prefieren comer. Para ello establecen un precio por peso (1kg=7soles)

Análisis FODA de Almuerzo Delivery Express:

Puntos Fuertes y Débiles (factores internos):

Puntos Fuertes:

- ✓ Especialización en el Producto
- ✓ Sistema de pago fácil.
- ✓ Infraestructura
- ✓ Personal capacitado
- ✓ Alta calidad de "management"
- ✓ Excelente Tecnología y diseños.
- ✓ Muy buena calidad de comida, sin necesidad de que el consumidor se preocupe por su salud.
- ✓ Gran variedad de menús al consumidor.
- ✓ Rapidez en el servicio de la comida rápida con el sistema "ready-to-eat" ("listo para comer"). Este sistema proporciona la comida caliente en su punto exacto de cocción, en tan solo 60 segundos.
- ✓ Buen sistema de distribución.

La empresa dice que el entorno se convierte en un mercado de muchas posibilidades, pudiendo ofrecer el producto a todo tipo de consumidor.

Puntos Débiles:

- ✓ Su posición dominante podría ser cuestionada.
- ✓ Tardanzas en la atención en horarios pico.
- ✓ Que la dirección del pedido sea muy lejano y no este al alcance de la empresa.

Amenazas y oportunidades (factores externos):

Amenazas:

- ✓ Ingreso de nuevos competidores, Existe la posibilidad de que alguien cree una nueva empresa del mismo tipo y con más poder económico, pudiendo acoger como ejemplo nuestra empresa para mejorar y no cometer los posibles errores que se puedan cometer en el transcurso de penetración al consumidor.
- ✓ Productos sustitutos.
- ✓ Quejas

Oportunidades:

- ✓ Nuevas tecnologías.
- ✓ Recursos humanos calificados.
- ✓ Apertura de nuevas sucursales.
- ✓ Introducir nuevos servicios.
- ✓ El crecimiento de la velocidad del estilo de vida moderno.
- ✓ Nivel Económico estable

Ventajas competitivas

Cuando una compañía tiene una declinación constante en ventas durante una década, hay un problema. Las ventas de un negocio como nuestro caso podría sufrir dicho problema, el cual debería ser tratado rápidamente, con mucha eficacia y eficiencia.

La competencia nacional y global, podrán tomar ventaja a este problema, por lo que la empresa debe reconocer que tienen un problema serio, que los llevara a buscar una solución para resolverlo, antes de que la competencia asuma el control.

Algo en lo que nuestra empresa sobresale y lo haría también en un futuro para enfrentar los problemas que pueden suscitarse es demostrando al público las bondades que este negocio les brinda como la más característica: Tener una carta de platos variados para no caer en la rutina típica de los posibles competidores a nosotros.



DIA	LIGHT	EJECUTIVO	CALORICO
-----	-------	-----------	----------

LUNES	Milanesa de Soja con Ratauille	Entrecote con Salsa de Mostaza a la Antigua con Terrine de Verduras	Guiso de Lentejas
MARTES	Calabaza relleno con Muzzarella, Jamón y Vegetales	Pechuguitas de Pollo rellenas con Salsa de Arroz Pilaf	Pollo a la Cazadora con Papas Nature
MIERCOLES	Suprema al Horno con Terrina de Verduras	Sorrentinos de Muzzarella y Jamón a la Parissienne	Ñoquis de Papas con Salsa Bolognesa
JUEVES	Ensalada de Estación con Lomitos de Ave	Costillitas de Cerdo al Verdeo con Chips de Batata	Milanesa de Ternera a la Mostaza con Arroz Primavera
VIERNES	Milanesa de Berenjena en Torre Gratinada	Suprema Grisset (Papas Noisette, Arveja, Manteca, Perejil y Vino Blanco)	Bifecito a la Portuguesa con Puré
SABADO	Spaguetti con vegetales salteados	Risotto de Pollo y Hongos	Canelones de Espinaca y Ricotta a la Rossini
DOMINGO	Suprema con Puré Mixto	Raviolones de Espinaca y Muzzarella con Pagú de Lomo	Suprema con Puré Mixto

2.5. Análisis de precios

- **PRECIO**

Nuestro precio es un tanto relativo al promedio del mercado y en algunos casos con un margen mínimo de ganancia. Es un precio aceptable para el consumo de la gente con una solvencia económica relativamente buena y alta a quienes nos estamos dirigiendo.

Lo determinamos teniendo en cuenta:

Nuestro precio de costo

- Ganancias
- Gastos diversos de suministros
- Precio promedio de mercado
- De acuerdo al gusto del cliente.

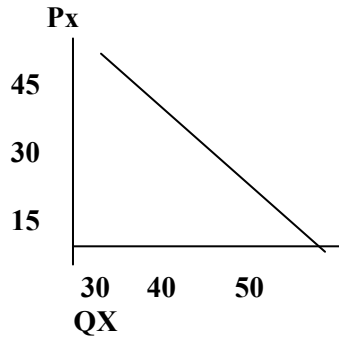
- *Principales factores que pueden influir en la elasticidad precio de la demanda*

1. La existencia de suministros sucedáneos o sustitutivos recíprocos, en mayor o menor medida. Es muy variada en los alimentos
2. La proporción del ingreso del consumidor que dedica al gasto del bien objeto de análisis.
3. El carácter complementario de algunos bienes con relación a otros más caros o más baratos.
4. La extensión del periodo considerado en el análisis.
5. Los gustos y preferencias del consumidor.

- ***Es relativamente inelástica***

Es decir, el cambio porcentual en la cantidad es menor que el cambio porcentual en el precio, ya que el incremento del precio de nuestro servicio sería consecuencia de la alza de precio de los insumos utilizados, los cuales son productos de primera necesidad, por lo que todas las demás empresas del mismo rubro también se verían afectadas y por lo tanto también tendrían que subir el precio de su servicio, por lo que el consumidor no puede escapar.

P_x	Q_x
15	50
30	40
45	30



P_x : Precio por cada ración de alimentos.

Q_x : Cantidad de consumidores.

Diferentes componentes del precio del producto

Para ello hemos tomado en cuenta aspectos muy importantes como:

- ***El costo del bien***

Para establecer un razonable margen de ganancia y así determinar, en un estudio de mercado los niveles de precio que puedan ser competitivos, pese a ello no se fija el precio de un producto en función al precio de la competencia, sino, lo más importante es considerar los costos de producción, es decir, saber cuánto me cuesta hacer el producto.

- ***Materias Primas y materiales auxiliares:***

En este sector hemos encontrado las siguientes materias primas y materiales auxiliares:

- | | |
|---------------|------------------|
| ○ Verduras | ○ Pollo |
| ○ Legumbres | ○ Platos |
| ○ Arroz | ○ Mariscos |
| ○ Champiñones | ○ Frutas |
| ○ Ensalada | ○ Cereales |
| ○ Embutidos | ○ Lácteos |
| ○ Carnes | ○ Estimulantes |
| ○ Lechuga | ○ Menestras |
| ○ Bebidas | ○ Fideos y otros |

2.6. Determinación de la demanda específica para el proyecto

- Numero de unidades que se esperan vender en el periodo inicial y ritmo de crecimiento en los periodos subsiguientes durante la vida del proyecto.
- Numero de unidades esperadas en la producción
- NOTA: Lo anterior esta supeditado al tamaño del proyecto, el cual a su vez depende de los recursos financieros y de los aspectos técnicos

- Número de unidades que se esperan vender en el período inicial y ritmo de crecimiento en los períodos subsiguientes durante la vida del proyecto.
- Hemos podido analizar que nuestro trabajo dependerá mucho de la demanda del mercado por lo cual tenemos que estar preparados a los diversos cambios que se presentaran, ya sea subida de precios en nuestros insumos alimentarios que nos afectaría en la rentabilidad del proyecto.
- Demanda potencial del mercado:

Análisis de la Demanda

A. Identificación de los Consumidores

Población

La población de demandantes abarca a las empresas grandes o pequeñas y a las oficinas y que todos habiten en el distrito de San Isidro.

Niveles de ingreso

Los niveles de ingresos que tienen en el siguiente cuadro: Estimado

Consumidores	Niveles de Ingreso (Semanales)
Empresas grandes	6300
Empresas pequeñas	5250
Oficinas	9000

Habito de Consumo:

Los niveles de consumo que tienen estas entidades de nuestro servicio son las siguientes (Estimado)

Consumidores	Consumo Diario
Empresas grandes	1050
Empresas pequeñas	875
Oficinas	1500

Consumidores	Consumo Diario	Precio	Consumo Semanal (S/.)
Empresas grandes	1050	35	6300
Empresas pequeñas	875	25	5250
Oficinas	1500	30	9000

Empresas Demandantes:

Las empresas demandantes de nuestro servicio son:

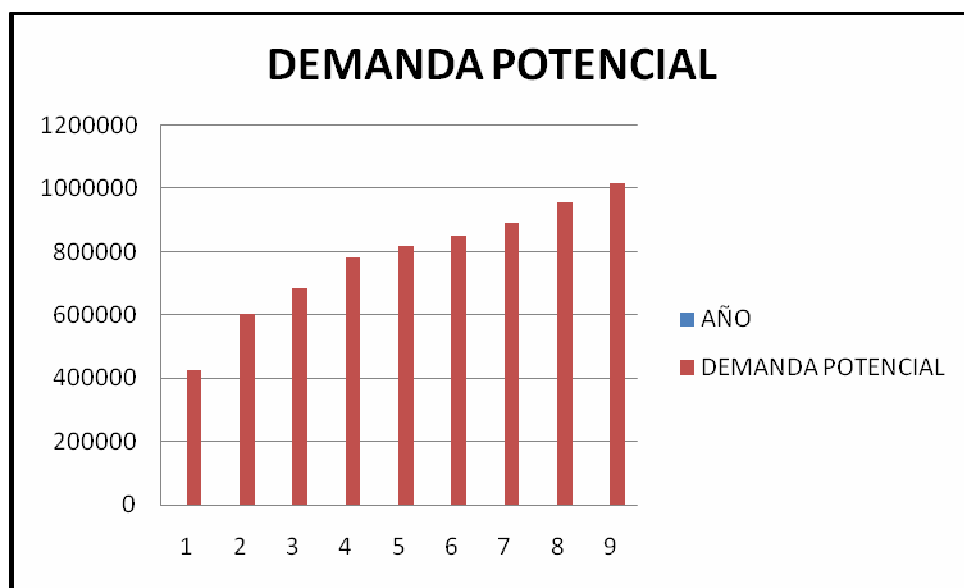
- ❖ Empresas grandes
- ❖ Empresas pequeñas
- ❖ Oficinas

B. Análisis del comportamiento histórico de la demanda global

El comportamiento histórico de la demanda se muestra a continuación: estimado

ANALISIS HISTORICO DE LA DEMANDA: AÑOS 2001-2009

EMPRESAS/ AÑOS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EMPRESAS GRANDES	126,000	190,100	240,000	266,300	282,400	291,500	303,600	312,700	321,720
EMPRESAS PEQUEÑAS	146,000	202,000	218,500	247,300	258,400	266,500	278,200	289,700	298,880
OFICINAS	155,100	210,000	225,600	269,000	279,500	291,500	309,900	356,100	396,384
TOTAL	427,100	602,100	684,100	782,600	820,300	849,500	891,700	958,500	1'016,984

**CUADRO A: NIVEL DE CONSUMO DE LA DEMANDA PROYECTADA AL 2015 - TENDENCIA**

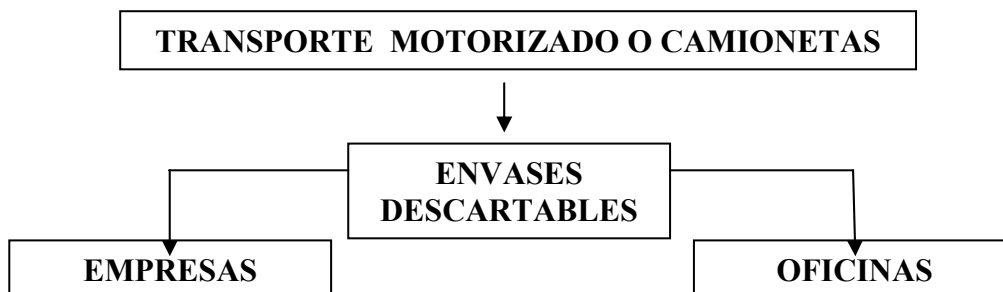
AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NIVEL DE CONSUMO	1020000	1082000	1145600	1240,000	1360,000	1,490,000	1,600,000

2.7. Análisis del sistema de comercialización



La compañía comercializa sus productos especialmente en el distrito de San Isidro a cadenas de empresas importantes como son los rubros: servicios, industriales, comerciales, cooperativas entre otros. Pero sobre todo que se ubique en el distrito de San Isidro.

Este proceso se puede observar en el siguiente grafico:



Canales de Comercialización:

Los canales de comercialización que utilizamos para llevar nuestros productos a las Empresas y oficinas antes mencionadas son las siguientes:

- ❖ Motocicletas
- ❖ Camionetas
- ❖ Personal Calificado

Servicios Complementarios:

Los servicios complementarios que ofrecemos a nuestros consumidores son:

- ❖ Servicios delivery
- ❖ Atendemos vía telefónica o de internet

PLAN DE MARKETING

SERVICIO:

Nuestro servicio son elaboradas con productos de buena calidad que fueron seleccionados rigurosamente por los encargados de la preparación y selección.

POSICIONAMIENTO

Ya que en nuestro mercado no existen diversos negocios de comidas de este tipo posicionados, esto es algo nuevo que se hace en el Perú ingresaremos al mercado con métodos innovadores y generalmente en la calidad de nuestros productos y el servicio que brindaremos al cliente.

- ¿Como quiero que la gente me considere?
- Calidad
- Precio
- Servicio (atención personalizada)
- Factores de éxito
- Respeto al consumidor, calidad de servicio, trato amable.
- Interpretación precisa de las necesidades de los clientes
- Sentido del mercado apropiado
- Motivación de los empleados
- El horario de atención es mas que todo en las mañanas
- Seguridad garantizada en la entrega de la comida
- Contamos con el servicio de delivery
- Los precios están en lo normal del mercado
- El ambiente de nuestro servicio será agradable
- Al gusto y delicia de los clientes.

PRECIO

Nuestro precio es un tanto relativo al promedio del mercado y en algunos casos con un margen mínimo de ganancia. Es un precio aceptable para el consumo de la gente con solvencia económica que a la cual nos estamos dirigiendo.

Lo determinamos teniendo en cuenta:

- ☐ Nuestro precio de costo
- ☐ Ganancias
- ☐ Gastos diversos
- ☐ Precio promedio de mercado
- ☐ De acuerdo al producto alimenticio.

PLAZA

Importancia:

Antes de definir la compra de cada suministro alimenticio, el cliente debe pensar donde podrá adquirirlo, teniendo en cuenta las características propias del producto, su precio y el segmento al cual esta dirigido.

Contamos con un solo establecimiento donde estará nuestro almacén, una oficina para recepcionar llamadas de pedidos delivery y cocina en el cual se realiza el preparado de nuestros productos y la atención a los clientes el cual estará ambientado con un sistema adecuado.

Competencia directa:

- a) en estos momentos no tenemos una competencia directa

PROMOCIÓN

La competencia es cada vez mas agresiva, la aparición de nuevos negocios, y la perdida de poder adquisitivo de los consumidores hacen que la empresas diseñen nuevas estrategias de mercado que se traducen a diferentes modelos de promoción dirigidas al comerciante y consumidor final.

- Audiencia Meta
- Son todos los habitantes del distrito de San Isidro principalmente
- Mercado potencial: Con buena solvencia económica.
- Mercado real: consumidores de empresas y oficinas.
- Mercado futuro: los que nos permiten crecer (compradores).

Mezcla de promoción

Venta personal:

- Tendremos atención personalizada, ya que contaremos con 2 personas, las cuales informaran a los clientes potenciales sobre nuestras promociones.
- Contaremos con un administrador quien será el encargado de verificar que todo marche bien; también se encargara el de la compra de la mercadería y del manejo de la caja.
- Recopilaremos información de la competencia.

Publicidad

- En la fachada se exhibirá el letrero principal.
- A través de volantes y boletines municipales. Periódicos (por lanzamientos)
- Paginas amarillas.
- Tarjetas de promoción.
- Paginas web de internet
- Mostraremos un afiche en el frontis del local con la oferta del día.
- Materiales publicitarios (llaveros, posavasos con el logotipo del servicio, etc.)



Promoción de ventas

- Haremos promociones de venta que estimulen la compra o el consumo de nuestros principales almuerzos para incrementar la demanda.
- Bonos o cupones.
- Por inauguración las 20 primeras personas que llamen por delivery se llevarán cualquiera de nuestros almuerzos ejecutivos a mitad de precio.

Merchandising

- Hemos implementado con una decoración rústica especialmente el área de atención al cliente con luces opacas para darle una imagen sobriedad.
- Todas las variedades de almuerzos y platos estarán en nuestra página web para que vean cuáles son sus gustos y preferencias.

Los beneficios para el consumidor final

- Permitiendo que los consumidores vean los productos que estén situados en los exhibidores de una forma mucho más adecuada.
- El consumidor “entiende” la organización de las distintas secciones del punto de venta.
- Permite que el consumidor encuentre con facilidad los Diferentes menús que existen en un catálogo o en la página web.
- Encuentre mayor información sobre los productos y características vía internet.
- En torno agradable del punto de venta.

Lo que se está dispuesto a pagar por la publicidad es solo lo necesario al principio mediante folletos, una publicidad en los diarios o revistas que tengan un entorno empresarial, financiero, económico y de negocios, una publicidad en una emisora radial que sea una vez al día dentro de un periodo de 30 segundos. Después si la competencia es fuerte haremos un relanzamiento de nuestros platos a la carta y con mucho más publicidad. En un estimado no se deben gastar más de 3000 soles en cuanto a publicidad.

Volantes, boletines y folletos

Materiales publicitarios

Publicidad en una revista o periódico de negocio

Otros

03. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se ha considerado la ubicación de nuestro local, para la elaboración de nuestros productos para el delivery y para la distribución de los mismos, en el distrito de San Isidro (en el centro de este distrito). Nuestro local tendrá una extensión de 120 m²

El sitio de ubicación de nuestro local se basa por la cercanía de los consumidores potenciales, lo que nos da una ventaja sobre nuestra competencia, además se ha considerado como punto de fácil acceso para la entrega rápida del delivery.



04. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1.- Descripción del servicio

En nuestro proyecto de inversión, el fin de nuestro servicio es de satisfacer las necesidades de los comensales de acuerdo al gusto de su pedido. La entrega de productos a domicilio o delivery, que para nosotros será concebida como un servicio rápido y eficiente que ahorra tiempo y dinero, será nuestra mayor carta de presentación para atraer mayor cantidad de clientes, es decir: brindar un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes.

En el mercado, actualmente, se sabe que mucho de los servicios delivery no cumplen con las expectativas de los clientes, ocasionando que esto se convierta muchas veces en un verdadero dolor de cabeza para los consumidores que, por ejemplo, esperan comer un pollo a la brasa o una pizza calientes. ¿Las razones? Una deficiente atención telefónica del negocio que contactaron, un servicio lento y errores constantes, que dejan una mala imagen en los usuarios que utilizan frecuentemente este canal de ventas.

Es por ello que nuestro servicio tratará de superar esas expectativas, originando así la fidelización de nuestros clientes y la atracción de mayor demanda de nuestro servicio. Uno de los objetivos de nuestro servicio es posicionarnos como una marca de 'delivery' eficiente y ofrecer a las empresas variedad de platos de acuerdo a su gusto, brindando un canal alternativo para la satisfacción de sus necesidades con entrega rápida y puntual de su pedido.



4.2.- Proceso del servicio

1.- Los comensales deberán contactarse Vía Internet con nuestro servicio delivery

Nuestros clientes tendrán que conectarse a Internet para contactarse con nosotros, a través de nuestro centro de coordinación, para poder realizar su pedido; dicho pedido deberá ser realizado con un día de anticipación para así poder preparar el plato al gusto.



ACCESO
CLIENTES

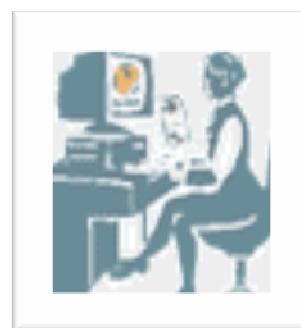
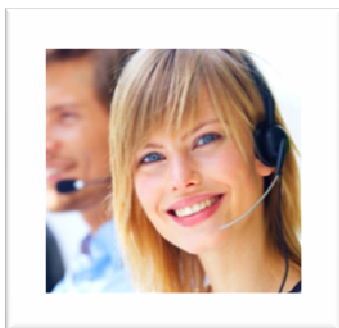
Usuario

Contraseña

Registrarse

2- Recepción del pedido y realización de la orden de servicio

Luego que el cliente solicita el plato al gusto en nuestro centro de coordinación (recepción del pedido) se emite la orden de servicio correspondiente para poder realizar la preparación de los platos que se harán al día siguiente.



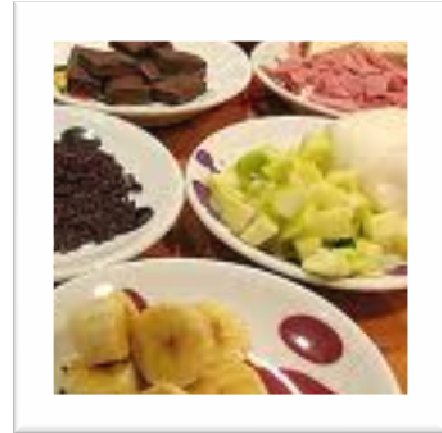
3.- Compra de ingredientes faltantes en almacén

Luego de emitida la orden de servicio, éste nos permitirá saber cuales son aquellos ingredientes que faltan, para la preparación de los platos solicitados, en nuestro pequeño almacén para su compra correspondiente.



4.- Preparación de los platos

Luego de comprar aquellos ingredientes que faltaban para la elaboración de los pedidos realizados por nuestros clientes, se empezará a cocinar los menús solicitados de acuerdo a las características y gustos de los consumidores plasmado en la orden de servicio emitida.



5.- Nuestro Centro de Coordinación de pedidos confirma la hora de entrega del pedido

Terminado la preparación de los menús solicitados, nuestro Centro de Coordinación de Pedidos se contacta con nuestro cliente para la confirmación de la hora y lugar (en caso de que se encuentre en un lugar distinto a su oficina) de entrega de su pedido.



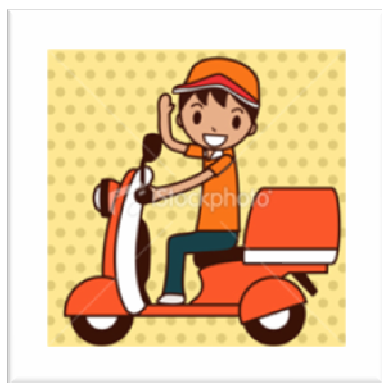
6.- El pedido se coloca en los envases descartables o térmicos

Luego de la confirmación por parte del cliente sobre la hora de entrega de su pedido, se alista cada uno de los platos para ser entregados en su envase descartable o térmico, según sea el caso del pedido.

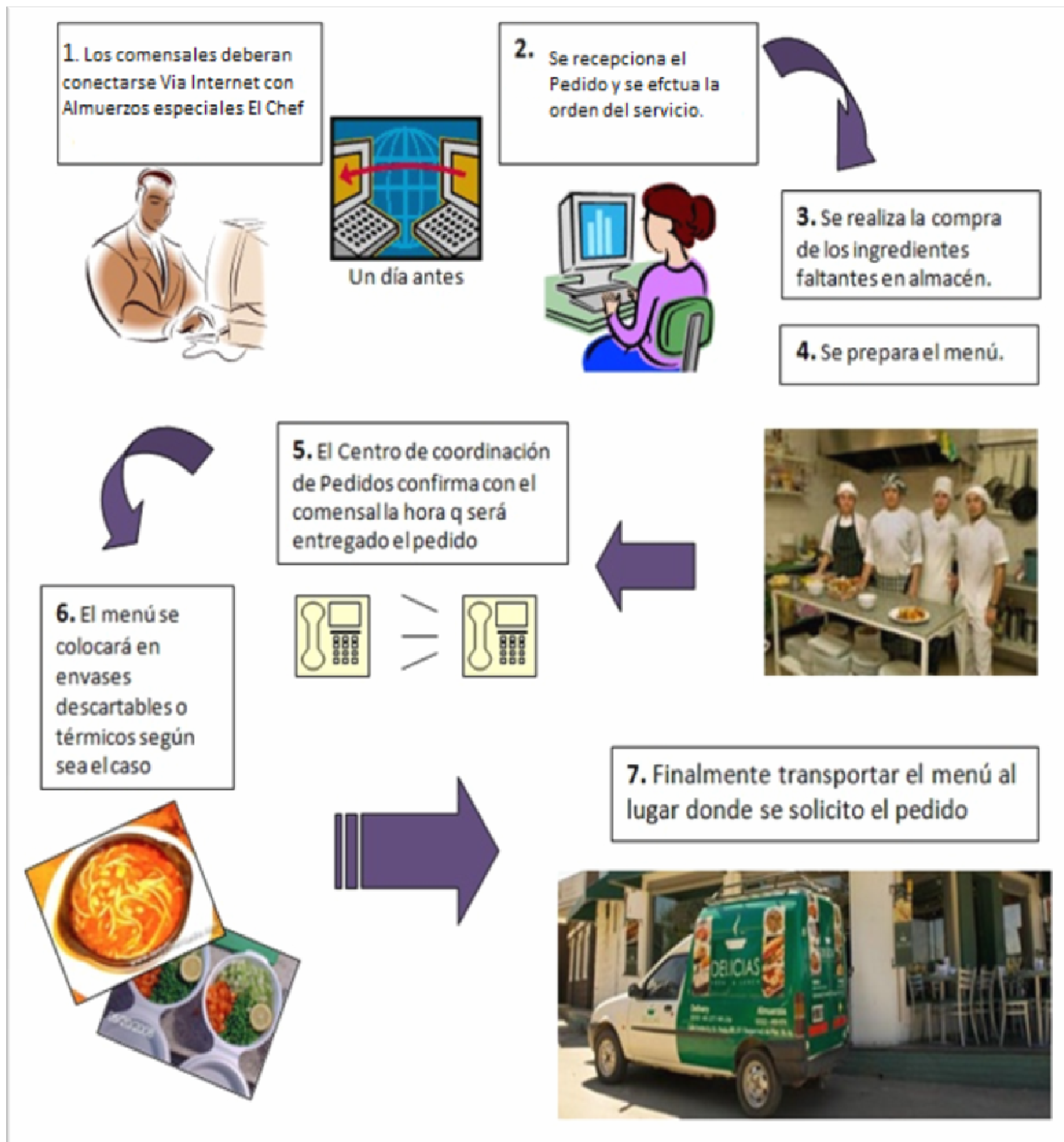


7.- Transporte del menú al lugar y la hora del pedido

Luego de que los platos solicitados por nuestros clientes estén listos para ser entregados, nuestro personal motorizado y/o de entrega hará efectiva la entrega del pedido a la hora y lugar previamente acordado por el cliente con nuestro Centro de Coordinación de pedidos.



4.3.- Flujograma del proceso



4.4.- Especificaciones de los equipos de funcionamiento

Conservadora o congeladora 250 Lts.

Cantidad: 2

Marca: MAIGAS



Características de Funcionamiento

Al funcionar con termostato regulado en escala mínima (1), se alcanza una temperatura de -3°C. y en escala máxima (6) a -25°C. (en la división de congelación).

Con termostato regulado en escala media entre (3 y 4) alcanza una temperatura de 0.8°C (en la división de conservadora) y -10°C. (en la división de congelación).

Prueba de funcionamiento con termostato regulado en escala mínima (1) llegando a temperatura de 8°C y en escala máxima (6) -5°C (en la división de conservadora)

Características de Termostato

Es de escala 1 a 7. En escala 7 el equipo funciona en forma permanente (no se detiene).

Características Técnicas

CODIGO	DIMENSIONES	CAPACIDAD	PESO NETO	CANASTILLOS
6EI130	1294 x 598 x 890mm.	250 Lts.	58 Kg.	2

ALIMENTACION	POTENCIA	TEMPERATURA	CONSUMO	REFRIGERANTE
220V / 50 Hz.	160 W.	0°10°C / -12°C	1.3 Kw-H / 24 H.	R-134 A / 250 Gns.

Refrigeradora 400 Lts.

Cantidad: 2

Marca: MAIGAS



Características Técnicas

Modelo	HDB500C1
Dimensiones (mm.)	600x750x1.950
Peso	70 KG
Funciones	Mantenedor
Refrigerante	R134a/200 gr.
Capacidad	409 Lts
Garantía	1 año
Temperatura de Funcionamiento	10~-5°C
Corriente de Refrigeración	1,3 A

Cocina 4 hornillas

Cantidad: 2

Marca: INRESA

Modelo: Cocina INRESA a Gas 20" - CIP20P



Características Técnicas

Color: Metallic
Tamaño: 20 in
Puerta del Horno: Estándar
Jaladera: Toallero
Ventana del Horno: Estándar
Copete: N/A
Cubierta: Sellada
Encendido de Quemadores: Electrónico de Botón
Parrillas Superiores: 2 alambres
Quemadores Estándar: 4
Quemadores Jumbo: N/A
Comal: N/A
Encendido de Horno: Manual
Termostato / Termocontrol: Termocontrol
Limpieza Continua: Si
Parrillas Horno: 1
Asador: N/A
Luz en el horno: No
Certificaciones: N/A



Ventajas

Tapa de cristal templado
Mesa de labor sellada con diseño antiderrames
4 quemadores de bronce estándar
2 parrillas independientes y reforzadas
Termocontrol en el horno
Puerta panorámica con luna visora

Computadoras Pentium IV

Cantidad: 4

Marca: LG

Modelo: Computadora LG/LCD 18.5" – E5400 LG



Características Técnicas

Intel Pentium Dual Core

Grabador DVD

Color: Negro y plateado

Monitor: LCD 18.5"

Marca: LG

Memoria RAM: 3GB

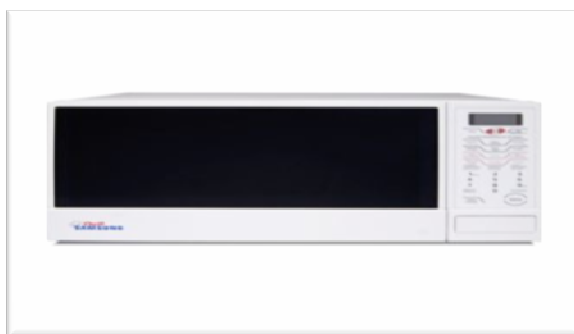
Disco Duro: 500 GB

Horno Microondas

Cantidad: 2

Marca: Samsung

Modelo: Horno Microondas AME-8103W 28 Lts.



Características Técnicas

- ✗ Función aderezo
- ✗ Interior de Enamel
- ✗ Sistema TDS
- ✗ Menú Latino
- ✗ Auto descongelado
- ✗ 10 niveles de potencia
- ✗ Botón de 1 minuto más
- ✗ Color: Blanco
- ✗ Dimensiones
- ✗ Alto: 29,7 cm.
- ✗ Ancho: 51,7 cm.
- ✗ Profundidad: 38 cm.

Software DELIVERY

Sistema de despacho a domicilio internet (Delivery): Es un Sistema WEB transaccional adaptable a las necesidades de nuestra empresa (proyecto), permite la venta productos y servicios a través de Internet y controlar todo el proceso de Despacho. El Sistema ha sido desarrollado bajo los más altos estándares de calidad y seguridad.

Funciones del Sistema Delivery**Funciones Cliente**

Creación de cliente
Historial de Pedidos
Navegar por las distintas familias de productos
Hacer pedidos
Revisar estado de los pedidos
Pagar con diferentes formas de pago
Catalogo de precios
Calculador de precio

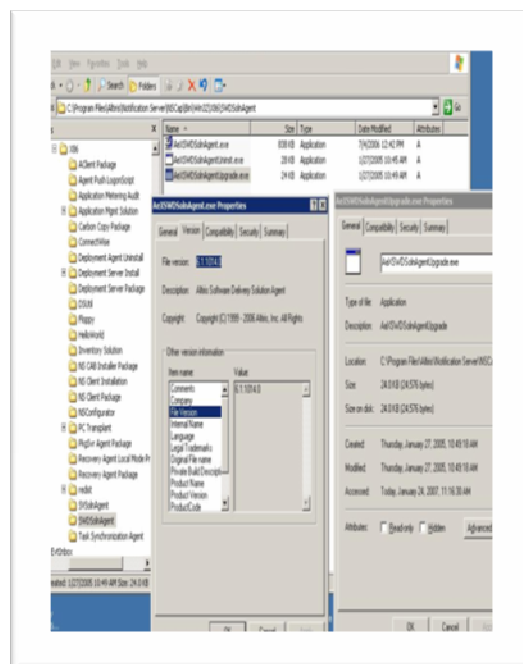
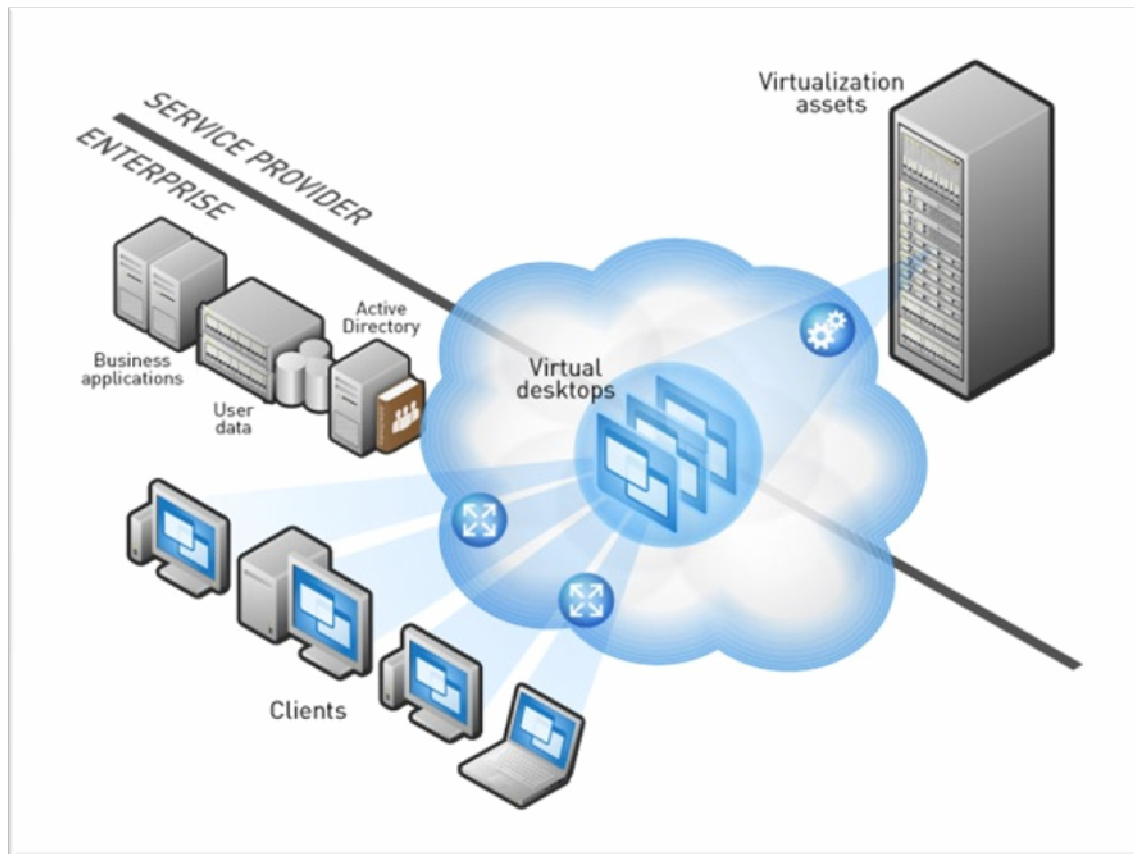
Funciones Administrador

Validación de pedidos de clientes
Creación de familias
Creación de productos
Cambios de Precios
Generación de comandas con: fecha, hora, cliente, pedido, etc.
Asignación de Motoboy (despachador)
Ingreso de pago en el Sistema
Promociones
Rebaja de Insumos de Productos
Informe de cuadratura de caja
Informe de ventas por cliente, productos, hora, etc.
Se complementa con el Sistema de Punto de Venta

Ventajas

Tiempo: El Sistema puede ser implementado en 2 semanas
Costo: El Sistema es más barato que un desarrollo hecho a la medida
Administración Remota

WEB propia: El Sistema se complementa con su sitio WEB



05. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

En nuestro proyecto, habrá una distribución por

- ☒ **Puesto de Trabajo**
- ☒ **Organigrama Funcional**

5.1.- Puesto de trabajo

Chefs

Son aquellos que estarán encargados de la preparación y presentación de nuestros platillos delivery. Tienen estudios culinarios, pero no solamente de cocina nacional, también elaboran platos de la cocina tradicional mundial y a su vez crean platos convirtiéndolos todos en Arte (decoración y presentación).

Los chefs tienen a su cargo a una serie de personas que desarrollan tareas y ayudan en la elaboración de los platos, pero que no son totalmente responsables del sabor final de éstos.

Ayudantes de cocina

Los ayudantes de cocina serán los encargados de realizar labores auxiliares en la cocina. Entre sus funciones podemos citar: Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo; organizar las refrigeradoras, conservadoras y estantería; lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, pescados, mariscos, etc.

Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios.

Además, principalmente, colaborar con el chef en el servicio. Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo general de la cocina. Estas funciones las realiza bajo la supervisión de los chef.

El ayudante de cocina es de gran importancia dentro de la cocina ya que tiene la responsabilidad de facilitar al chef todas las operaciones previas a la elaboración de los diferentes platos que satisfacen el gusto del comensal.

Contador

Dentro de sus principales funciones tenemos:

- ✗ Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión de nuestro proyecto (así como también su estudio y su análisis).
- ✗ Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros y la gestión que los generó apegados a una ética del ejercicio profesional (elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones).
- ✗ Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- ✗ Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- ✗ Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen al proyecto.
- ✗ Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.
- ✗ Asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.
- ✗ Crear un banco de información básica que haga posible darle seguimiento económico actualizado para la ejecución de planes y cumplimiento de metas de nuestro proyecto.
- ✗ Certificación de planillas para pago de impuestos y aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

Administrador

El administrador es el responsable directo del logro de los objetivos que nos hemos planteado para la ejecución de nuestro proyecto. Para ello se le brinda de los recursos necesarios, entre los cuales (constituyéndose en el más importante) se le responsabiliza por la conducción de todo el personal.

Este es un rol fundamental dentro de nuestro proyecto, por consiguiente, se requiere de una visión integradora y del más alto nivel para llevarla a cabo. Esto también se refiere a la capacidad de coordinación en el tiempo de los recursos disponibles (actuales y futuros; materiales, humanos e intangibles) en función de las necesidades operativas en directa relación a nuestros objetivos deseados.

Personal de Cobro

El trabajo del personal de cobro o de cobranza consiste en la emisión, revisión y entrega de las facturas a los clientes de las empresas y gestionar la cobranza de acuerdo a las condiciones comerciales definidas con nuestro servicio delivery (gestión de cobro de facturas).

Diariamente debe hacer las rendiciones de las facturas cobradas, por ello debe llevar un registro actualizado del estado de las cuentas de los clientes de su cartera. La remuneración es por resultados sobre una cartera de clientes que se asigna en un primer momento para trabajar (mantener la cartera de clientes y ampliarla).

Mensualmente se van asignando nuevos clientes o cuentas para cobrar de acuerdo al movimiento de nuestro proyecto.

Teleoperadores

Son aquellas personas que utilizan el teléfono habitualmente como herramienta de trabajo y que conocen todas las ventajas que ofrece este instrumento a la hora de conseguir nuestros objetivos comerciales (la de brindar nuestro servicio delivery de forma eficiente) o de perfeccionar la atención telefónica que se proporciona a los clientes.

La relación entre la atención telefónica (teleoperadores) y la imagen de nuestro proyecto es evidente, ya que un contacto telefónico correcto y cuidado ayuda en gran medida a que los clientes estén satisfechos con nuestro servicio.

En síntesis su principal función será la atención de los clientes. Además podemos citar:

- ✗ Coordinación con nuestros clientes para la recepción, lugar y hora de entrega de su pedido (Centro de Coordinación de Pedidos)
- ✗ Emisión de las Órdenes de Servicio para la compra de insumos faltantes
- ✗ Seguimiento a motorizados para la entrega de pedidos.
- ✗ Confirmación de pedidos en sistemas propios de la empresa y con los clientes.
- ✗ Manejo de base de datos de clientes

Seguridad -Vigilancia

Nuestro personal de seguridad y vigilancia tendrá como funciones principales:

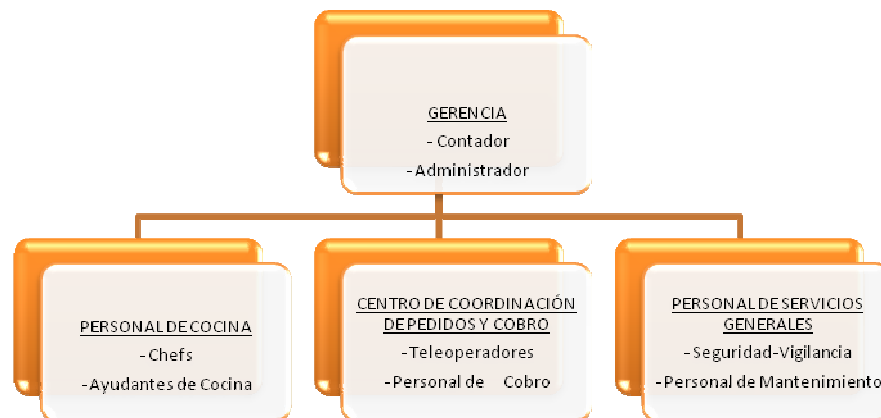
- ✗ Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección del personal que se encuentre en los mismos.
- ✗ Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de los inmuebles de nuestro proyecto.
- ✗ Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su custodia.
- ✗ Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores muebles e inmuebles de nuestro proyecto.
- ✗ Llevar a cabo la prestación de servicios de respuesta de emergencias que se produzcan.

Personal de Mantenimiento

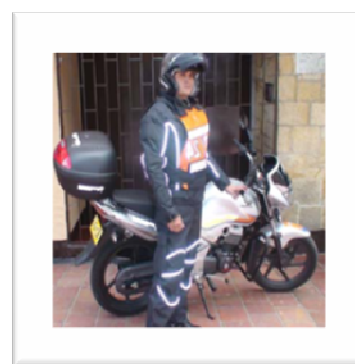
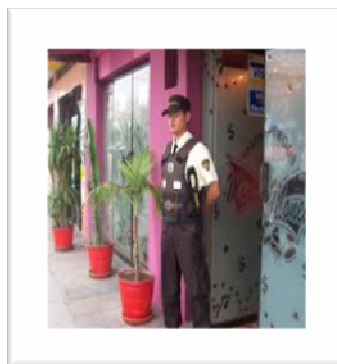
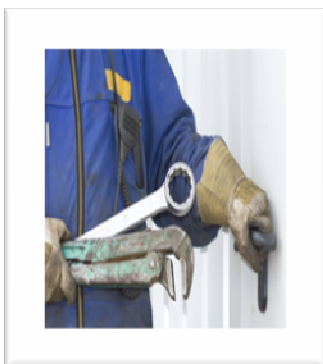
La labor de nuestro personal de mantenimiento, está relacionada muy estrechamente en la prevención de accidentes y lesiones en el trabajador ya que tiene la responsabilidad de mantener en buenas condiciones, la maquinaria y herramienta y el equipo de trabajo, lo cual permite un mejor desenvolvimiento y seguridad evitando en parte riesgos en el área laboral.

Es un servicio que agrupa una serie de actividades cuya ejecución permite alcanzar un mayor grado de confiabilidad en los equipos, máquinas, construcciones civiles e instalaciones.

5.2. - Organigrama Funcional

**NOTA:**

El personal encargado de la entrega de nuestros pedidos delivery (personal motorizado), será por contratación (tercerización)

**06. INVERSIONES****6.1.- INVERSIÓN FIJA****6.1.1.- INVERSIÓN FIJA TANGIBLE**

I. INVERSIÓN FIJA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL (S/.)
1.1 Inversión Fija Tangible			
1.1.1. Maquinaria y Equipos			38,400.00
Conservadora y congeladora 250 lt	2	4,000.00	
Refrigeradora 400 lt	2	4,400.00	
Cocina de 04 hornillas	2	4,200.00	
Computadoras Pentium IV	4	7,600.00	
Horno microondas	2	800.00	
Tanque estacionario 1000 lt	1	17,400.00	
1.1.2. Equipos Auxiliares y otros			-
1.1.3. Muebles y Enseres			3,400.00
Estantería y otros		3,400.00	
otal Inversión Fija Tangible			41,800.00

6.1.2- INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

I. INVERSIÓN FIJA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL (S/.)
1.2 Inversión Fija Intangible			
1.2.1. Gastos de Estudio Preliminares			-
Constitución de la empresa, permisos, licencia			1,590.00
1.2.2. Gastos de Localización			3,000.00
1.2.3. Gastos de Construcción			-
1.2.4. Gastos Seguridad			-
1.2.5. Gastos de Instalación y montaje			-
1.2.6. Intereses Pre- operativos			-
1.2.7. Software y diseño pagina web			5,850.00
Total Inversión Fija Intangible			10,440.00

6.2.- CAPITAL DE TRABAJO
6.2.1.- CAPITAL DE TRABAJO PREOPERATIVO

II. CAPITAL DE TRABAJO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL (S/.)
2.1 Capital de Trabajo Preoperativo			
2.1.1. Materias Primas			-
2.1.2. Materiales anexos a la producción			-
2.1.3. Productos Terminados			-
2.1.4. Planilla Pre –operativa			-
2.1.5. Caja			8,000.00
En Efectivo		5,000	
En Cuentas Corrientes		3,000	
2.2.6. Pago por Servicios (cobertura del 1er mes)			960.00
Agua		350	
Energía Eléctrica		430	
Servicio Telefónico - Internet		180	
2.1.7. Cuentas por cobrar			-
Total Capital de trabajo Preoperativo			8,960.00

6.2.2.- CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO

II. CAPITAL DE TRABAJO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL (S/.)
2.2 Capital de Trabajo Operativo			
2.2.1. Materias Primas			4,816.00
2.2.2. Materiales anexos a la producción (cobertura del 1er mes)	Por Mes		1,140.00
Platos descartables	1800	450	
Otros descartables (vasos, cubiertos, etc.)	1800	216	
Bolsas plásticas	1800	144	
Uniformes de cocineros y ayudantes	11	330	
2.2.3. Combustibles, lubricantes y otros (cobertura del 1er mes)			970.00
Petróleo		0	
Gas		850	
Otros lubricantes y limpieza		120	
2.2.4. Alquileres diversos	Mensual		83,616.00
Local	\$26,400.00	76,560	
Camionetas	2	4,056	
2.2.5. Servicio de terceros (Personal motorizado -con motocicletas)	5	3,000	

2.2.6. Planilla Operativa - Empleado (cobertura del 1er mes)			18,850.00
Chefs	3	6,000	
Ayudante de cocina	3	3,600	
Contador	1	3,000	
Administrador	1	3,000	
Personal de cobro	1	800	
Teleoperadores	2	1,200	
Seguridad - Vigilancia	1	700	
Personal de Mantenimiento	1	550	
Total Capital de trabajo Operativo			109,392.00

6.3.- INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

CONCEPTO	S/.
Total Inversión Fija Tangible	41,800.00
Total Inversión Fija Intangible	10,440.00
Total Capital de trabajo Preoperativo	8,960.00
Total Capital de trabajo Operativo	109,392.00
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	170,592.00

07. FINANCIAMIENTO

Para el caso de nuestro proyecto, se solicitará un préstamo bancario para solventar el 12% del capital de trabajo total, con una tasa de interés del 30%. Dicho préstamo se amortizará con 4 cuotas anuales y vencidas, de la forma siguiente:

INVERSIÓN TOTAL	% de Invers.	(S/.)
CAPITAL PROPIO	88%	150,592.00
CAPITAL AJENO - PRESTAMO BANCARIO	12%	20,000.00
TOTAL	100%	170,592.00

Datos:

Tea: 30%

Nº de cuotas: 4 cuotas anuales y vencidas.

Por fórmula hallamos que el valor de la cuota a pagar será de: s/ 9,232.58. Se hará efectivo el pago de las cuotas con su respectivo interés de acuerdo al detallado del siguiente cuadro:

Nº CUOTAS	CUOTA TOT.	CUOTA PR.	CUOTA INT.	SALDO
0				20,000.00
1	9,232.58	3,232.58	6,000.00	16,767.42
2	9,232.58	4,202.36	5,030.22	12,565.06
3	9,232.58	5,463.07	3,769.52	7,101.99
4	9,232.58	7,101.99	2,130.60	0.00
TOTALES	36,930.34	20,000.00	16,930.34	

Como notamos, al final del pago de la totalidad de las cuotas se desembolsará un total de S/ 36,930.34 dándonos un escudo fiscal por S/. 16,930.34

08. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

Año		0	1	2	3	4	5
Demanda de platos			21,600	32,400	32,400	32,400	32,400
Margen por plato	6		129,600	194,400	194,400	194,400	194,400
Ingresos por ventas			129,600	194,400	194,400	194,400	194,400
Valor residual inmuebles			0	0	0	0	
Valor residual maquinarias y equipos			0	0	0	0	7,680
1.- Total Ingresos			129,600	194,400	194,400	194,400	202,080
Costo fijo de existencia			4,816	4,816	4,816	4,816	4,816
Costos indirectos del servicio			2,110	2,110	2,110	2,110	2,110
Gasto de Personal			18,850	18,850	18,850	18,850	18,850
Gasto Fijo de Alquiler			83,616	83,616	83,616	83,616	83,616
Gastos de Servicios			960	960	960	960	960
Gastos Operativos Anuales			110,352	110,352	110,352	110,352	110,352
Depreciacion de muebles y enseres			680	680	680	680	680
Depreciacion de maquinarias y equipo			6,400	6,400	6,400	6,400	6,400
Amortizacion de intangibles			5,760	1,170	1,170	1,170	1,170
Valor en libros de maquinarias y equipo							6,400
2.- Total Egresos			123,192	118,602	118,602	118,602	125,002
3.- Ingresos netos gravables			6,408	75,798	75,798	75,798	77,078
Impuestos	30%		1,922	22,739	22,739	22,739	23,123
4.- Utilidades despues de impuestos			4,486	53,059	53,059	53,059	53,955
Depreciacion de muebles y enseres			680	680	680	680	680
Depreciacion de maquinarias y equipo			6,400	6,400	6,400	6,400	6,400
Amortizacion de intangibles			5,760	1,170	1,170	1,170	1,170
Valor en libros de maquinarias y equipo							6,400
INVERSIONES							
1.1 Inversion Fija Tangible							
1.1.1. Maquinaria y Equipos	38,400						
1.1.3. Muebles y Enseres	3,400						
Total Inversion Fija	41,800						
1.2 Inversión Fija Intangible							
1.2.1. Gastos de Estudio Preliminares	1,590						
1.2.2. Gastos de Localización	3,000						
1.2.7. Software y diseño pagina web	5,850.00						
Total Inversion Fija Intangible	10,440						
2.1 Capital de Trabajo							
Total Capital de Trabajo	118,352						
Flujo De Caja Económico			-170,592	17,326	61,309	61,309	61,309
COK	12%		-170,592	15,469	48,875	43,638	38,963
VAN	S/. 15,281						38,928
TIR	15.07%						

Como se observa, el cálculo del VAN requiere previamente de la fijación de una tasa de descuento; dicha tasa debe reflejar el rendimiento máximo que puede obtener el uso de recursos en fuentes de inversión alternativas. Por lo tanto, el Proyecto será rentable o conveniente debido a que el valor actual neto económico es mayor a cero.

Al ser el Valor Actual Neto Económico (VANE) mayor que 0, entonces podemos calcular el Valor Actual Neto Financiero (VANF) para poder observar si nuestro escudo fiscal, en nuestro proyecto, nos brindará una mayor rentabilidad.

09. EVALUACIÓN FINANCIERA

Como dijimos en el punto anterior, a continuación hallaremos nuestro Valor Actual Neto Financiero para poder comprobar si el proyecto es mucho más rentable con el escudo fiscal

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo De Caja Económico	-170,592	17,326	61,309	61,309	61,309	68,605
PAGO DE PRINCIPAL		-3,232.58	-4,202.36	-5,463.07	-7,101.99	
PAGO DE INTERES		-6,000.00	-5,030.22	-3,769.52	-2,130.60	
IMPUESTO A LA RENTA		1800.00	1509.07	1130.86	639.18	
PRÉSTAMO	20,000					
Flujo de Caja del Financiamiento Neto	20,000	-7,433	-7,724	-8,102	-8,593	0
Flujo de Caja Financiero	-150,592	9,893	53,585	53,207	52,715	68,605
COK	12%					
VANF	S/. 11,260					

Como observamos nuestro VAN financiero es menor que nuestro VAN económico, por lo tanto para efectos teóricos no nos convendría solicitar el préstamo bancario. Sin embargo, de todas formas pediremos el préstamo a la entidad bancaria debido a que no se cuente con el capital de trabajo suficiente para financiarlo por completo.

10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

DATOS:

Escenarios:	Optimista	Normal	Pesimista
Participación del mercado	60%	40%	30%
Margen por plato	10	6	5.5
Participación del capital propio	95%	88%	70%
Tasa efectiva Anual (TEA)	20%	30%	35%

Inversión	170,592	
Tamaño del mercado	54000	unidades
Tasa impositiva:	30%	
Rendimiento esperado	12%	
Crecimiento en el segundo año	50%	

ESCENARIO NORMAL

Partidas	Año 0	Escenario Normal				
		1	2	3	4	5
Inversión	-170,592.00					
Ingresos por ventas		129,600.00	194,400.00	194,400.00	194,400.00	194,400.00
Valor residual - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	7,680.00
Gastos Operativos Anuales		110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00
Depreciación - Inversión Tangible		7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00
Depreciación - Inversión Intangible		5,760.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00
Valor en libros - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	6,400.00
Intereses (Gastos Financieros)		6,141.31	5,148.70	3,858.30	2,180.78	
Beneficios antes de impuestos		266.69	70,649.30	71,939.70	73,617.22	77,078.00
Impuestos	30%	80.01	21,194.79	21,581.91	22,085.17	23,123.40
Beneficio neto		186.68	49,454.51	50,357.79	51,532.06	53,954.60
+ Depreciación		12,840.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00
+ Gastos Financieros		6,141.31	5,148.70	3,858.30	2,180.78	0.00
Flujo de Caja operativo		19,167.99	62,853.21	62,466.09	61,962.83	62,204.60
Flujo de Caja Económico		17,325.60	61,308.60	61,308.60	61,308.60	68,604.60
Flujo de Caja del Financiamiento Neto	20,471.04	-7,607.64	-7,905.42	-8,292.54	-8,795.80	0.00
Flujo de Caja Financiero	-150,120.96	9,717.96	53,403.18	53,016.06	52,512.80	68,604.60

Escenario	VAN	TIR
Normal	11,165.19	14.46%

ESCENARIO OPTIMISTA

Partidas	Año 0	Escenario Optimista				
		1	2	3	4	5
Inversión	-170,592.00					
Ingresos por ventas		324,000.00	486,000.00	486,000.00	486,000.00	486,000.00
Valor residual - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	7,680.00
Gastos Operativos Anuales		110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00
Depreciación - Inversión Tangible		7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00
Depreciación - Inversión Intangible		5,760.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00
Valor en libros - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	6,400.00
Intereses (Gastos Financieros)		1,705.92	1,388.13	1,006.77	549.15	
Beneficios antes de impuestos		199,102.08	366,009.87	366,391.23	366,848.85	368,678.00
Impuestos	20%	39,820.42	73,201.97	73,278.25	73,369.77	73,735.60
Beneficio neto		159,281.66	292,807.90	293,112.98	293,479.08	294,942.40
+ Depreciación		12,840.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00
+ Gastos Financieros		1,705.92	1,388.13	1,006.77	549.15	0.00
Flujo de Caja operativo		173,827.58	302,446.03	302,369.75	302,278.23	303,192.40
Flujo de Caja Económico		153,405.60	265,428.60	265,428.60	265,428.60	272,724.60
Flujo de Caja del Financiamiento Neto	8,529.60	-2,783.12	-2,878.45	-2,992.86	-3,130.15	0.00
Flujo de Caja Financiero	-162,062.40	150,622.48	262,550.15	262,435.74	262,298.45	272,724.60

Escenario	VAN	TIR
Optimista	689,968.58	121.23%

ESCENARIO PESIMISTA

Partidas	Año 0	Escenario Pesimista				
		1	2	3	4	5
Inversión	-170,592.00					
Ingresos por ventas		89,100.00	133,650.00	133,650.00	133,650.00	133,650.00
Valor residual - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	7,680.00
Gastos Operativos Anuales		110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00	110,352.00
Depreciación - Inversión Tangible		7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00	7,080.00
Depreciación - Inversión Intangible		5,760.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00	1,170.00
Valor en libros - Maquinarias y equipos		0.00	0.00	0.00	0.00	6,400.00
Intereses (Gastos Financieros)		17,912.16	15,211.65	11,565.96	6,644.27	
Beneficios antes de impuestos		-52,004.16	-163.65	3,482.04	8,403.73	16,328.00
Impuestos	35%	-18,201.46	-57.28	1,218.72	2,941.30	5,714.80
Beneficio neto		-33,802.70	-106.37	2,263.33	5,462.42	10,613.20
+ Depreciación		12,840.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00	8,250.00
+ Gastos Financieros		17,912.16	15,211.65	11,565.96	6,644.27	0.00
Flujo de Caja operativo		-3,050.54	23,355.28	22,079.28	20,356.70	18,863.20
Flujo de Caja Económico		-11,024.40	18,783.60	18,783.60	18,783.60	26,079.60
Flujo de Caja del Financiamiento Neto	51,177.60	-20,254.26	-21,064.41	-22,158.12	-23,634.63	0.00
Flujo de Caja Financiero	-119,414.40	-31,278.66	-2,280.81	-3,374.52	-4,851.03	26,079.60

Escenario	VAN	TIR
Pesimista	-139,846.60	

11. CONCLUSIONES

Para nuestro caso, nuestro proyecto será rentable tanto en un escenario normal con un valor actual neto positivo por S/. 11,165.19 nuevos soles teniendo una tasa interna de retorno de 14.46%, como un escenario optimista con un valor actual neto positivo por S/. 689,968.58 nuevos soles teniendo una tasa interna de retorno de 121.23%, sin embargo se tiene un valor actual neto negativo de -139,846.60 nuevos soles en un escenario pesimista.

Nuestro proyecto, luego de nuestro análisis de sensibilidad es viable a pesar de que en el escenario pesimista nos sale un VAN negativo, solamente es importante recalcar que se usó esas variables porque es necesario tomarlas en cuenta por su impacto en nuestro proyecto.

Se recomienda desarrollar el proyecto si es que no se tiene indicios de alinearse a un escenario pesimista.

BIBLIOGRAFIA

FUENTE: INTERNET

- <http://www.google.com.pe/imgres?imgurl=/>
- www.comprana.com/imagenes/delivery-de-lamuerzo-aempresa_09-06-30_22-46-31_0_.jpg&imgrefurl=
- www.comprana.com/servicio-de-comidas/&usg=__oUqsDteicWnQmbcgSFZcF-FfUGw=&h=800&w=800&sz=68&hl=es&start=1&itbs=1&tbnid=bd3vc7TPMckGqM:&tbnh=143&tbnw=143&prev=/images%3Fq%3DPROYECTO%2BSERVICIO%2BDE%2BCOMIDA%2BDELIVERY%26hl%3Des%26sa%3DG%26gbv%3D2%26tbs%3Disch:1
- www.delicias pilar.com

FUENTE: LIBROS

- Formulación de proyectos, carlos yupanqui marin edicion año 2007
- Proyectos de inversion, pj.guema edicion año 2010
- Evaluacion y proyectos de inversion, vasquez edicion 2008
- Tu propio Negocio, Maria Elena Cornejo,edición 2009.Editora El Comercio S.A.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

EAP. CONTABILIDAD

PROYECTO DE INVERSIÓN



Integrantes

Flores Cuba, Yvonne
Mora Espinal, Petter
Castro Quiroz, Anthony
Santos Suárez, Santiago Ike

Docente

Econ. Hidalgo Tupia, Manuel

2010

ÍNDICE

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	03
01. RESUMEN EJECUTIVO.....	04
02. ESTUDIO DE MERCADO.....	05
2.1. Descripción del bien o servicio.....	05
2.2. El mercado proveedor.....	06
2.3. Análisis del consumidor.....	08
2.4. Análisis de la competencia.....	10
2.5. Análisis de precios.....	12
2.6. Determinación de la demanda específica para el proyecto.....	13
2.7. Análisis del sistema de comercialización.....	15
03. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	19
04. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	19
4.1. Descripción del servicio.....	19
4.2. Proceso del servicio.....	20
4.3. Flujograma del proceso.....	23
4.4. Especificaciones de los equipos de funcionamiento.....	23
05. ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....	29
5.1. Puesto de trabajo.....	30
5.2. Organigrama funcional.....	32
06. INVERSIONES.....	32
6.1. Inversión Fija.....	32
6.1.1. Inversión Fija Tangible.....	33
6.1.2. Inversión Fija Intangible.....	33
6.2. Capital de trabajo.....	33
6.2.1. Capital de Trabajo Preoperativo.....	33
6.2.2. Capital de Trabajo Operativo.....	33
6.3. Inversión Total del Proyecto.....	34
07. FINANCIAMIENTO.....	34
08. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS.....	35
09. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	36
10. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	36
11. CONCLUSIONES.....	40
BIBLIOGRAFIA.....	40