



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE
NATURAL FOODS EN LA CIUDAD DE TRUJILLO”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR

**Bach. PELAEZ LESCANO, GINA MIRELLA
<https://orcid.org/0000-0003-1078-1886>**

ASESOR

**Mg. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>**

**LIMA – PERÚ
2022**

DEDICATORIA

A mi Padre que en paz descanse, por sus enseñanzas y el impulso para mi desarrollo profesional, y a mi hijo por su Amor y apoyo incondicional en el logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, que en su infinito amor permite que pueda concluir un objetivo más en mi vida, como es mi crecimiento profesional.

Gracias a mi hijo, Sebastián Vasco, fuente de mi inspiración, por su comprensión y valioso apoyo para culminar este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xii
INTRODUCCION	xiii
CAPITULO I	1
I. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	1
1.1. Formulación de idea de negocio	1
1.2. Descripción de la empresa.....	2
1.3. Perfil de la empresa	2
1.4. Misión	3
1.5. Visión.....	3
1.6. Valores.....	4
1.7. El producto.....	4
1.8. Matriz FODA	5
1.9. Modelo Canvas	7
1.9. Objetivos estratégicos generales	8
CAPITULO II	9
II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO	9
2.1. Análisis del microentorno	9
2.2.1. Investigación de Mercado	9
2.1.2. Técnicas	9
2.1.3. Cliente	10
2.1.4. Segmentación.....	10
2.1.5. Competidores	11
2.1.6. Proveedores	12
2.2. Análisis del macroentorno	12
2.2.1. Factores Legales	12

2.2.2.	Factores Económicos	14
2.2.3.	Factores Políticos	15
2.2.4.	Factores Demográficos.....	16
2.2.5.	Factores Socio-culturales.....	17
2.2.6.	Factores Medio Ambientales.....	18
CAPITULO III	19
III. ESTUDIO DE MERCADO	19
3.1. Oferta	19
3.1.1.	Análisis de competencia directa:.....	19
3.1.2.	Análisis de competencia indirecta:.....	23
3.2. Demanda	27
CAPITULO IV	51
IV. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	51
4.1. Mercado	51
4.1.2.	Mercado Objetivo Proyectado.....	52
4.2. Marketing Mix	52
4.2.1.	Producto	52
4.2.2.	Precio	53
4.2.3.	Plaza	53
4.2.4.	Promoción	54
V. PLAN TÉCNICO	55
5.1. Localización de la empresa	55
5.2. Tamaño del negocio	58
5.3. Necesidades	58
5.4. Costos	61
5.4.1.	Costos Directos	61
5.4.2.	Costos Indirectos.....	65
5.4.3.	Planilla de Personal	67
5.4.4.	Gastos Administrativos	68
5.4.5.	Gastos de Ventas	69
5.4.6.	Determinación de Precio.....	69
5.5. Proceso de producción u operación	71
5.5.1.	Flujograma del Proceso de Compras.....	71
5.6. Certificaciones necesarias	77
5.6.1.	Licencias y Permisos	77
5.6.2.	Regulación Sectorial.....	78
5.6.3.	Regulación Sanitaria.....	79
5.6.4.	Regulación sobre Salud y Seguridad Ocupacional	80
5.7. Impacto en el medio ambiente	80
5.8. Plan Organizacional y de Recursos Humanos	81

5.8.1	Organigrama	81
5.8.2	Obligaciones Laborales	82
VI.	PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	85
6.1.	Inversiones.....	85
6.2.	Ingresos y egresos	88
6.3.	Deuda.....	90
6.4.	Flujo de caja	93
6.5.	Evaluación económica y financiera.....	95
6.6.	Estados financieros proyectados	96
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
10.3.	Bibliografía	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz Foda</i>	6
Tabla 2 <i>Modelo Canvas</i>	7
Tabla 3 <i>Perfil Base</i>	10
Tabla 4 <i>Segmentación Base</i>	11
Tabla 5 <i>Fórmula para Poblaciones Finitas</i>	27
Tabla 6 <i>¿Con quién vive Usted?</i>	28
Tabla 7 <i>¿Le gusta cocinar?</i>	29
Tabla 8 <i>¿Con qué frecuencia almuerza y/o cena en la calle?</i>	30
Tabla 9 <i>¿Considera usted que NO dispone de tiempo para resolver cada día un régimen saludable de comidas que cuiden su salud?</i>	31
Tabla 10 <i>¿Está satisfecho con lo que come diariamente (en almuerzo, cena)?</i>	32
Tabla 11 <i>¿Considera Usted que lleva una alimentación diaria saludable?</i>	33
Tabla 12 <i>¿Por qué considera que no lleva una alimentación diaria saludable?</i>	34
Tabla 13 <i>¿Si podría, cambiaría usted su estilo de alimentación actual?</i>	35
Tabla 14 <i>¿Estaría dispuesto a consumir la comida sana de Natural Foods elaborada especialmente a sus necesidades en el mismo local o por servicio delivery?</i>	36
Tabla 15 <i>¿Qué comida(s) le gustaría que el servicio abarque?</i>	37
Tabla 16 <i>¿A cuál de los siguientes programas alimenticios le gustaría acceder?</i>	38
Tabla 17 <i>¿Cuánto gasta diariamente en su alimentación (almuerzo, merienda, cena)?</i>	39
Tabla 18 <i>¿De qué manera preferiría pagar este servicio?</i>	40
Tabla 19 <i>¿Tiene algún problema de salud?</i>	41
Tabla 20 <i>¿Cómo le gustaría conocer las ofertas y promociones?</i>	42
Tabla 21 <i>¿En qué rango estaría dispuesto a pagar?</i>	43
Tabla 22 <i>¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?</i>	44
Tabla 23 <i>¿Asistes a algún restaurante de comida saludable?</i>	45
Tabla 24 <i>¿Qué es lo que le desagrada de la oferta actual?</i>	46
Tabla 25 <i>El nombre: “Natural Foods” le parece:</i>	47
Tabla 26 <i>Sexo</i>	48
Tabla 27 <i>Mercado Potencial – Disponible – Efectivo Proyectado</i>	51
Tabla 28 <i>Mercado Objetivo Proyectado</i>	52

Tabla 29 <i>Carta de Almuerzos.</i>	52
Tabla 30 <i>Carta de Cenas.</i>	53
Tabla 31 <i>Criterios para la Localización del Local.</i>	55
Tabla 32 <i>Tamaño del Proyecto.</i>	58
Tabla 33 <i>Maquinaria, Equipo y Utensilios Varios.</i>	59
Tabla 34 <i>Equipo de Cómputo.</i>	59
Tabla 35 <i>Mobiliario.</i>	60
Tabla 36 <i>Mano de Obra.</i>	60
Tabla 37 <i>Materia Prima e Insumos.</i>	61
Tabla 38 <i>Materia Prima e Insumos.</i>	61
Tabla 39 <i>Materia Prima e Insumos.</i>	62
Tabla 40 <i>Mano de Obra Directa e Indirecta.</i>	64
Tabla 41 <i>Costos de Materiales Directos.</i>	64
Tabla 42 <i>Cantidad de Producción de Servicios.</i>	65
Tabla 43 <i>Servicios Básicos.</i>	65
Tabla 44 <i>Útiles de Limpieza.</i>	66
Tabla 45 <i>Útiles de Escritorio.</i>	67
Tabla 46 <i>Servicios de Comunicación.</i>	67
Tabla 47 <i>Consolidado de Costos de Personal.</i>	68
Tabla 48 <i>Gastos Administrativos.</i>	68
Tabla 49 <i>Gastos de Ventas.</i>	69
Tabla 50 <i>Costos de Insumos para Determinación de Precio Promedio.</i>	70
Tabla 51 <i>Beneficios de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa - Ley 28015.</i>	83
Tabla 52 <i>Estructura de Capital.</i>	85
Tabla 53 <i>Inversión, Depreciación de Activos Fijos.</i>	86
Tabla 54 <i>Inversión, y amortización de Intangibles.</i>	87
Tabla 55 <i>Inversión, y amortización de Intangibles.</i>	88
Tabla 56 <i>Presupuesto de Ingresos.</i>	88
Tabla 57 <i>Presupuesto de Gastos de Materiales Directos.</i>	89
Tabla 58 <i>Presupuesto de Gastos de Materiales Directos.</i>	89
Tabla 59 <i>Alternativas de Financiamiento Externo.</i>	90
Tabla 60 <i>Bancos Seleccionado para el Financiamiento.</i>	91
Tabla 61 <i>Alternativa de Financiamiento para Capital de Trabajo.</i>	91
Tabla 62 <i>Alternativa de Financiamiento para Activo Fijo.</i>	91
Tabla 63 <i>Plan Financiero Capital de Trabajo.</i>	92
Tabla 64 <i>Plan Financiero Activo Fijo.</i>	92

Tabla 65 <i>Plan Financiero</i>	93
Tabla 66 <i>Flujo Operativo</i>	93
Tabla 67 <i>Flujo de Capital</i>	94
Tabla 68 <i>Flujo de Cajas Económico</i>	95
Tabla 69 <i>Flujo de Caja Financiero</i>	95
Tabla 70 <i>Indicadores VANE y TIRE</i>	96
Tabla 71 <i>Balance General Proyectado</i>	98
Tabla 72 <i>Estado de Resultados Proyectados</i>	99
Tabla 73 <i>Flujo de Efectivo</i>	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Producto Bruto Interno y Demanda Interna, 2008_I - 2021_IV</i>	15
Figura 2 <i>Evolución del Nivel Socioeconómico en el Perú</i>	17
Figura 3 <i>Clientes de Sabor & Salud</i>	20
Figura 4 <i>Vista del local y Cliente del Patio Rojo</i>	21
Figura 5 <i>Opciones de Arma tu Bowl</i>	22
Figura 6 <i>Menú del Día en Mais</i>	23
Figura 7 <i>Menú Desayunos</i>	24
Figura 8 <i>Menú Otros Platos</i>	25
Figura 9 <i>Platos Variados de NaturLandia</i>	26
Figura 10 <i>¿Con quién vive Usted?</i>	28
Figura 11 <i>¿Le gusta cocinar?</i>	29
Figura 12 <i>¿Con qué frecuencia almuerza y/o cena en la calle?</i>	30
Figura 13 <i>¿Considera usted que NO dispone de tiempo para resolver cada día un régimen saludable de comidas que cuiden su salud?</i>	31
Figura 14 <i>¿Está satisfecho con lo que come diariamente (en almuerzo, cena)?</i>	32
Figura 15 <i>¿Considera Usted que lleva una alimentación diaria saludable?</i>	33
Figura 16 <i>¿Por qué considera que no lleva una alimentación diaria saludable?</i>	34
Figura 17 <i>¿Si podría, cambiaría usted su estilo de alimentación actual?</i>	35
Figura 18 <i>¿Estaría dispuesto a consumir la comida sana de Natural Foods elaborada especialmente a sus necesidades en el mismo local o por servicio delivery?</i>	36
Figura 19 <i>¿Qué comida(s) le gustaría que el servicio abarque?</i>	37
Figura 20 <i>¿A cuál de los siguientes programas alimenticios le gustaría acceder?</i>	38
Figura 21 <i>¿Cuánto gasta diariamente en su alimentación (almuerzo, merienda, cena)?</i>	39
Figura 22 <i>¿De qué manera preferiría pagar este servicio?</i>	40
Figura 23 <i>¿Tiene algún problema de salud?</i>	41
Figura 24 <i>¿Cómo le gustaría conocer las ofertas y promociones?</i>	42
Figura 25 <i>¿En qué rango estaría dispuesto a pagar?</i>	43
Figura 26 <i>¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?</i>	44

Figura 27 <i>¿Asistes a algún restaurante de comida saludable?</i>	45
Figura 28 <i>¿Qué es lo que le desagrada de la oferta actual?</i>	46
Figura 29 <i>El nombre: “Natural Foods” le parece:</i>	47
Figura 30 <i>Sexo</i>	48
Figura 31 <i>Edad</i>	49
Figura 32 <i>Ocupación</i>	49
Figura 33 <i>Plano de las Instalaciones del Local</i>	56
Figura 34 <i>Mapa de Procesos</i>	71
Figura 35 <i>Gestión de Producción</i>	73
Figura 36 <i>Gestión de Talento Humano</i>	74
Figura 37 <i>Gestión de Aprovisionamiento</i>	76
Figura 38 <i>Organigrama Propuesto</i>	81

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo el servicio consiste en ofrecer al cliente el servicio de almuerzos y cenas saludables en nuestro local o por delivery, denominado "Natural Foods", la carta está basada en una dieta saludable, y estará ubicado en el centro de la ciudad de Trujillo, distrito y provincia de Trujillo, departamento de La Libertad.

Esta dirigido a los sectores socioeconómico A, B y C, de veinticinco años a más, personas que desean mantener una buena salud, o por mantener diagnósticos de salud en los cuales les recomienda mantener una alimentación sana.

Se realizó el analisis para identificar el mercado objetivo, determinar nuestro plan organizacional, precios y cumplir con todos los requisitos para la formalización de la empresa.

Se ha realizado la evaluación de los indicadores financieros que permitan determinar cuan viables es el proyecto. El VAN obtenido es positivo, por lo tanto, el proyecto es factible desde el punto de vista económico y financiero. Los valores obtenidos para el VANE y VANF son S/ 495,000.06 soles y S/ 497,166.73 soles respectivamente. Y la TIRE obtenida es de 54.52% y 69.07% en términos nominales y la TIRF obtenida es de 48.61% y 62.60% en términos reales, determinándose que el proyecto es factible.

INTRODUCCION

La situación de las personas desde marzo del 2020 por inicio de la pandemia Covid-19, ha tenido un cambio radical en la salud de las personas, muchas de ellas se volvieron sedentarias por la misma emergencia que se estaba viviendo, asimismo otro grupo de personas por estrés y falta de ejercicio físico cuentan con sobrepeso, el mantenerse en casa realizando trabajo remoto o realizando estudios remoto ha generado que buen porcentaje de la población cuente con sobrepeso, lo cual repercute en la salud de las personas. Es en ese sentido, que pensando en mejorar la salud de estas personas surge la idea de preparar almuerzos saludables con dietas adecuadas y personalizadas que les permita reducir el peso incrementado y a la vez llevar una mejor alimentación.

El subsector restaurantes en junio del 2021 tuvo un incremento creciendo un 224,59%, en relación al año 2020 evolucionando positivamente, los diferentes establecimientos brindaron solo servicio delivery debido a la pandemia covid-19 tal como lo señala el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Por otra parte, por eliminación de restricciones se dio mayor dinamismo en pollerías, comidas rápidas, restaurantes, chifas, carnes y parrillas, cevicherías y café restaurantes, entre otros. (INEI, 2021)

Las personas deben considerar llevar una dieta saludable que les permita protegerse de las enfermedades tales como: diabetes, cardiopatías, accidentes cerebrovasculares y el cáncer. Una dieta inadecuada y falta de ejercicio físico son factores de riesgo en la salud, establecer hábitos alimenticios desde temprana edad es muy importante ya que genera beneficios tales como la reducción de sobrepeso y/o obesidad. El consumo de alimentos debe ser equilibrado el consumo de grasas no debe superar el 30% y el consumo de azúcar debe ser limitado, asimismo mantener un consumo bajo de sal y mayor consumo de frutas y verduras. (Organización Mundial de la Salud (OMS), 2018)

En el sector salud considera que el problema alimentario es un factor relevante en las enfermedades tales como: la obesidad, hipertensión, enfermedades cardiovasculares, diabetes, desnutrición, anemia, osteoporosis, algunos cánceres y otras enfermedades. La carente alimentación en la población genera que sus defensas se encuentren bajas y con la pandemia covid-19 se pudo constatar ya que la población afectada fue muy elevada son en muchos casos, producto de una alimentación inadecuada, carente de alimentos que nutran y fortalezcan las defensas de los peruanos. Asimismo, se evidencio que la población de Lima Metropolitana incremento en un 40% de adultos incremento su consumo de alimentos y más del 50% incrementó su apetito en cuarentena. (Instituto Nacional de Salud, 2021)

La investigación se fundamentó en los siguientes antecedentes que se detallan a continuación:

Flores et al., (2017) en Perú, desarrollaron la investigación de tipo validación de hipótesis. Los autores concluyeron que el proyecto es atractivo con una visión a largo

plazo se obtuvo un VAN del inversionista de S/273,487.61 nuevos soles y una TIR de 190% guardando relación con los ratios del ROA y ROE son altas con más de 40% de rentabilidad, asegurando de esa manera la recuperación de la inversión en el primer año. Asimismo, se cuenta con público objetivo que solicitan comida saludable por delivery diariamente.

Neyra et al., (2016) en Perú. Los autores concluyeron que la ventaja competitiva se basa en la calidad de los productos, variada de alimentos saludables y focalizada en el cliente, con enfoque en la innovación y orientación hacia el cliente. A largo plazo las ventas en el periodo 2017 – 2021 superaran el 60%, basándose en la estrategia de crecimiento de penetración de mercado. La inversión inicial será de S/ 102.775,49; por el aporte de los socios en un 100%. Se espera que, al quinto año de funcionamiento, se obtenga las utilidades después de impuestos, la suma de S/ 256.772,36. El VAN es de S/ 93.136,73 y la TIR es 48,47%.

(Cárdenas Pinzón & Reyes Ramos, 2017) en Perú. Los autores concluyeron que se identificó consumidores con conocimiento básico de lo que es comida sana y a su vez con recursos limitados que están en busca de alimentación durante su jornada laboral. Asimismo, existe un mercado vacío que no ha sido explotado aun y que son clientes potenciales. Finalmente, los flujos de caja descontados con una tasa del 12% y traídos a valores actuales tenemos un VAN: S/. 5.226 y una TIR: 13%, valores poco atractivos el proyecto es viable desde un escenario pesimista, y desde un escenario optimista los valores obtenidos VAN: S/. 898.725 y una TIR: 112%

La justificación se basa en la tendencia del bienestar de la salud de las personas que están más conscientes de los riesgos a la salud que provoca el estilo de vida actual, para lo cual buscan llevar una mejor nutrición y optar por alternativas de almuerzos saludables que le permitan mejorar su calidad de vida, su aspecto físico como su salud.

El modelo de negocio es una oportunidad de crecimiento el éxito de este negocio se basa en la existencia de clientes potenciales que requieren de una mejor alimentación ya sea para cuidado de su salud o por que requieren de una alimentación saludable por prescripción médica.

Es en ese sentido, que se busca implementar este modelo de restaurante en la ciudad de Trujillo, para lo cual mediante un estudio de mercado se ha determinado la necesidad existente de personas de contar un servicio de comida saludable. El presente proyecto se apoyará de las redes sociales y de una página web.

Por otra parte, se detallan los objetivos del presente plan:

- Desarrollar el plan de negocios para la implementación del restaurante Natural Foods.
- Establecer un plan de marketing para el servicio del restaurante Natural Foods.
- Definir la inversión y costos necesarios del plan de negocios para Natural Foods.
- Determinar la rentabilidad del proyecto Natural Foods.

CAPITULO I

I. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

1.1. Formulación de idea de negocio

El plan de negocio se direcciona a la población que desea mantener una alimentación sana, podrá solicitar dietas de almuerzos de acuerdo a sus necesidades y lo recibirá en el lugar que se ubique en los horarios solicitados como también podrá consumirlos en nuestro local con todas las medidas de seguridad reglamentadas.

Los almuerzos serán elaborados bajo un estricto control de acuerdo a los indicado por un nutricionista con el objeto de obtener los resultados esperados por nuestros clientes. Será difundido por todas las redes sociales considerando que son los medios más usados actualmente, asimismo se publicará la carta semanal de los almuerzos, así como también los clientes podrán solicitar almuerzos personalizados en el caso requieran otro tipo de alimentación especial.

El producto se diferenciará de nuestros competidores tanto directos como indirectos por su calidad, sabor y almuerzos personalizados. La calidad es importante para los clientes potenciales permitiéndoles disfrutar de alimentos altamente nutritivos y buenos para la salud. El sabor no debe variar en las comidas considerando que los peruanos mantenemos un paladar muy exigente, en ese sentido los sabores en los alimentos deben mantenerse sin dejar de ser saludables. Y personalizados debido a

la alta carencia de alimentos saludables a nivel de toda la población un gran porcentaje requiere de almuerzos ricos, pero con calorías y grasas adecuadas para mantener buena salud y que se acomode a sus necesidades.

1.2. Descripción de la empresa

La empresa llevara por nombre comercial: Natural Foods, y se implementará una página web: www.naturalfood.net. Natural food busca brindar alimentos que suministren al organismo los nutrientes y energía necesarios para mantener buena salud.

Todos los alimentos se ejecutarán mediante recetas brindadas por el nutricionista y se elaboraran con insumos de calidad, asimismo deben pasar por un proceso de inocuidad de los alimentos para evitar la contaminación de los alimentos y por consiguiente evitar que nuestros clientes se vean afectados en su salud.

1.3. Perfil de la empresa

El proyecto Natural Foods se constituirá bajo una Sociedad Anónima Cerrada, sujeta a la Nueva Ley General de Sociedades No. 26887. Se ubica dentro del Sector de Servicios Industria de Alimentos. En la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU, código No. 5521.

El servicio consiste en ofrecer al cliente el servicio de almuerzos saludables tanto en el mismo local como por delivery. En el caso del traslado de los almuerzos por delivery serán embalados en envases biodegradables, asimismo se utilizarán loncheras de cartón dúplex. Las medidas de las loncheras serán de Alto: 12cm, Largo: 20cm y Ancho:15cm.

La finalidad principal del proyecto es la implementación del local para el proyecto de inversión “Natural Foods”, se pretende diseñar un local moderno, seguro, para lograr el confort y seguridad del público en general y de nuestros colaboradores. El área del proyecto constara de 120 metros cuadrados el mismo que será alquilado, el establecimiento se ubicará la ciudad de Trujillo, Distrito de Trujillo, Provincia Trujillo, Departamento de La Libertad. Las instalaciones se dividirán en Cocina, Zona de despacho, Sala de almuerzos, Almacén, Oficina, Servicios Higiénicos, Sala de espera. Todas las áreas contarán con servicio de agua, luz, gas, servicio de internet DSL con acceso Wifi y telefonía fija.

Para la implementación física del local se requerirá de:

- Adquisición de mesa de trabajo, estantes empotrados, equipos y herramientas de cocina.
- Adquisición de mesas y sillas y mobiliario para la oficina de atención al cliente, oficina de la administración y caja.
- Adquisición de moto lineal para transporte del producto del delivery.

1.4. Misión

Brindar el servicio de alimentación saludable preparados con insumos de mejor calidad, elaborados con seguridad y salubridad. Trabajamos para generar valor para todos nuestros stakeholders, asimismo prestando un servicio confiable y manteniendo un clima laboral que estimule el desarrollo de nuestros colaboradores.

1.5. Visión

En el año 2027 ser considerado una empresa líder en el mercado trujillano, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes en la preparación de sus

almuerzos, orientada a la mejora continua de sus procesos y comprometida a entregar siempre productos con insumos de calidad y eficiente en el servicio.

1.6. Valores

Reflejan la cultura de la empresa y por medio de los cuales los colaboradores deben regir su comportamiento en el local. Dentro de los cuales tenemos:

- Creatividad:

Respetamos la herencia cultural, a partir de su conocimiento empleamos la creatividad para realizar nuevos platos y crear nuevas versiones de una comida saludable.

- Amabilidad y cortesía:

Ofrecemos un trato cálido y profesional hacia nuestros clientes, estando pendientes de su comodidad y nos anticipamos a los puedan necesitar, creando un ambiente agradable.

- Pasión:

Contamos con profesionales comprometidos, estando dispuestos a dar lo mejor de sí mismos, logrando que la experiencia de nuestros clientes sea algo único y muy agradable.

- Trabajo en equipo:

A través de la buena comunicación, la organización y el compromiso común de agradar, sorprender y hacer felices a nuestros clientes.

1.7. El producto

Consiste en ofrecer al cliente el servicio de almuerzos y cenas saludables en nuestro local o por delivery, los cuales estarán basados en una dieta saludable según los requerimientos de cliente y los diseñados por el nutricionista del restaurante. El

cliente puede seleccionar entre almuerzos que se ofrecen en la carta que ofrece el restaurante o lo que el cliente desee solicitar de forma personalizada.

¿Cómo funciona el servicio?

La carta se publicará de manera semanal en las diferentes redes sociales con la finalidad que puedan realizar sus pedidos con anticipación ya sea para consumo en nuestro local o para despacho por delivery, el pago podrá realizar en efectivo o pago con tarjeta, si es pago con tarjeta podrán efectuar transferencia, yape, plin, etc.

¿En qué consiste el menú?

Cada día se podrá disfrutar de diferentes opciones de almuerzos saludables, platos típicos peruanos e internacionales. Los almuerzos constarán de una entrada, plato de fondo, y bebida, los cuales serán variados de manera semanal.

1.8. Matriz FODA

A continuación, se detalla en la tabla 1 las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del presente proyecto.

Tabla 1

Matriz Foda.

		Oportunidades		Amenazas	
		Analisis Interno		Analisis Externo	
		O1. Por riesgos a contraer el Covid-19 se busca el bienestar de la salud.	A1. El modelo de negocio existe en el mercado y se cuenta con competencia.		
		O2. Segmento de mercado aún no atendido.	A2. Competencia con años en el mercado, y notable experiencia.		
		O3. La población busca información de cuidado nutricional.	A3. Incremento de precios de los ingredientes		
		O4. A pesar de existir inseguridad económica aún existe estabilidad.			
		O5. Los restaurantes peruanos crecieron por pandemia a un 255% en el 2021.			
Fortalezas		Estrategias FO		Estrategias FA	
F1. Carta de almuerzo variado.		F7.O5. El costo cero del delivery será un valor agregado considerando que la mayoría de los restaurantes cobran delivery.		F2.A2. Aplicación de un plan de inversión, tomando en cuenta los puntos positivos del desempeño de la competencia.	
F2. Se cuenta con un plan de inversión.		F8.O1. Los almuerzos saludable ayudaran en la salud de nuestros clientes.		F11.A4. Se logrará la fidelidad de los clientes a partir de un innovador concepto de mercado.	
F3. Colaboradores altamente calificados.		F10. O2. Atender la demanda no atendida satisfaciendo sus necesidades con un producto de calidad.		F10. A4. Establecer como valor emblema de la empresa, la puntualidad en las entregas.	
F4. Adquisición de software y herramientas tecnológicas para obtener una ventaja competitiva ante los competidores.		Estrategias DO		Estrategias DA	
F6. Procesos definidos para un mejor control en el servicio y un desempeño eficiente.		D1.O2. Atender al mercado aun no explotado a pesar de contar con la competencia		D3. A1. Estrategia de diferenciación en el servicio, prepara una fuerte campaña de comunicación.	
F7. El servicio de delivery sera costo cero brindandonos una ventaja competitiva frente a la competencia.		D2.O2. Diseñar la página web con la finalidad de ingresar a todas las redes sociales y atender el mercado potencial.		D1.A2. Adecuar a nuestro mercado modelos de negocios de éxito mundial.	
F8. Los almuerzos brindaran al cliente una alimentación sana y saludable.		D3.O4. Búsqueda de proveedores de insumos saludables con los cuales se pueda realizar alianzas estratégicas.			
F10. La calidad de los insumos y la salubridad del producto fortalecerá la relación con nuestros clientes.					
F11. Lo que diferencia a nuestro producto de los demás competidores, son sus atributos claves: calidad, sabor y almuerzo personalizados.					
Debilidades					
D1. Sector bastante saturado.					
D2. No se cuenta con página web					
D3. Pocos proveedores de insumos saludables					

Nota. En la tabla se detalla las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto de negocio.

1.9. Modelo Canvas

Tabla 2

Modelo Canvas.

<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propietario del local en alquiler. - Proveedores de productos saludables. - Proveedores de empaques descartables. - Proveedores de equipamiento de cocina y utensilios. - Repartidor para delivery. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Preparación del menú diario. -Empaque para los delivery. -Compra de insumos. -Manejo de inventario. -Mantenimiento del local. -Publicidad. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Variedad de comidas saludables para almuerzos y cenas. -Elaborados con los mejores ingredientes frescos y naturales. -Delivery gratis en alrededores del local. 	<p>Relaciones con Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Atención personalizada. -Respuestas inmediatas a pedidos por redes sociales. -Descuentos y/o ofertas programadas. 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personas entre 25 a 60 años de la provincia de Trujillo. -Personas con interés de mejorar su calidad de vida y comer saludable. - Empresas públicas y/o privadas.
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos Físicos: Local, muebles, sillas, cocina, campana extractora, utensilios, otros. - Recursos Humanos: Chef, Ayudantes, meseros. - Recursos Financieros: Capital propio. - Socios y Proveedores. 			<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Establecimiento -Delivery -WhatsApp -Facebook -Instagram. 	
<p>Estructura de Costos</p> <p>Costos Fijos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de local • Sueldos. <p>Inversión Inicial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muebles • Decoración • Menaje • Trámites. <p>Costos Variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insumos • Gas • Agua • Luz • Internet • Otros menores. 			<p>Fuente de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aportación de Socios. -Venta de almuerzos y cenas, cuyos precios oscilan entre S/15 y S/ 35.00 soles. 	

El modelo Canvas permite mostrar las actividades core del negocio y como se relacionan entre sí, facilitando de esa manera la información a necesaria y requerida para el proyecto, así como también la generación de valor que se puede brindar.

1.9. Objetivos estratégicos generales

- Ser una empresa económicamente sólida.
- Innovar constantemente el servicio.
- Satisfacer las necesidades del cliente con la continuidad del servicio.
- Procesos eficientes en la comercialización del servicio
- Fortalecer la gestión de recurso humano.

CAPITULO II

II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del microentorno

El análisis es en base al entorno interno de la empresa, incluye realizar la indagación de mercado, las técnicas, la caracterización del cliente, la segmentación de mercado, el análisis de la demanda, entre otros factores inherentes al proyecto.

2.2.1. Investigación de Mercado

- Metodología Utilizada

El tipo de investigación será Descriptiva, que nos permita obtener resultados útiles para la implementación del proyecto, asimismo se aplicará encuestas para el recojo de información. Será cuantitativa y la muestra se determinará mediante la fórmula finita por muestreo probabilístico.

2.1.2. Técnicas

Las técnicas de investigación de mercados, son procesos que permiten evaluar un producto o servicio, en el proyecto ha considerado las siguientes técnicas:

Primarias, tenemos las encuestas

- Encuestas:

Se aplicó la encuesta que consiste en un cuestionario de abiertas y cerradas a nuestros clientes potenciales para obtener la información necesaria que requiere para la investigación.

Secundarias, tenemos las diferentes estadísticas relacionadas con la investigación, entre las cuales:

- Información de publicaciones, periódicos y revistas.
- INEI (Instituto Nacional de Estadística)
- BCRP (Banco Central de la Reserva del Perú)
- Otros

2.1.3. Cliente

El público objeto está constituido por hombres y mujeres de la ciudad de Trujillo de nivel socioeconómico A, B y C, de veinticinco años a más, personas que desean mantener una buena salud, o por mantener diagnósticos de salud en los cuales les recomienda mantener una alimentación sana.

2.1.4. Segmentación

Para determinar la segmentación de mercado se tomó dos criterios geográficos y socioeconómicos:

- Geográficos: personas de 25 años a más del distrito de Trujillo.
- Socioeconómico: nivel socioeconómico A, B y C, información obtenida de Ipsos. (IPSOS, 2022)

Tabla 3

Perfil Base.

Unidad de Investigación	Personas
Población Total	1,181,622

Nota. Se detalla la población total del distrito de Trujillo.

Tabla 4

Segmentación Base.

Criterios	Pesos
Geográficos	25.50%
Psicográficos	24.50%
	73,822

Nota. En la tabla se detalla el peso considerado para cada criterio que se considera para la población total del distrito de Trujillo.

2.1.5. Competidores

Se cuenta con competidores directos e indirectos, los cuales se detallan a continuación:

Competencia directa:

Los competidores principales del presente proyecto son:

- Foods Saludable (desayuno, almuerzo, cena)
- Patio Rojo (almuerzo-cena)
- Sabor & Salud (menú)

Competencia indirecta:

Está constituido por los restaurantes que brinda servicio de desayuno, almuerzo, cena naturales, vegetarianos y veganos, asimismo también cuentan con delivery, pero no es considerado como un valor agregado porque es cobrado, dentro de los cuales tenemos:

- Vegetariano MAIS
- Otra Cosa Restaurante Vegetariano
- Naturlandia Trujillo

2.1.6. Proveedores

Se tiene previsto contar con los siguientes proveedores, realizando alianzas estratégicas los cuales se detallan a continuación:

- Plaza Vea
- Productor de Queso de Cajamarca.
- Wong

2.2. Análisis del macroentorno

El análisis es en base al entorno externo de la empresa, incluye el factor macro económico, socio-cultural, político, legal, demográfico y ambiental que se relaciona de manera directa con el proyecto de tal manera que se tenga una mejor visión de la situación actual y que pueda repercutir en el proyecto.

2.2.1. Factores Legales

La Ley General de Sociedades N° 26887 norma a las empresas estableciendo como empresa cualquier persona ya sea natural o jurídica. Las empresas pueden constituirse como: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L), Sociedades Anónimas Cerradas (S.A.C), Sociedades Anónimas (S.A). Las micro y pequeñas empresas están reguladas bajo la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2021)

La cantidad de socios no puede superar de veinte personas, y el capital aportado deberá estar suscrito y pagado totalmente, siendo el monto mínimo de S/. 1 000 hasta un máximo de ocho UIT. Para la operación del negocio se requiere realizar diferentes trámites requeridos para la formalización. (Plataforma Digital Única del Estado Peruano, 2021)

Las empresas deben ser inscritas en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), dentro del régimen que más convenga, de acuerdo a las actividades que realizara la empresa. Como contribuyente debe registrarse para dar cumplimiento a los tributos que administra la SUNAT el mismo que otorga a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de obligatoriedad en todo trámite ante la SUNAT. (Sunat, 2022)

La empresa estaría inscrita en el Registro Único de Contribuyentes y se encontrará en el Régimen General. Estará afectada a los siguientes impuestos:

- Ley y Reglamento del Impuesto a la Renta

Determina la forma y plazos para realizar los pagos del Impuesto a la renta estableciéndose la categoría del pago a la cual estaría sujeta el proyecto. (Sunat, 2022) Por la naturaleza del proyecto la empresa Natural Foods pagará un porcentaje de 30% anual por concepto de IR.

- Ley y Reglamento del Impuesto General a las Ventas

El pago del IGV es una disposición legal que debe ser cumplida de acuerdo a ley y el porcentaje a pagar es del 18% sobre las ventas. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

En relación a la licencia de funcionamiento expedida por las municipalidades, esta se sustenta en la Ley N° 28976 "Ley marco de licencia de funcionamiento". (El

Peruano, 2007) En ese sentido, se debe verificar la actividad económica que se desarrollara en el espacio geográfico establecido en la zonificación vigente.

Asimismo, con la finalidad de asegurar la inocuidad y la calidad sanitaria de los alimentos, el Ministerio de Salud (MINSA), aprobó la Resolución Ministerial N° 449-2006/MINSA, la misma que se debe cumplir de manera obligatoria a nivel nacional para las personas naturales y jurídicas que operan en un proceso de fabricación, elaboración e industrialización de alimentos y bebidas, destinados al mercado nacional e internacional. (Ministerio de Salud, 2006)

En ese sentido, y en cumplimiento con la aplicación de la Norma Sanitaria para la Aplicación del Sistema HACCP en la Fabricación de Alimentos y Bebidas - RM No. 449-006/MINSA, se aplicará el Artículo 4º.- Aplicación del Sistema HACCP en la implementación del proyecto, con la finalidad de prevenir enfermedades de transmisión alimentaria (ETA) y resguardar la inocuidad de los alimentos, para lo cual los procesos principales para el Plan HACCP tenemos: Procesamiento de Alimentos Frescos y Alimentos Preparados.

2.2.2. Factores Económicos

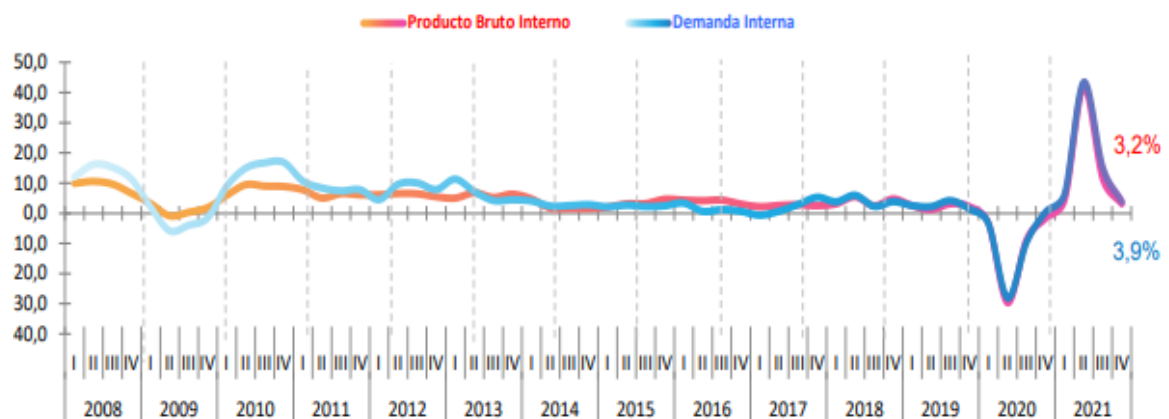
El Perú macroeconómicamente es sólido, mantiene una deuda externa relativamente baja en proporción con el PBI, la economía en el 2021 tuvo una mejora y no hubo reducción de pobreza debido a la inflación y a las pocas fuentes de trabajo. Se proyecta un crecimiento del PBI en un 3% en el presente año debido a los precios de exportación lo cual compensa la incertidumbre política y la pobreza tendrá un incremento en relación al año 2019.

A pesar de haber mantenido una recesión en 2020, hubo un incremento del PBI creciendo al 13,3% por ciento en 2021, esta recuperación se dio principalmente por la demanda interna, impulsada por gasto público y privado. A pesar de haber incrementado el PBI la pobreza se mantuvo alta 28.3% muy encima del nivel alcanzado en el 2019.

Se proyecta que la economía crezca en un 3.4% en el presente año, considerando mayor exportación, especialmente el sector minero, asimismo el gasto de capital de empresas mineras y a la vez se espera la recuperación del mercado formal, asimismo se busca el crecimiento del PBI con la finalidad de fortalecer la prestación de los servicios.

Figura 1

Producto Bruto Interno y Demanda Interna, 2008_I - 2021_IV



Nota. En la figura la evolución del PBI desde el periodo 2008 al 2021. Tomado de (Carhuavilca Bonett, 2021)

2.2.3. Factores Políticos

El actual presidente del Perú Pedro Castillo está enfrentando muchos aspectos desfavorables desde la toma del poder, principalmente un juicio por involucramiento

en corrupción, el cual fue presentado al congreso y avalado por firmas de 26 legisladores y 52 votos, de incrementarse la votación el presidente sería destituido posteriormente, asimismo no se cuenta con el voto de confianza para el presidente del Consejo de Ministros de Perú Aníbal Torres, dicho consejo ha sido cambiado desde la toma de poder del presidente. En ese sentido, se demuestra la inestabilidad política que el Perú viene manteniendo desde el 28 de julio del 2021. (France 24, 2022)

Por otra parte, la actividad económica en el presente año se podría ver afectada por la inestabilidad política, lo cual se viene evidenciando en la baja de la inversión privada. (Diario La República, 2022)

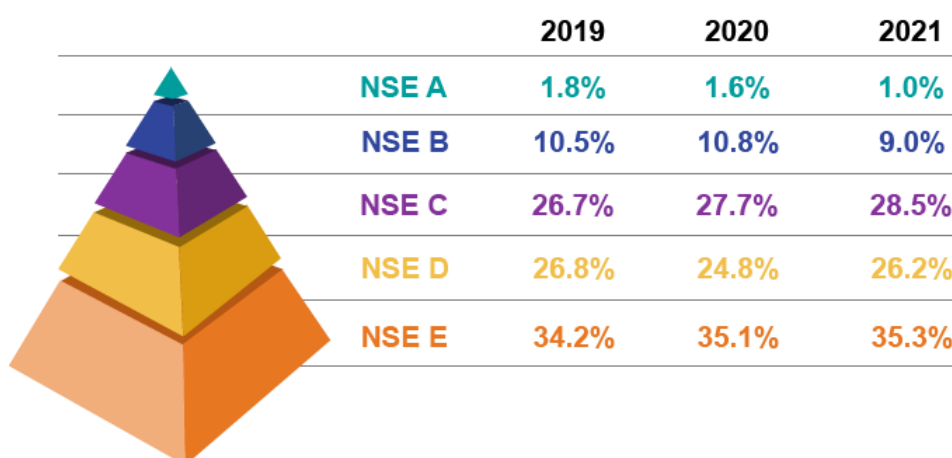
2.2.4. Factores Demográficos

Según datos obtenidos del INEI al 2021, La Libertad cuenta con una población de 2,048,492, de los cuales el 49.59% son varones y 50.41% mujeres.

Según Ipsos la distribución socioeconómica para el año 2021 fue tal como se detalla en la figura 2.

Figura 2

Evolución del Nivel Socioeconómico en el Perú



Nota. En la figura la evolución del Nivel Socioeconómico 2019 al 2021. Tomado de (IPSOS, 2022)

2.2.5. Factores Socio-culturales

La tendencia en la actualidad con el estado de emergencia por la pandemia Covid-19, gran parte de la población ha cambiado sus gustos y preferencias de compra, como también cuida su salud. Asimismo, el cuidado de la salud no solo es físico sino también mental. Las personas buscan no encontrarse vulnerables a trastornos graves en su salud, es en ese sentido que ha realizado cambios radicales buscando su bienestar.

Por otra parte, se busca mantener una mejor alimentación para ello se recomienda la ingesta de alimentos nutritivos consumiendo frutas, hortalizas, cereales integrales, legumbres, productos lácteos bajos en grasas, consumo moderado de carnes, huevos, pescado, entre otros; y consumir frutos secos naturales.

2.2.6. Factores Medio Ambientales

Según la Ley N° 28611, norma del marco normativo de la gestión ambiental en el Perú. La misma que permitirá asegurar un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para la vida, asimismo se tiene el deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental protegiendo el ambiente, de tal manera que se contribuya con una mejor la calidad de vida y sostenibilidad para lograr el desarrollo del país.

Además, existe mucha informalidad en la minería artesanal, las mismas que generan contaminación ambiental, hasta la fecha no existe un proceso de formalización para dichas empresas a pesar que el 29 de diciembre del 2020, el Ministerio de Energía y Minas (Minem) emitió el Decreto Supremo N° 022-2021-EM modificando los plazos para presentar el Instrumento de Gestión Ambiental para la Formalización de las Actividades de Pequeña Minería y Minería Artesanal (IGAFOM), requisito indispensable para su formalización.

CAPITULO III

III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Oferta

Existen negocios que brindan este tipo de servicio y/o producto, dentro de los cuales mencionamos a los siguientes:

3.1.1. Análisis de competencia directa:

A continuación, cada una de las competencias directas del proyecto en estudio.

- Sabor & Salud

Ofrece desayunos, almuerzos y cenas, su cocina vegetariana, está ubicado en una residencial Av. Húsares de Junín 1118 – Trujillo, su horario de atención al público es de Lunes a Sábado de las 10:00 a 22:00 horas. Ofrece batidos simples, batidos desinflamantes, milkshakes, ensaladas como desayunos. Su carta de almuerzos es poco variada, ofrece Quinoa con filetes de pollo, Quinoa con filete de pescado y ensaladas.

Figura 3

Cientes de Sabor & Salud



Nota. En la figura se muestra los clientes que visitan el Restaurante Sabor & Salud. Tomado de (Sabor y Salud, 2019)

- Patio Rojo

Es un restaurante ubicado en el centro de la ciudad de Trujillo, Jr. San Martin Nro. 883, su local es una casona antigua, es acogedor, tiene un ambiente al aire libre, y también tiene una salón, también expenden productos como: queso, miel de abeja y varios tipos de mermeladas. Ofrece un menú diferente cada día.

Figura 4

Vista del local y Cliente del Patio Rojo



Nota. En la figura se muestra la fachada del local y cliente del Restaurante Patio Rojo.

Tomado de (Patio Rojo, 2019)

- Foods Saludable

Empresa ubicada en Urbanización La Merced, Calle Diez Cien Fuegos 287, ofrece desayunos, almuerzos y cenas, basadas en presentación mediante bowls con diferentes opciones a elección del cliente.

Figura 5

Opciones de Arma tu Bowl

¡ARMA TU BOWL!		
BOWL REGULAR	SÚPER BOWL	
PESO TOTAL: 450 g. / 100 g. proteínas 1 proteína, 1 carbohidrato, verduras a elección y 3 agregados	PESO TOTAL: 600 g. / 150 g. proteínas 1 proteína, 1 carbohidrato, verduras a elección y 5 agregados	
22.50	26.50	
<p>PROTEÍNA *Adicional (100 g)</p> <p>Pollo + S/ 6.00 (con o sin salsas) Bistec + S/ 7.00 Pollo mozzarella + S/ 7.00 Hamburguesa: quinua, choclo y anchoveta + S/ 5.00 Pollo a la plancha Pollo en salsa de maracuyá Pollo en salsa de arándanos Pollo en salsa de mango Tortillas light Atún</p> <p>PROTEÍNA PREMIUM *Precio de cada proteína es adicional. Reemplaza a proteína base.</p> <p>Trucha ahumada + S/ 7.00 Lomo fino + S/ 9.00 Salmón + S/ 10.00</p>	<p>CARBOHIDRATOS *Adicional S/ 3.00</p> <p>Camote Choclo Arroz integral Papa nativa Garbanzo Lentijita serrana Fideo tricolor Puré de espinaca</p> <p>VERDURAS *Adicional S/ 2.00</p> <p>Mix de lechugas (Orgánicos y espinacas) Tomate Pepinillo Beterraga Brócoli Zanahorias Arvejas Pimiento Cebolla</p>	<p>AGREGADOS *Adicional S/ 3.00</p> <p>Huevo de codorniz Huevo de gallina Queso fresco Champiñones Palta Fresa Arándanos Espárragos Aceituna Durazno Frutos SECOS (Ocean Spray Almendras) Quinua Frejol no nacido Piña</p> <p>ALIÑO</p> <p>Mediterráneo Ajo o ajo rostizado Limón y sal</p>

Nota. Se muestra el listado de proteínas, carbohidratos, entre otros para que el propio cliente solicite su almuerzo y/o cena del Restaurante Foods Saludable. Tomado de su carta.

3.1.2. Análisis de competencia indirecta:

Dentro de la competencia indirecta se considera a los restaurantes naturales y vegetarianos, que tengan incorporado el servicio de delivery. Entre los cuales tenemos:

- Vegetariano MAIS

Es un restaurante vegetariano, ofrece servicio de alimentos que favorezca a la salud del cliente. Se encuentra ubicado en Pedro Muñiz 197 - Urbanización Albrecht 13011 Trujillo, Perú y su horario de atención es de Lunes a Sábado de 8:00 a 15:00. En la figura 6 se detalla el menú de un día de semana que brinda el local.

Figura 6

Menú del Día en Mais



Nota. Se muestra el menú de un día de semana de atención en el local del Restaurante MAIS. Tomado de (Vegetariano MAIS, 2018)

- Otra Cosa Restaurant Vegetariano

Ofrece variedades gastronómicas con ingredientes 100% naturales, con sabores sofisticados, los platos son preparados al momento y se disfruta de comida fresca. Se encuentra ubicado en Av. Víctor Larco 1312 Urb. El Boquerón - Huanchaco, Perú y su horario de atención es de Lunes a Domingo de 8:00 a 21:00. En la figura 7 y 8 se detalla el menú de desayunos y otros platos.

Figura 7

Menú Desayunos

DESAYUNO / BREAKFAST	PAN TOSTADO
DESAY UNO S/.19.50 D.1 Jugo del día, café o mate. Pan de la casa con huevo o mermelada o queso o palta o guacamole. (Juice of the day, coffee or tea, homemade bread with egg, marmalade, cheese or guacamole)	Mantequilla S/. 6.00 Ajo & mantequilla S/. 7.00 Ajo & tomate S/. 7.00 Con guacamole S/. 9.00 Con Humus S/. 9.00
DESAY DOS S/.21.00 D.2 Jugo del día, café o mate. Yogurt con granola de la casa y frutas de la temporada. (Juice of the day, coffee or tea, Yoghurt with homemade muesli & fruit)	SANDWICHES
DESAY DELUXE S/.23.00 D.3 Jugo del día, café o mate, yogurt con granola de la casa y frutas de la temporada. Panqueque natural o 2 Romipancitos. (Juice of the day, coffee o mate, yoghurt with homemade muesli & fruit salad, pancake or 2 Romipancitos)	Sandwich VegetarianoS/.17.00 (Berenjena china, tomate y pimiento rojo al horno, pepino, crema de palta, queso fresco, & aceituna de oliva)
VAN GOGH S/.20.50 D.4 Jugo del día, café o mate. 2 crepés uno con queso, el otro natural ensalada de frutas y miel de abeja. (Juice of the day, coffee or tea, crepes with cheese, fruit salad and honey)	Sandwich Salud S/.20.00 (Pan de casa con lechuga, queso, tomate, pepino & cebolla) (Home baked sandwich with lettuce, cheese, tomato, cucumber & onion)
KAHLOS/1 8.00 D.5 Jugo del día, café ó mate. Omelet de 2 huevos con verduras o queso fresco. (Juice of the day, coffee or tea, vegetable or cheese omelette)	Sandwich Amarillo S/.21.00 (Pan de la casa con ensalada de huevo, mayonesa & hierbas) (home baked sandwich with egg salad)
RENOIR S/.17.00 D.6 Jugo del día, café ó mate. 1 Creps elige su "topping": queso mantecoso/salsa de chocolate/miel de abeja/manjar blanco/azúcar ecológica, mermelada.	Sandwich Royal S/.22.50 (Pan de la casa con lechuga, queso tomate, pepino, palta, huevo & aceituna) (Home baked sandwich with lettuce, cheese, tomato, cucumber, avocado, egg & olive)
	Queso mantecoso S/. 7.50 Queso mantecoso & jamón S/. 9.00 Huevo frito & Jamón S/. 8.50 Huevo frito S/. 7.00 Caprese S/.11.50 (mozzarella, tomato & albahaca) Sandwich de pollo S/.15.00

Nota. Se visualiza el menú de desayunos Otra Cosa Restaurant Vegetariano. Tomado de (Otra Cosa Restaurant Vegetariano, 2021)

Figura 8

Menú Otros Platos

TORTILLAS		Pq.7 Ensalada de frutas S/.16.00 (fruit salads)
Tortilla China S/.19.00 (tortilla de huevo con papas, cebolla china y salsa de soya) (omelette with potatos, chinese onion & soya souce)		Pq.8 Salsa chocolate S/.15.00 (chocolate sauce)
Tortilla Veg & Egg S/.24.00 (tortilla de huevo con verduras frescas, queso & hierbas con pan de la casa)		Pq.9 Con helado S/.15.00 (with ice cream)
Tortilla Italiano S/.25.00 (tortilla de huevo con tomate, pimienta, ajo, albahaca, cebolla & queso con pan de la casa)		
OMELET		ESPECIALIDADES
4 huevos + pan tostado		PP.1 Romipancito S/. 7.00 (pan tostado con queso derretido, tomate, cebolla & hierbas frescas) (toasted bread with melted cheese, tomato & onion)
Natural S/.10.50		PP.2 Berrypanzón S/.11.00 (porción de 2 Romipancitos con salsa de tomate) (big portion of 2 Romipancito with ketchup)
Cajamarquino S/.14.00 (con tomate y cebolla roja)		PH.1 Pan Hawaiano S/.12.00 (2 panes tostados con queso derretido, piña & currys) (2 toasted breads with currys)
Queso fresco S/.14.00		Falafel S/.17.00 (3 bolitas de masa frita de garbanzo con pan tostado, ensalada & salsa de ajo) (3 homemade fried chickpea dough with bread, salad & garlic sauce)
Verduras S/.14.00		Falafel + papas fritas y ensalada S/. 24.00 (4 bolitas de masa frita de garbanzo más papas fritas, ensalada de verduras y salsa de ajo)
PANQUEQUES/PANCAKES		Falargofel S/...25.00 (5 bolitas falafel con salsa de ajo, pan tostado, verduras y guacamole) (large portion of falafel with guacamole)
Pq.1 Natural S/.10.00		
Pq.2 Plátano S/.12.00 (banana)		
Pq.3 Con manjar blanco S/.13.00		
Pq.4 Manzana-canela S/.13.00 (apple-cinnamon)		
Pq.5 Queso S/.15.00 (cheese)		
Pq.6 Queso-piña S/.16.00 (cheese-pineapple)		

Nota. En la figura se muestra el menú de otros platos de Otra Cosa Restaurant Vegetariano.

Tomado de (Otra Cosa Restaurant Vegetariano, 2021)

- Naturlandia Trujillo

Es una empresa con más de 20 años de experiencia que tiene presencia internacional en el servicio de alimentación vegetariana, que tiene por objeto mejorar la salud de sus consumidores; todos los alimentos son elaborados con calidad nutricional y promueven temas de alimentación saludable. Cuenta con experiencia y profesionales reconocidos. Actualmente realizan actividades en países

latinoamericanos, Italia y Canada; y en Perú, se encuentra ubicado en Torre Tagle 147 – Trujillo, Perú. En la figura 9 se muestra algunos de los platos que se sirven en Naturlandia.

Figura 9

Platos Variados de NaturLandia.



Nota. Se muestra el menú de otros platos de Otra Cosa Restaurant Vegetariano. Tomado de (Otra Cosa Restaurant Vegetariano, 2021)

3.2. Demanda

En el acápite 2.1.4 de la presente tesis se determinó la segmentación de mercado y en base a esa segmentación se determinó el mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo los cuales se detallan en el acápite 4.1 de la tesis. El público objetivo son personas entre las edades de 25 a 60 años, que se ubican en nivel socio-económico A, B y C de la ciudad de Trujillo. Asimismo, la recolección de datos se realizó mediante encuesta que consta de 21 preguntas entre abiertas y cerradas, la cual se aplicó mediante google forms.

La muestra se determinó mediante la fórmula de poblaciones finitas, cual se detalla a continuación en la tabla 5:

Tabla 5

Fórmula para Poblaciones Finitas.

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

Nota: En la tabla se detalla los factores que se aplican para la obtención de la muestra.

Dónde:

$$N = 378,811$$

$$Z_a^2 = 1,96$$

$$p = 0,1$$

$$q = 0,9$$

$$d = 0,05$$

Aplicando la formula se obtiene una muestra de:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.1 \times 0.9 \times 378,811}{(378,811 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.1 \times 0.9}$$
$$n = \frac{153,673.54}{947.43}$$
$$n = 162$$

En base a la encuesta aplicada se ha determinado los siguientes resultados los cuales se muestra a continuación:

Pregunta 1. ¿Con quién vive Usted?

Tabla 6

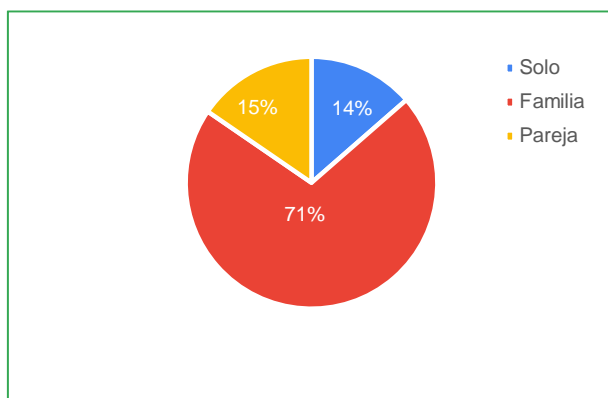
¿Con quién vive Usted?.

	Cant.	%
Solo	22	14%
Familia	115	71%
Pareja	25	15%
Total	162	100%

Nota. Resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 1.

Figura 10

¿Con quién vive Usted?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 1.

En la tabla 6 y figura 10 se puede apreciar que del total de encuestados el 71% señala que vive con su familia, el 15% con su pareja y el 14% vive solo.

Pregunta 2. ¿Le gusta cocinar?

Tabla 7

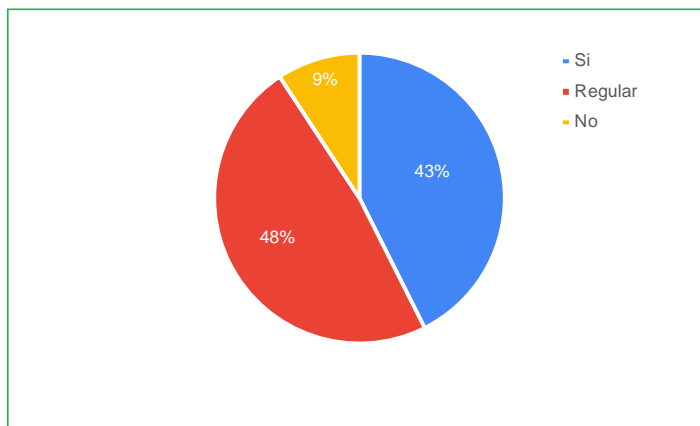
¿Le gusta cocinar?.

	Cant.	%
Si	69	43%
Regular	78	48%
No	15	9%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 2.

Figura 11

¿Le gusta cocinar?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 2.

En la tabla 7 y figura 11 se puede apreciar que del total de encuestados el 48% señala que más o menos le gusta cocinar, el 43% si le gusta y el 9% no le gusta cocinar.

Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia almuerza y/o cena en la calle?

Tabla 8

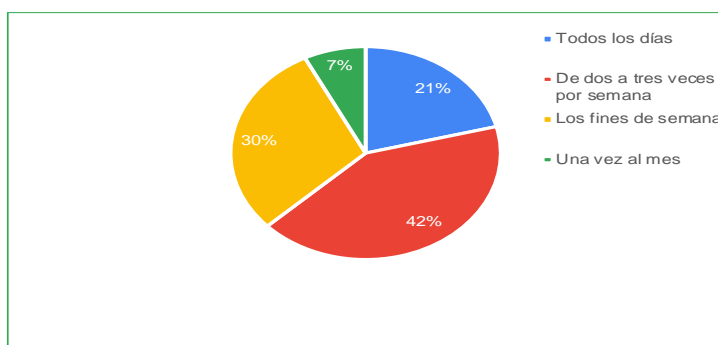
¿Con qué frecuencia almuerza y/o cena en la calle?.

	Cant.	%
Todos los días	34	21%
De dos a tres veces por semana	68	42%
Los fines de semana	48	30%
Una vez al mes	12	7%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 3.

Figura 12

¿Con qué frecuencia almuerza y/o cena en la calle?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 3.

En la tabla 8 y figura 12 se puede apreciar que del total de encuestados el 42% señala que de dos a tres veces por semana almuerzan y cenar fuera de casa, el 30% solo los fines de semana, el 21% todos los días y el 7% una vez al mes.

Pregunta 4. ¿Considera usted que NO dispone de tiempo para resolver cada día un régimen saludable de comidas que cuiden su salud?

Tabla 9

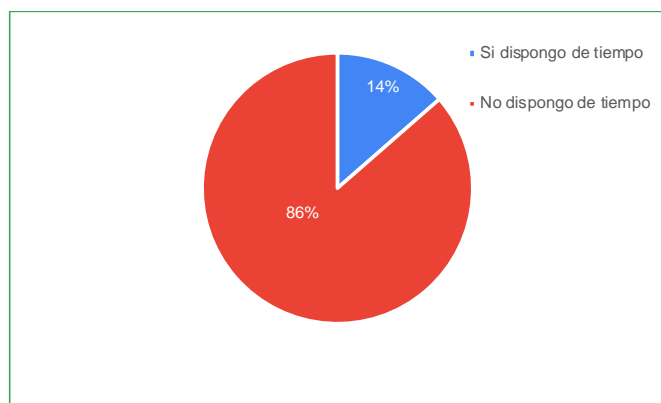
¿Considera usted que NO dispone de tiempo para resolver cada día un régimen saludable de comidas que cuiden su salud?.

	Cant.	%
Si dispongo de tiempo	22	14%
No dispongo de tiempo	140	86%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 4.

Figura 13

¿Considera usted que NO dispone de tiempo para resolver cada día un régimen saludable de comidas que cuiden su salud?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 4.

En la tabla 9 y figura 13 se puede apreciar que del total de encuestados el 86% señala que no dispone de tiempo para llevar un régimen saludable de comidas que cuiden su salud y el 14% si dispone de tiempo.

Pregunta 5. ¿Está satisfecho con lo que come diariamente (en almuerzo, cena)?

Tabla 10

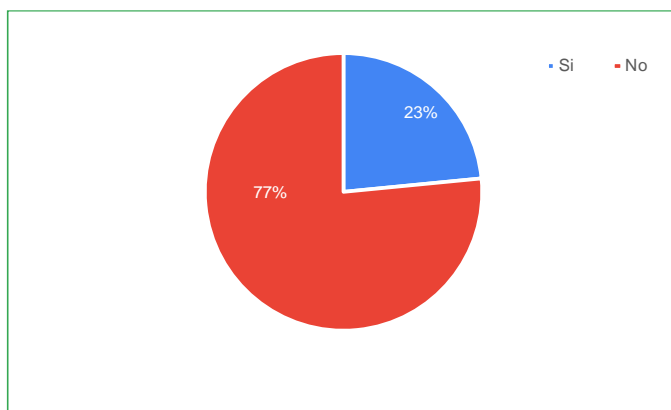
¿Está satisfecho con lo que come diariamente (en almuerzo, cena)?.

	Cant.	%
Si	38	23%
No	124	77%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 5.

Figura 14

¿Está satisfecho con lo que come diariamente (en almuerzo, cena)?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 5.

En la tabla 10 y figura 14 se puede apreciar que del total de encuestados el 77% señala que no se encuentra satisfecho con el almuerzo y cena que ingiere diariamente y el 23.% indica que si.

Pregunta 6. ¿Considera Usted que lleva una alimentación diaria saludable?

Tabla 11

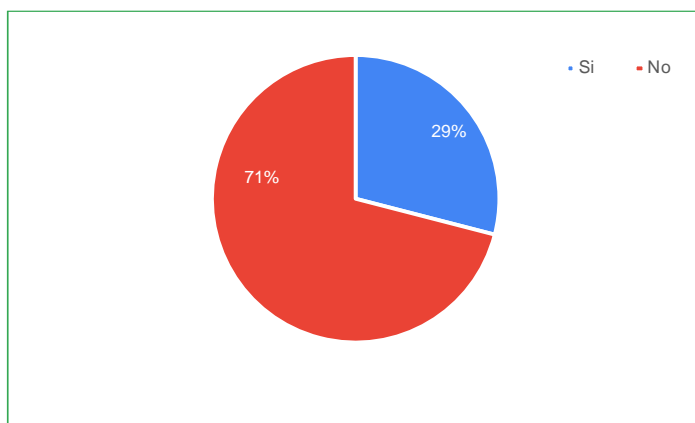
¿Considera Usted que lleva una alimentación diaria saludable?.

	Cant.	%
Si	47	29%
No	115	71%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 6.

Figura 15

¿Considera Usted que lleva una alimentación diaria saludable?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 6.

En la tabla 11 y figura 15 se puede apreciar que del total de encuestados el 29% señala que si lleva una alimentación sana diariamente y el 71% indica que no.

Pregunta 7. ¿Por qué considera que no lleva una alimentación diaria saludable?

Tabla 12

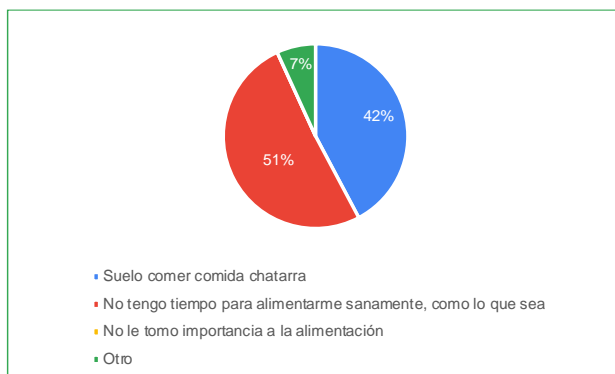
¿Por qué considera que no lleva una alimentación diaria saludable?

	Cant.	%
Suelo comer comida chatarra	68	42%
No tengo tiempo para alimentarme sanamente,	82	51%
No le tomo importancia a la alimentación	0	0%
Otro	12	7%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 7.

Figura 16

¿Por qué considera que no lleva una alimentación diaria saludable?



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 7.

En la tabla 12 y figura 16 se puede apreciar que del total de encuestados el 51% señala que no tiene tiempo para llevar una alimentación sana, el 42% no porque suele comer comida chatarra y el 7% no le toman importancia a la alimentación que llevan.

Pregunta 8. Una alimentación saludable significa comer la cantidad adecuada de alimentos, con la finalidad de tener una vida sana. ¿Si podría, cambiaría usted su estilo de alimentación actual?

Tabla 13

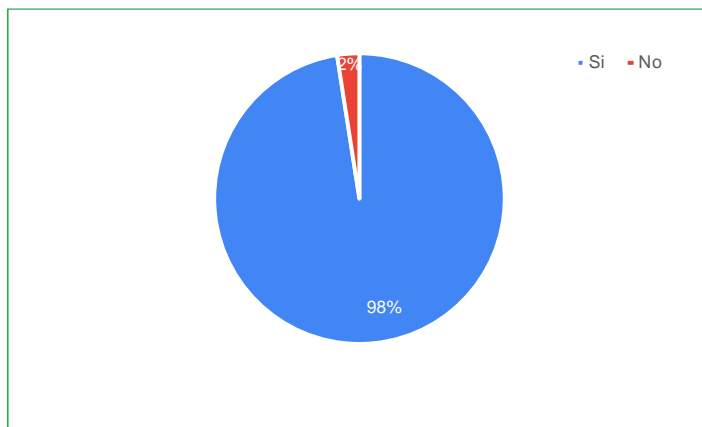
¿Si podría, cambiaría usted su estilo de alimentación actual?.

	Cant.	%
Si	158	98%
No	4	2%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 9.

Figura 17

¿Si podría, cambiaría usted su estilo de alimentación actual?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 9.

En la tabla 13 y figura 17 se puede apreciar que del total de encuestados el 98% señala que si estaría dispuesto a cambiar su estilo de alimentación y el 2% indica que no.

Pregunta 9. Tomando en cuenta lo mencionado en la pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a consumir la comida sana de Natural Foods elaborada especialmente a sus necesidades en el mismo local o por servicio delivery?

Tabla 14

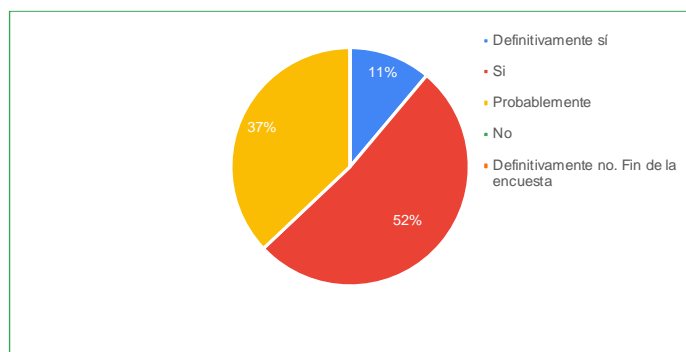
¿Estaría dispuesto a consumir la comida sana de Natural Foods elaborada especialmente a sus necesidades en el mismo local o por servicio delivery?.

	Cant.	%
Definitivamente sí	18	11%
Si	84	52%
Probablemente	60	37%
No	0	0%
Definitivamente no. Fin de la encuesta	0	0%
Total	162	100%

Nota. Los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 9.

Figura 18

¿Estaría dispuesto a consumir la comida sana de Natural Foods elaborada especialmente a sus necesidades en el mismo local o por servicio delivery?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 9.

En la tabla 14 y figura 18 se puede apreciar que del total de encuestados el 52% señala que si estaría dispuesto a consumir la comida sana que ofrece Natural Foods, el 37% probablemente y el 11% definitivamente sí.

Pregunta 10. ¿Qué comida(s) le gustaría que el servicio abarque?

Tabla 15

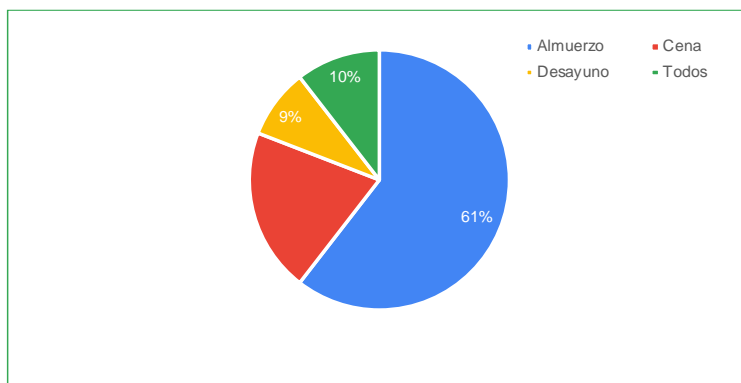
¿Qué comida(s) le gustaría que el servicio abarque?.

	Cant.	%
Almuerzo	98	60%
Cena	33	20%
Desayuno	14	9%
Todos	17	10%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 10.

Figura 19

¿Qué comida(s) le gustaría que el servicio abarque?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 10.

En la tabla 15 y figura 19 se puede apreciar que del total de encuestados el 60% señala que gustaría del servicio de almuerzos, el 20% cenas, el 10% de almuerzos-cenas-desayunos y el 9% desayunos.

Pregunta 11. ¿A cuál de los siguientes programas alimenticios le gustaría acceder?

Tabla 16

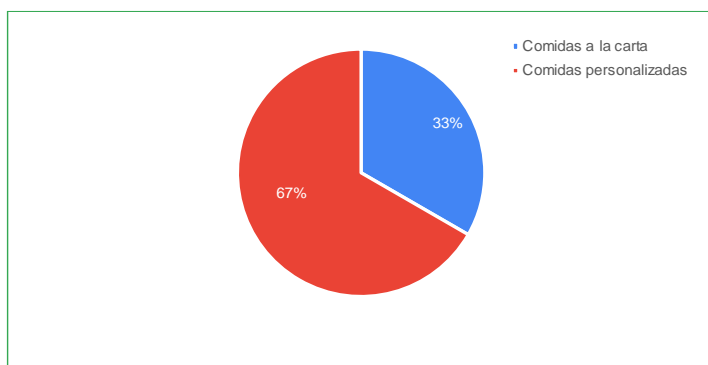
¿A cuál de los siguientes programas alimenticios le gustaría acceder?.

	Cant.	%
Comidas a la carta	54	33%
Comidas personalizadas	108	67%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 11.

Figura 20

¿A cuál de los siguientes programas alimenticios le gustaría acceder?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 11.

En la tabla 16 y figura 20 se puede apreciar que del total de encuestados el 67% señala que prefieren comidas personalizadas y el 33% comidas a la carta.

Pregunta 12. ¿Cuánto gasta diariamente en su alimentación (almuerzo, merienda, cena)?

Tabla 17

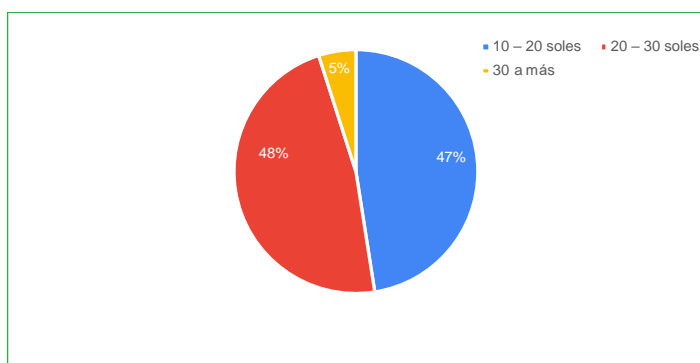
¿Cuánto gasta diariamente en su alimentación (almuerzo, merienda, cena)?.

	Cant.	%
10 – 20 soles	77	48%
20 – 30 soles	77	48%
30 a más	8	5%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 12.

Figura 21

¿Cuánto gasta diariamente en su alimentación (almuerzo, merienda, cena)?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 12.

En la tabla 17 y figura 21 se puede apreciar que del total de encuestados el 48% señala que gastan diariamente entre 10 y 20 soles, 47% entre 20 y 30 soles y 5% de 30 soles a más.

Pregunta 13. ¿De qué manera preferiría pagar este servicio?

Tabla 18

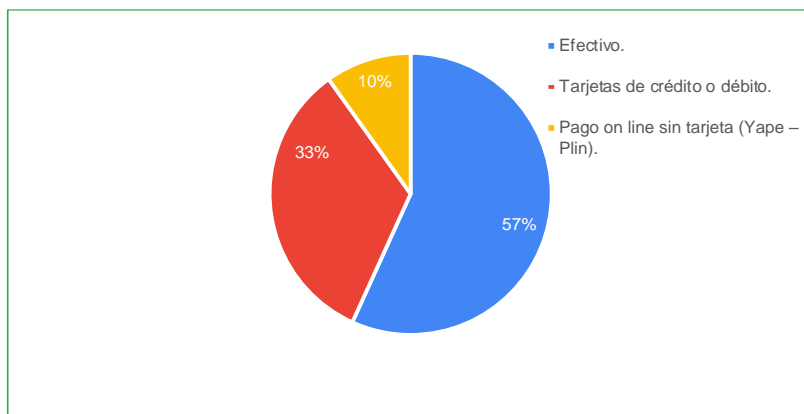
¿De qué manera preferiría pagar este servicio?

	Cant.	%
Efectivo.	92	57%
Tarjetas de crédito o débito.	54	33%
Pago on line sin tarjeta (Yape – Plin).	16	10%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 13.

Figura 22

¿De qué manera preferiría pagar este servicio?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 13.

En la tabla 18 y figura 22 se puede apreciar que del total de encuestados el 57% señalan que prefieren pagar en efectivo, el 33% con tarjetas de crédito y/o débito y el 10% mediante pago online.

Pregunta 14. ¿Tiene algún problema de salud?

Tabla 19

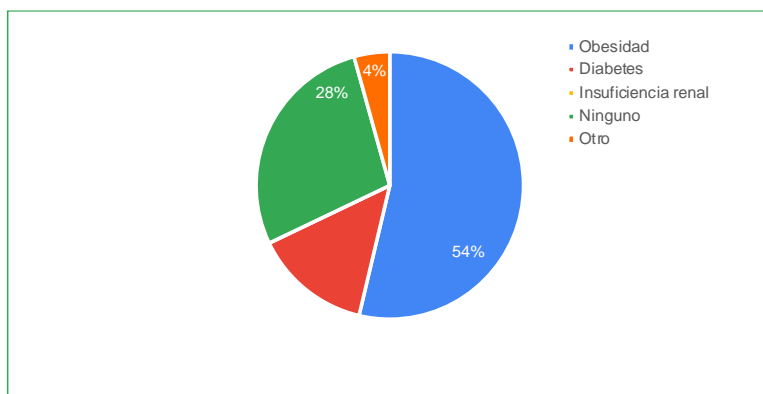
¿Tiene algún problema de salud?

	Cant.	%
Obesidad	87	54%
Diabetes	23	14%
Insuficiencia renal	0	0%
Ninguno	45	28%
Otro	7	4%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 14.

Figura 23

¿Tiene algún problema de salud?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 14.

En la tabla 19 y figura 23 se puede apreciar que del total de encuestados el 54% señalan que cuentan con obesidad, el 23% de diabetes, el 28% no tiene problemas de salud, y el 4% tiene otras enfermedades como rinitis, gastritis.

Pregunta 15. ¿Cómo le gustaría conocer las ofertas y promociones?

Tabla 20

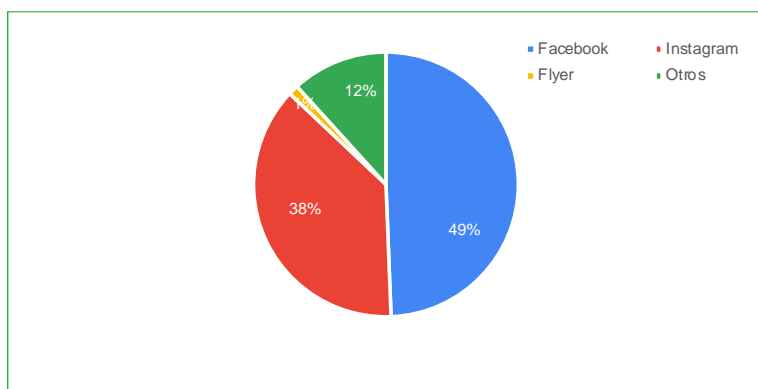
¿Cómo le gustaría conocer las ofertas y promociones?

	Cant.	%
Facebook	80	49%
Instagram	61	38%
Flyer	2	1%
Otros	19	12%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 15.

Figura 24

¿Cómo le gustaría conocer las ofertas y promociones?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 15.

En la tabla 20 y figura 24 se puede apreciar que del total de encuestados el 49% señalan que prefieren por Facebook, el 38% por Instagram, el .1% por flyer y por otras redes el 12% (WhatsApp).

Pregunta 16. ¿En qué rango estaría dispuesto a pagar?

Tabla 21

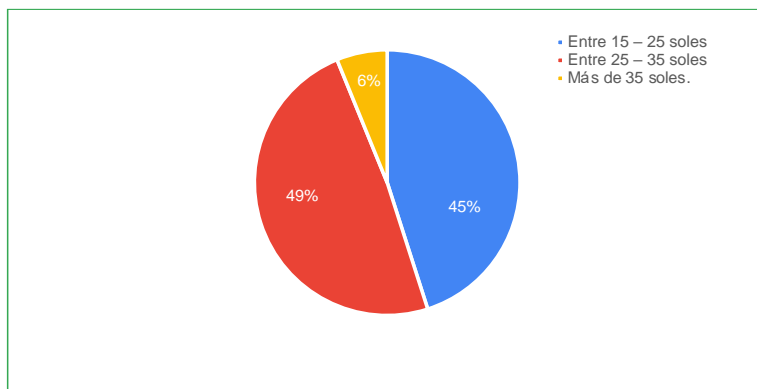
¿En qué rango estaría dispuesto a pagar?.

	Cant.	%
Entre 15 – 25 soles	73	45%
Entre 25 – 35 soles	79	49%
Más de 35 soles.	10	6%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 16.

Figura 25

¿En qué rango estaría dispuesto a pagar?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 16.

En la tabla 21 y figura 25 se puede apreciar que del total de encuestados el 45% señalan que podrían gastar entre 15 a 25 soles, el 49% entre 25 a 35 soles y el 6% más de 35 soles.

Pregunta 17. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?

Tabla 22

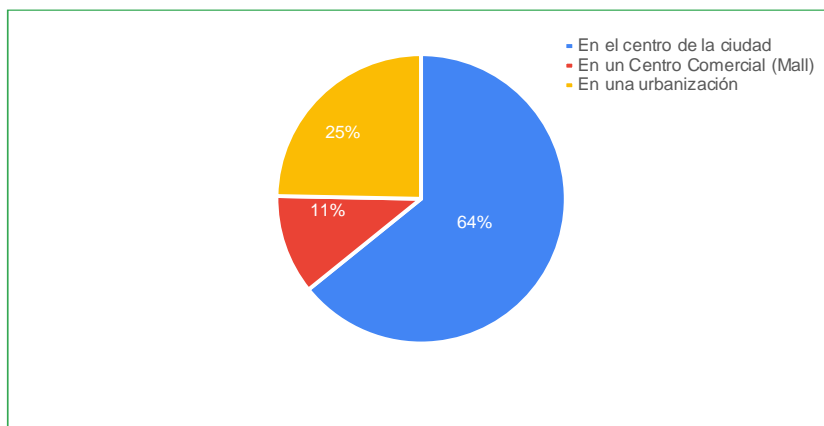
¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?.

	Cant.	%
En el centro de la ciudad	104	64%
En un Centro Comercial (Mall)	18	11%
En una urbanización	40	25%
Otro	0	0%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 17.

Figura 26

¿Dónde le gustaría que esté ubicado el local?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 17.

En la tabla 22 y figura 26 se puede apreciar que del total de encuestados el 64% señalan que debería ubicarse en el centro de la ciudad, el 25% en una urbanización y el 11% en un centro comercial (mall).

Pregunta 18. ¿Asistes a algún restaurante de comida saludable?

Tabla 23

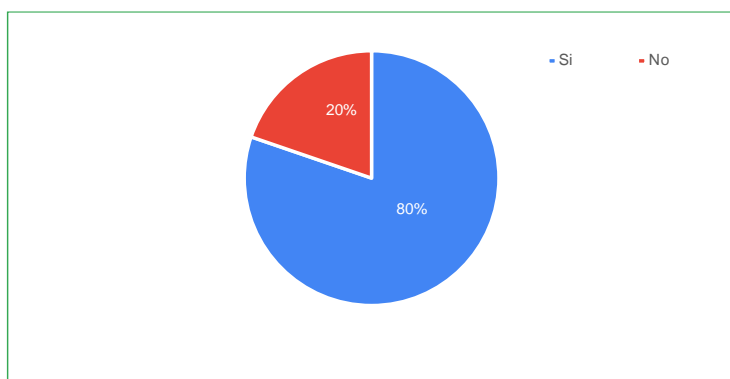
¿Asistes a algún restaurante de comida saludable?.

	Cant.	%
Si	130	80%
No	32	20%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 18.

Figura 27

¿Asistes a algún restaurante de comida saludable?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 18.

En la tabla 23 y figura 27 se puede apreciar que del total de encuestados el 80% señalan que si asisten a restaurantes de comidas saludables y el 20% indican que no.

Pregunta 19. ¿Qué es lo que le desagrada de la oferta actual?

Tabla 24

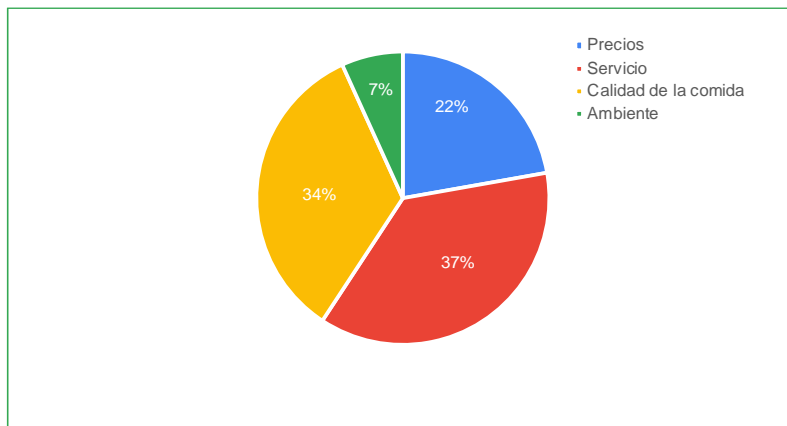
¿Qué es lo que le desagrada de la oferta actual?.

	Cant.	%
Precios	36	22%
Servicio	60	37%
Calidad de la comida	55	34%
Ambiente	11	7%
Total	162	100%

Nota. Se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 19.

Figura 28

¿Qué es lo que le desagrada de la oferta actual?.



Nota. Se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 19.

En la tabla 24 y figura 28 se puede apreciar que del total de encuestados el 37% señalan que el servicio no es bueno, el 37% que la comida no es de su agrado, el 22% el precio y el 7% el ambiente.

Pregunta 20. El nombre: “Natural Foods” le parece:

Tabla 25

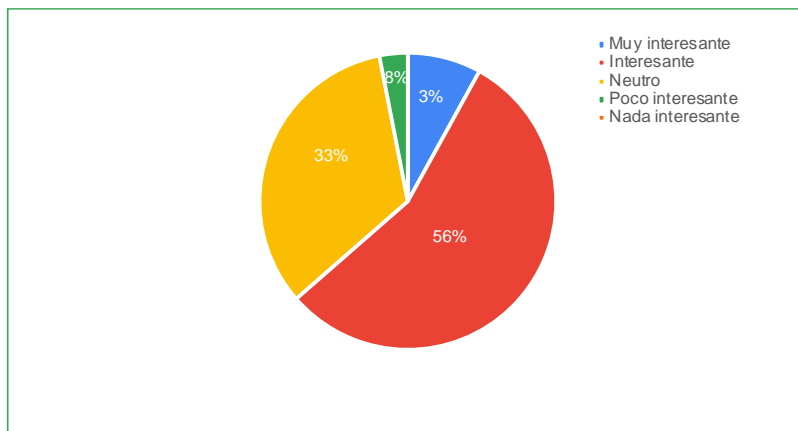
El nombre: “Natural Foods” le parece:

	Cant.	%
Muy interesante	13	8%
Interesante	90	56%
Neutro	54	33%
Poco interesante	5	3%
Nada interesante	0	0%
Total	162	100%

Nota. En la tabla se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 20.

Figura 29

El nombre: “Natural Foods” le parece:



Nota. En la figura se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 20.

En la tabla 25 y figura 29 se puede apreciar que del total de encuestados el 56% señalan que el nombre Natural Foods lo consideran interesante, 33% son neutrales y el 8% muy interesante.

Pregunta 21. Sexo:

Tabla 26

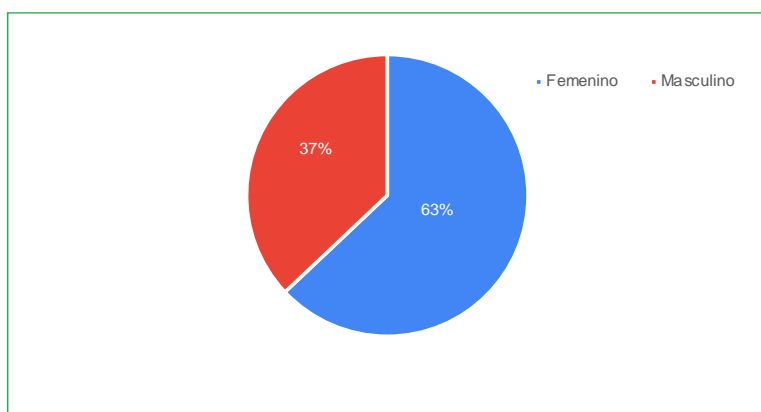
Sexo

	Cant.	%
Femenino	102	63%
Masculino	60	37%
Total	162	100%

Nota. En la tabla se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 21.

Figura 30

Sexo.



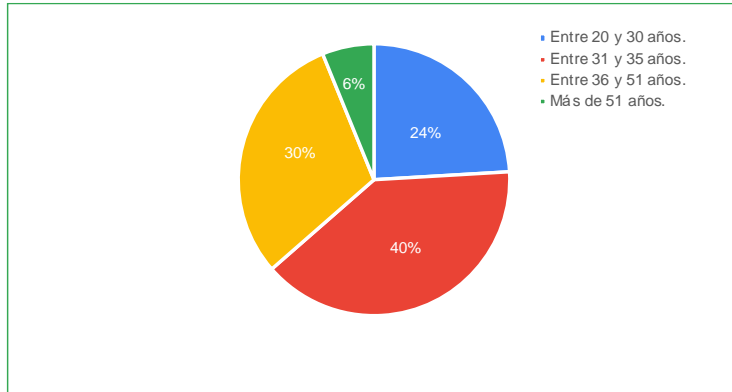
Nota. En la figura se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 21.

En la tabla 26 y figura 30 se puede apreciar que del total de encuestados el 63% son población femenina y el 37% varones.

Pregunta 22. Edad:

Figura 31

Edad.



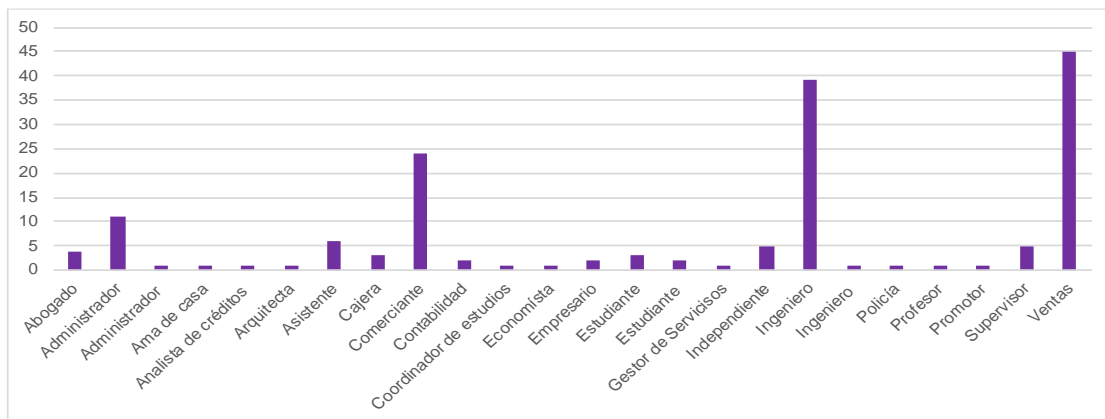
Nota. En la figura se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 22.

En la figura 31 se puede apreciar que del total de encuestados el 40% se ubican en las edades de 31 a 35 años, el 30% entre 36 a 51 años, el 24% entre 20 a 30 años y el 5% más de 51 años.

Pregunta 23. Ocupación:

Figura 32

Ocupación.



Nota. En la figura se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la Encuesta de la pregunta 23.

En la figura 32 se puede apreciar que de los encuestados se determinaron diferentes ocupaciones dentro de los cuales tenemos: vendedores, ingenieros crédito, comerciantes, administradores, entre otros.

CAPITULO IV

IV. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

4.1. Mercado

Está conformado por la demanda de crecimiento poblacional anual, partiendo de esa demanda se obtiene el mercado disponible que tienen las características para consumir el producto obteniendo un 51% de consumidores potenciales. El 69% son los consumidores efectivos, son los clientes dispuestos a comprar. En la tabla 27 de detalla los clientes potenciales, disponibles y efectivos del proyecto.

Tabla 27

Mercado Potencial – Disponible – Efectivo Proyectado.

En Número de Productos					
Mercado Potencial	2023	2024	2025	2026	2027
Total	11,957,630	12,160,910	12,367,645	12,577,895	12,791,719
Mercado Disponible	2023	2024	2025	2026	2027
51%	6,098,391	6,202,064	6,307,499	6,414,726	6,523,777
Mercado Efectivo	2023	2024	2025	2026	2027
69%	4,178,527	4,249,562	4,321,805	4,395,275	4,469,995

Nota. En la tabla se detalla la proyección del mercado potencial, disponible y efectivo del proyecto.

4.1.2. Mercado Objetivo Proyectado

En la tabla 28 se ha proyectado el mercado objetivo en un periodo de cinco años, el factor obtenido para la proyección es de 1.18% el cual dependerá mucho de la capacidad de producción del negocio y con el mercado efectivo proyectado.

Tabla 28

Mercado Objetivo Proyectado.

Mercado Objetivo	2023	2024	2025	2026	2027
1.18%	49,307	50,145	50,997	51,864	52,746

Nota. En la tabla se detalla la proyección del mercado objetivo.

4.2. Marketing Mix

4.2.1. Producto

Natural Foods ofrece a los clientes el servicio de almuerzos y cenas saludables en nuestro local o por delivery, los cuales estarán basados en una dieta saludable según los requerimientos de cliente y los diseñados por el nutricionista del restaurante. El cliente puede seleccionar entre almuerzos que se ofrecen en la carta que ofrece el restaurante o lo que el cliente desee solicitar de forma personalizada. A continuación, en la tabla 29 y 30 se detalla la carta de almuerzos y cenas de Natural Foods.

Tabla 29

Carta de Almuerzos.

Días Semana	Entrada ó Sopa	Segundo	Refresco
Lunes	Crema de Espinaca / Brocoli	Bistec con Verduras	Hierbaluisa
Martes	Ceviche de Champiñones	Pescado a la Plancha	Naranjada
Miercoles	Sopa de Quinua	Tacu tacu vital	Limonada
Jueves	Guacamole con Chips	Quinotto	Piña
Viernes	Ceviche con aguacate	Pescado al vapor	Hierbaluisa
Sábado	Tacos de Lechuga	Pasta a lo Alfredo con Pollo	Limonada

Nota. Se detalla la carta de almuerzo semanal.

Tabla 30

Carta de Cenas.

Días Semana	Entrada ó Sopa	Segundo	Refresco
Lunes	Tapas con frutas	Salmon Asado	Manzanilla
Martes	Tapas de Albahaca	Pollo con Verduras	Té
Miércoles	Roller's	Pollo Sofrito	Hierbaluisa
Jueves	Tacos de Lechuga	Pollo con cremosa salsa	Manzanilla
Viernes	Crema de verduras	Tilapia al horno con coliflor	Té
Sábado	Guacamole con Chips	Lasaña	Manzanilla

Nota. Se detalla la carta de almuerzo semanal.

4.2.2. Precio

El precio es un indicador importante en el proyecto, se busca estar acorde al mercado a pesar de ser un producto diferente, teniendo en cuenta que serán almuerzo y cenas saludables, como también cualquiera de esos productos personalizados a pedido del cliente. Es en ese sentido, que la base de los precios será de 15 soles a 35 soles, todo dependerá de la base que los posibles clientes consideren en la encuesta a aplicarse. Cabe precisar, si el cliente considera puede tomar paquetes de almuerzos y cenas semanales a los cuales se le podría aplicar su respectivo descuento, con la finalidad de fidelizar al cliente.

4.2.3. Plaza

. Se ejecutará mediante canales directos sin intermediarios, los productos podrán adquirirlo en nuestro local o por delivery. Asimismo, se desarrollará campañas publicitarias que sean perceptibles por el consumidor, de esa manera se busca posicionar la marca sobre la mente del consumidor, cabe precisar también que los

almuerzos y cenas serán recetas que logren satisfacer las necesidades de los clientes, siendo de interés principal la salud y la calidad alimenticia.

4.2.4. Promoción

Se realizará publicidad por los siguientes medios: internet por medio de espacios publicitarios, pagina web, afiches, folletos, entre otros, etc. También se creará una página web para recibir los pedidos de los clientes. Las redes sociales que serán usadas para la publicidad del proyecto es Facebook e Instagram, hay que tener en cuenta que para tener éxito en las redes se debe interactuar de manera permanente y en tiempo real, asimismo realizar promociones por el consumo del producto, para clientes fidelizados obsequios en fechas especiales.

V. PLAN TÉCNICO

5.1. Localización de la empresa

El restaurante se localizará en Trujillo, se tiene previsto el alquiler de un local tomando como premisa la pregunta 17 del cuestionario en el cual los encuestados indicaron que la mejor ubicación con 62.6% sería un local en el centro de la ciudad, 25.8% en un Centro Comercial (Mall) y 11.6% en una urbanización. Para obtener la localización correcta se analizaron las tres alternativas de localización mediante una matriz de factores los cuales son calificados y ponderados, permitiendo de esa manera obtener la locación del local al que obtenga el mejor puntaje. En la tabla 31 se detalla la ponderación de factores de las tres alternativas consideradas.

Tabla 31

Criterios para la Localización del Local.

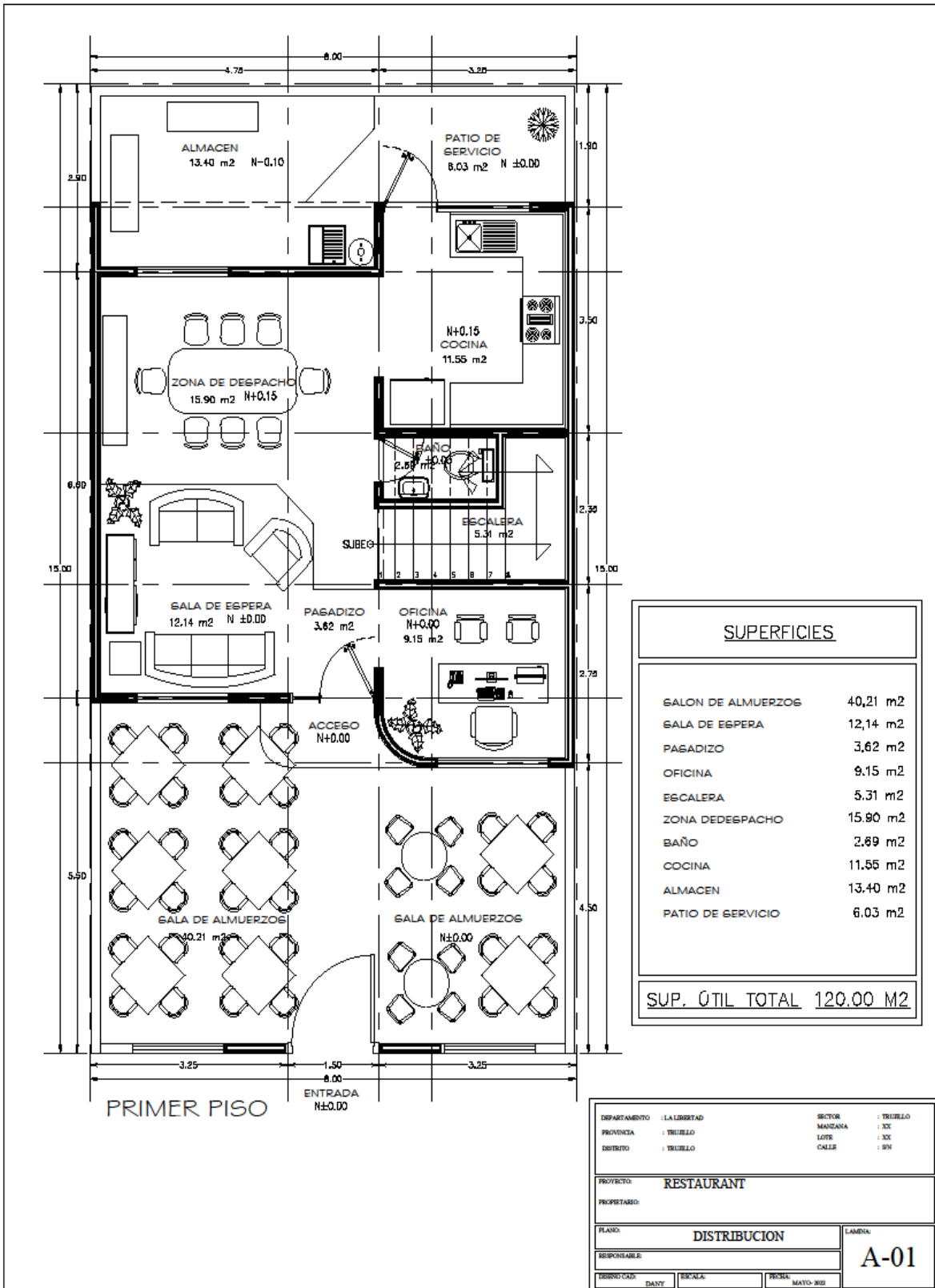
Factor	Peso	Centro Ciudad Trujillo		Centro Comercial (Mall)		Urbanización	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Local cerca a proveedores de insumos	0.18	4	0.72	3	0.54	3	0.54
Alquiler accesible	0.25	4	1.00	3	0.75	3	0.75
Ubicación estratégica para clientes y colaboradores	0.15	5	0.75	4	0.60	3	0.45
Características del local adecuadas para el diseño	0.17	5	0.85	4	0.68	4	0.68
Mercado objetivo disponible	0.25	4	1.00	4	1.00	3	0.75
TOTAL	1.00		4.32		3.57		3.17

Nota. En la tabla se detalla los principales factores tomados en cuenta para evaluar la localización del local.

En base a la ponderación obtenida el local se ubicará en la ciudad de Trujillo, se alquilará un local de 120m² el mismo que debe mantener los recursos básicos: agua, luz, gas, servicios higiénicos, servicio de internet DSL con acceso Wifi y telefonía fija, servicios de primer orden para el desempeño de las actividades de la empresa. En la figura 33 se muestra el plano de las instalaciones del local.

Figura 33

Plano de las Instalaciones del Local.



Nota. Diseño de distribución que se le dará al local.

5.2. Tamaño del negocio

Se tiene previsto una capacidad de 220 almuerzos y cenas diarios, que equivalen a 52,800 almuerzos y cenas anuales, la producción dependerá mucho de la capacidad instalada. El detalle se muestra en la tabla 32 se detalla el número de almuerzos promedio que puede atender Natural Foods.

Tabla 32

Tamaño del Proyecto.

Tiempo	Almuerzos y Cenas
Diario	220
Semanal	1,100
Mensual	4,400
Anual	52,800
Capacidad Total	52,800

Nota. Capacidad de atención que tendrá Natural Foods.

5.3. Necesidades

Para poner en marcha el negocio se requiere de equipos y herramientas de cocina, mano de obra directa y administrativa, materiales e insumos necesarios para la elaboración de los productos, mobiliario y materiales de oficina, entre otros. En la tabla 33 se detalla todo el equipamiento de cocina necesario para la producción de los almuerzos y cenas.

Tabla 33*Maquinaria, Equipo y Utensilios Varios.*

Maquinaria, Equipo y Otros	Marca	Cantidad
Cocina industrial (con horno)		2
Congelador y refrigerador industrial		1
Ventiladores de pared	Perutrading	3
Horno microondas	Samsung	2
Extractora de juego	Oster	1
Extractor/Soplador de aire	Oster	1
Balanza de cocina semiprofesional		1
Licuadaora	Oster	2
Batidora industrial	Oster	1
Olla arrocera	Oster	3
Sartenes	Record	5
Juego de Utensilios		4

Nota. En la tabla se detalla la maquinaria y equipo que requiere Natural Foods.

Por otra parte en las tablas 34 y 35 se detalla el mobiliario y equipo de cómputo requeridos para las actividades del área de ventas y administración.

Tabla 34*Equipo de Cómputo.*

Equipos de Computo	Marca	Cantidad
Computadora	Asus	2
Impresora Scanner	Canon	1
Teléfono inalámbrico		3
Equipos de celulares		2

Nota. En la tabla se detalla el equipo de cómputo que requiere Natural Foods.

Tabla 35*Mobiliario.*

Mobiliario	Cantidad
Mesa de cocina	5
Muebles	1
Extintidor CO2 de 5 Lb.	2
Estante organizador	2
Estante	5
Reposteros	2
Tacho de basura	3
Mesa de computadora	3
Sillas de escritorio	3
Pizarra acrílica	1

Nota. En la tabla se detalla el mobiliario que requiere Natural Foods.

En tabla 36 se detalla la mano de obra directa e indirecta requerida para poner en marcha el proyecto.

Tabla 36*Mano de Obra.*

Mano Obra	Cantidad
Jefe de Cocina	1
Cocineros	2
Asistente Operativo	1
Administrador	1
Asesoría Contable	1
Nutricionista	1
Asistente de Marketing y Ventas	1

Nota. En la tabla se detalla el mobiliario que requiere Natural Foods.

Y finalmente, en la tabla 37 se listan los insumos a utilizarse en el proceso de producción de los almuerzos y cenas.

Tabla 37

Materia Prima e Insumos.

Materia Prima / Insumos		
Lechugas mixtas (und)	Carne Molidas (Kg)	Harina (kg)
Espinacas (pqte)	Pescado (kg)	Leche (Lt)
Palta (und)	Arroz (Kg.)	Mantequilla (kg)
Tomate (gr)	Fideos (Kg.)	Sal (pqte)
Zanahoria (kg)	Lagsaña (Kg.)	Nuez Moscada
Beterraga	Canelones (Kg.)	Maiz morado (kg)
Brocoli	Cebolla (kg)	Cebada (kg)
Choclo	Escabeche (kg)	Azucar rubia (kg)
Vainita	Aceite (Lt)	Canela y clavo
Queso t/suizo (kg)	Pimienta (pqte)	Piña
Queso Mosarella (bola)	Cominos (pqte)	Lonchera de cartón (ciento)
Queso Parmesano (pqte)	Ajinomoto (pqte)	Cubiertos Acrylicos (ciento)
Huevo	Aji Rojo	Servilleta (ciento)
Pimiento	Aji Panca	Taper 3/4 Segundo (und)
Alverja verde	Vinagre	Vaso tecnopor 12 onzas (ciento)
Ajo (kg)	Palillo Amarillo	Taper Pequeño Ensalada (ciento)
Papa Amarilla (kg)	Hongo con Laurel	Taper pequeño Aliño 1 onza (ciento)
Pollo (kg)	Limonas	
Carne Res (Kg)	Atun (und)	

Nota. Listado de materia prima e insumos varios que requiere Natural Foods.

5.4. Costos

5.4.1. Costos Directos

En tabla 38 y 39 se listan los costos de materia prima que se utilizará en el proyecto, previsto para un mes de consumo.

Tabla 38

Materia Prima e Insumos.

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Costo
Lechugas mixtas	Unidad	1.00	3.00	3.00
Espinacas	Paquete	1.00	2.50	2.50
Palta	Unidad	1.00	2.00	2.00
Tomate	kg	1.00	5.00	5.00
Zanahoria (kg)	kg	1.00	3.50	3.50
Beterraga	kg	1.00	4.00	4.00
Brocoli	Unidad	1.00	2.00	2.00
Choclo	Unidad	1.00	2.50	2.50
Vainita	kg	1.00	2.50	2.50
Queso t/suizo	kg	1.00	35.00	35.00
Queso Mosarella	Bola	1.00	15.00	15.00
Queso Parmesano	Paquete	1.00	10.00	10.00
Huevo	kg	1.00	8.00	8.00
Pimiento	Unidad	1.00	1.50	1.50
Alverja verde	kg	1.00	5.00	5.00
Ajos	kg	1.00	20.00	20.00
Papa Amarilla	kg	1.00	4.00	4.00
Pollo	kg	1.00	9.50	9.50
Carne Res	kg	1.00	35.00	35.00
Carne Molida	kg	1.00	25.00	25.00
Pescado	kg	1.00	25.00	25.00
Arroz	kg	1.00	4.00	4.00
Fideos	kg	1.00	16.00	16.00
Lagsaña	kg	1.00	18.00	18.00
Canelones	kg	1.00	18.00	18.00
Cebolla	kg	1.00	4.00	4.00
Escabeche	kg	1.00	5.00	5.00

Nota. En la tabla se detalla la materia prima con sus respectivas cantidades y costos.

Tabla 39

Materia Prima e Insumos.

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio	Costo
Aceite	Lt	1.00	16.00	16.00
Pimienta (pqte)		1.00	2.50	2.50
Cominos (pqte)		1.00	2.50	2.50
Ajinomoto (pqte)		1.00	3.00	3.00
Aji Rojo	kg	1.00	5.00	5.00
Aji Panca	kg	1.00	5.00	5.00
Vinagre	Unidad	1.00	4.50	4.50
Palillo Amarillo		1.00	2.50	2.50
Hongo con Laurel		1.00	2.00	2.00
Limonas	kg	1.00	5.00	5.00
Atun	Unidad	1.00	7.50	7.50
Harina	kg	1.00	9.00	9.00
Leche	Lt	1.00	6.00	6.00
Mantequilla	kg	1.00	15.00	15.00
Sal	Bolsa	1.00	3.50	3.50
Nuez Moscada	kg	1.00	20.00	20.00
Maiz morado	kg	1.00	7.00	7.00
Cebada	kg	1.00	5.00	5.00
Azucar rubia	kg	1.00	4.50	4.50
Canela y clavo	kg	1.00	24.00	24.00
Piña	Unidad	1.00	5.00	5.00
Lonchera de cartón	Ciento	100.00	1.80	180.00
Cubiertos Acrilicos	Ciento	1.00	35.00	35.00
Servilletas	Ciento	1.00	35.00	35.00
Taper 3/4 Segundo	Ciento	1.00	45.00	45.00
Vaso tecnopor 12 onzas	Ciento	1.00	32.00	32.00
Taper Pequeño Ensalada	Ciento	1.00	40.00	40.00
Taper pequeño Aliño 1 onza	Ciento	1.00	20.00	20.00
Costo Total				826.50

Nota. En la tabla se detalla la materia prima con sus respectivas cantidades y costos.

En tabla 40 muestra el costo de la mano de obra directa e indirecta que formara parte del proyecto tanto en la producción del servicio como también la parte administrativa involucrada y requerida para el negocio.

Tabla 40

Mano de Obra Directa e Indirecta.

Mano de Obra	Cantidad	Sueldo Mensual
Jefe de Cocina	1	2,100.00
Cocineros	2	1,400.00
Asistente Operativo	1	1,000.00
Administrador	1	1,500.00
Asesoría Contable	1	1,200.00
Nutricionista	1	1,500.00
Asistente de Marketing y Ventas	1	1,500.00
Total		10,200.00

Nota. Cantidad y costos de mano de obra directa e indirecta.

En la tabla 41 se presenta la proyección de los costos de los materiales directos a usarse en la producción de almuerzos y cenas de la carta y personalizados para los cinco años de proyección del proyecto.

Tabla 41

Costos de Materiales Directos.

ITEM	2023	2024	2024	2024	2024
Platos a la Carta	650,718.06	701,170.61	753,155.00	806,690.87	829,550.64
Personalizado	162,689.34	175,297.56	188,278.93	201,672.72	207,387.66
Total Materiales	813,407.40	876,468.17	941,433.93	1,008,363.58	1,036,938.31

Nota. En la tabla se detalla los costos de los materiales directos.

Asimismo, se realizó la proyección de la cantidad de servicios que se brindara en el horizonte del proyecto, el mismo que se visualiza en la tabla 42.

Tabla 42

Cantidad de Producción de Servicios.

ITEM	%	2023	2024	2024	2024	2024
Platos a la Carta	80%	33,134.00	35,703.00	38,350.00	41,076.00	42,240.00
Personalizado	20%	8,284.00	8,926.00	9,587.00	10,269.00	10,560.00
Total de Servicios	100%	41,418.00	44,629.00	47,937.00	51,345.00	52,800.00

Nota. Detalle de costos de los materiales directos.

5.4.2. Costos Indirectos

En la tabla 43, 44, 45 y 46 se detallan los costos indirectos relacionados a los servicios básicos, útiles de limpieza, escritorio y servicios de comunicación requeridos y muy necesarios por la naturaleza del negocio.

Tabla 43

Servicios Básicos.

ITEM	%	Valor al Año
Electricidad	26%	1,200.00
Agua	17%	800.00
Internet	6%	300.00
Menaje de cocina	32%	1,500.00
Gas	19%	900.00
Total	100%	4,700.00

Nota. Costos de los servicios básicos para un año.

Tabla 44*Articulos de Limpieza.*

Item	Compra Mensual	Valor al Año
Detergente	32.16	327.05
P.h	36.00	366.10
Trapeadores	28.80	292.88
Escoba	14.40	146.44
Recogedor	9.60	97.63
Paños	28.80	292.88
Toallas	18.00	183.05
Desinfectante	30.00	305.08
Papel Toalla	21.60	219.66
Guantes latex	43.20	439.32
Bolsas de basura	12.00	122.03
Lavavajilla	15.60	158.64
Lejia	14.40	146.44
Jabon liquido	19.80	201.36
Mascarilla	36.00	366.10
Protector de cabelli	60.00	610.17
Total		4,274.85

Nota. En la tabla se detalla los costos de los útiles de limpieza para un año.

Tabla 45*Articulos de Escritorio.*

Item	Medida	Cantidad Mensual	Precio	Valor al Año
Caja de lapiceros	caja	1.00	9.60	8.14
Caja de lapices	unidad	2.00	8.40	14.24
Caja de borradores	unidad	2.00	6.00	10.17
Block de notas	unidad	4.00	3.60	12.20
Archivador	unidad	2.00	14.40	24.41
Perforador/ grapador/ portacinta	unidad	1.00	72.00	61.02
Hojas bond	millar	3.00	26.40	67.12
Cinta	unidad	2.00	6.60	11.19
Marcadores	unidad	2.00	7.20	12.20
Total				220.68

Nota. En la tabla se detalla los costos de los útiles de escritorio para un año.

Tabla 46*Servicios de Comunicación.*

Item	Compra Mensual	Valor al Año
Teléfono	60.00	610.17
Internet	146.00	1,484.75
Movistar	30.00	305.08
Claro	30.00	305.08
Total		2,705.08

Nota. En la tabla se detalla los costos de los materiales directos.

5.4.3. Planilla de Personal

En la tabla 47 se muestra el consolidado del gasto del personal a lo largo de horizonte de evaluación del proyecto, el cual incluye la mano de obra directa e indirecta, sueldo de administrativos y de ventas. Cabe precisar, que se ha considerado un incremento de sueldo anual de 1.5% por los 5 años proyectados.

Tabla 47*Consolidado de Costos de Personal.*

Descripción	2023	2024	2024	2024	2024
Mano de Obra Directa	57,491.70	58,354.08	59,229.39	60,117.83	61,019.59
Mano de Obra Indirecta	16,426.20	16,672.59	16,922.68	17,176.52	17,434.17
Administración	45,639.30	46,323.89	47,018.75	47,724.03	48,439.89
Ventas	19,711.44	20,007.11	20,307.22	20,611.83	20,921.00
Total	139,268.64	141,357.67	143,478.03	145,630.21	147,814.66

Nota. En la tabla se detalla los costos de personal tanto de mano de obra directa como indirecta por año.

5.4.4. Gastos Administrativos

En la tabla 48 se muestra el presupuesto proyectado para los gastos de administración.

Tabla 48*Gastos Administrativos.*

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Útiles de Escritorio	220.68	187.02	187.02	187.02	187.02
Útiles de Limpieza	4,274.85	3,622.75	3,622.75	3,622.75	3,622.75
Sueldos	45,639.30	46,323.89	47,018.75	47,724.03	48,439.89
Plan de Capacitación		1,623.10	1,623.10	1,623.10	1,623.10
Alquileres	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Mantenimiento y Reparación del Local		1,565.64	1,565.64	1,565.64	1,565.64
Servicios de Comunicación	2,705.08	2,292.44	2,292.44	2,292.44	2,292.44
Imprevistos 3%	2,125.20	2,208.45	2,229.29	2,250.45	2,271.93
TOTAL SIN IGV	72,965.11	75,823.29	76,538.99	77,265.43	78,002.77

Nota. En la tabla se detalla los gastos administrativos proyectados por año.

5.4.5. Gastos de Ventas

En la tabla 49 se detalla el presupuesto proyectado para los gastos de ventas que incluye publicidad y marketing, asimismo se incluye el costo de sueldos también.

Tabla 49

Gastos de Ventas.

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Publicidad y Marketing	12,591.70	10,670.93	10,670.93	10,670.93	10,670.93
Publicidad	10,677.97	9,049.12	9,049.12	9,049.12	9,049.12
Actividades y Eventos	1,186.44	1,005.46	1,005.46	1,005.46	1,005.46
Merchandising	727.29	616.35	616.35	616.35	616.35
Sueldos	19,711.44	20,007.11	20,307.22	20,611.83	20,921.00
Transporte y Representación	3,050.85	2,585.46	2,585.46	2,585.46	2,585.46
TOTAL SIN IGV	35,353.99	33,263.51	33,563.61	33,868.22	34,177.40

Nota. Gastos de ventas proyectados por año.

5.4.6. Determinación de Precio

En la tabla 50 se muestra el listado de materiales e insumos que se utilizarán para la producción de los almuerzos y cenas, las compras se realizan por cantidades al por mayor para reducir costos, el costo determinado es para un paquete de 100 platos entre almuerzo y cenas, obteniendo un precio promedio de S/ 19.64.

Tabla 50*Costos de Insumos para Determinación de Precio Promedio.*

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x paquete
	Lechugas mixtas (und)	0.05	3	
	Palta (und)	0.05	2	
	Tomate (gr)	0.05	5	
	Zanahoria (kg)	0.05	3.5	
	Beterraga	0.05	4	
	Brocoli	0.05	2	
	Choclo	0.05	2.5	
	Vainita	0.05	2.5	
	Queso t/suizo (kg)	0.05	35	
	Huevo	0.05	8	
	Ajo (kg)	0.05	20	
	Papa Amarilla (kg)	0.05	4	
	Pollo (kg)	0.17	9.5	
	Arroz (Kg.)	0.17	4	
	Cebolla (kg)	0.05	4	
Platos a la	Escabeche (kg)	0.05	5	
Carta y	Aceite (Lt)	0.05	16	
Personaliza	Pimienta (pqte)	0.05	2.5	19.64
dos	Cominos (pqte)	0.05	2.5	
	Ajinomoto (pqte)	0.05	3	
	Vinagre	0.05	4.5	
	Limones	0.05	5	
	Sal (pqte)	0.05	3.5	
	Maiz morado (kg)	0.05	7	
	Azucar rubia (kg)	0.05	4.5	
	Canela y clavo	0.05	24	
	Piña	0.05	5	
	Lonchera de cartón (ciento)	0.01	12	
	Cubiertos Acrylicos (ciento)	0.01	35	
	Servilleta (ciento)	0.01	35	
	Taper 3/4 Segundo (und)	1.00	45	
	Vaso tecnopor 12 onzas (ciento)	0.01	32	
	Taper Pequeño Ensalada (ciento)	0.01	40	
	Taper pequeño Aliño 1 onza (ciento)	0.01	20	
	Total		23.17	

Nota. Detalle de costos de insumos.

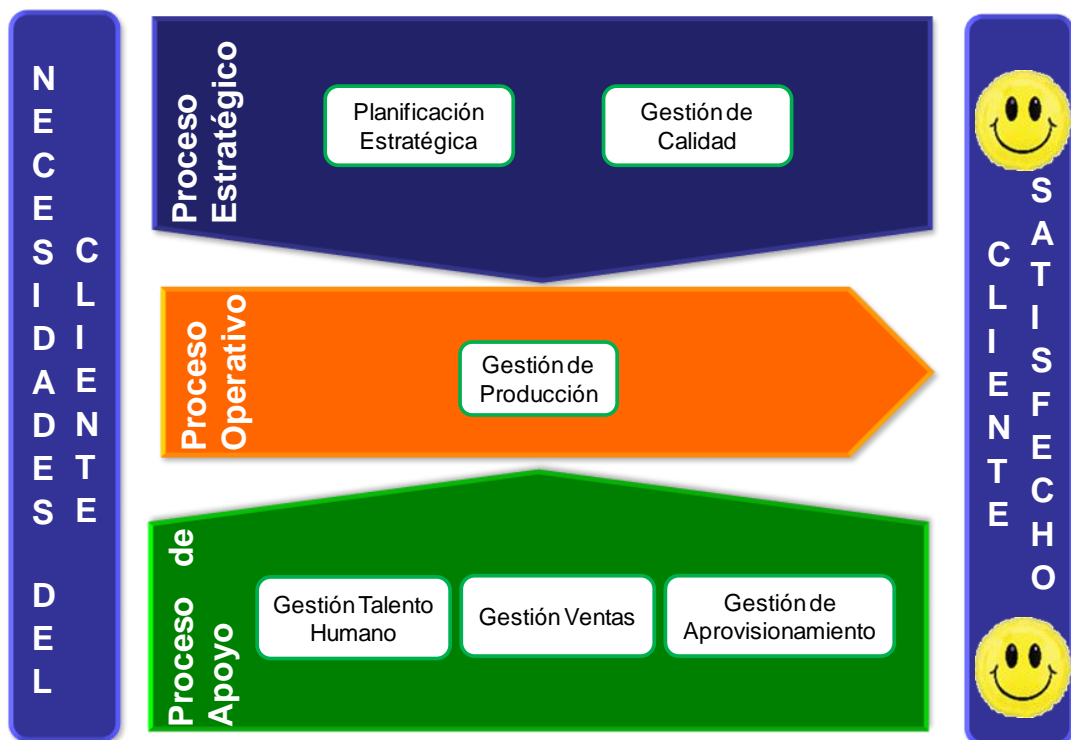
5.5. Proceso de producción u operación

5.5.1. Flujograma del Proceso de Compras

En la figura 34 se muestra el mapa de proceso de Natural Foods identificando los procesos estratégicos, proceso core del negocio y procesos de apoyo.

Figura 34

Mapa de Procesos.



Nota. Mapa de procesos de Natural Foods.

Dentro del procesos principales tenemos:

Gestión de Producción

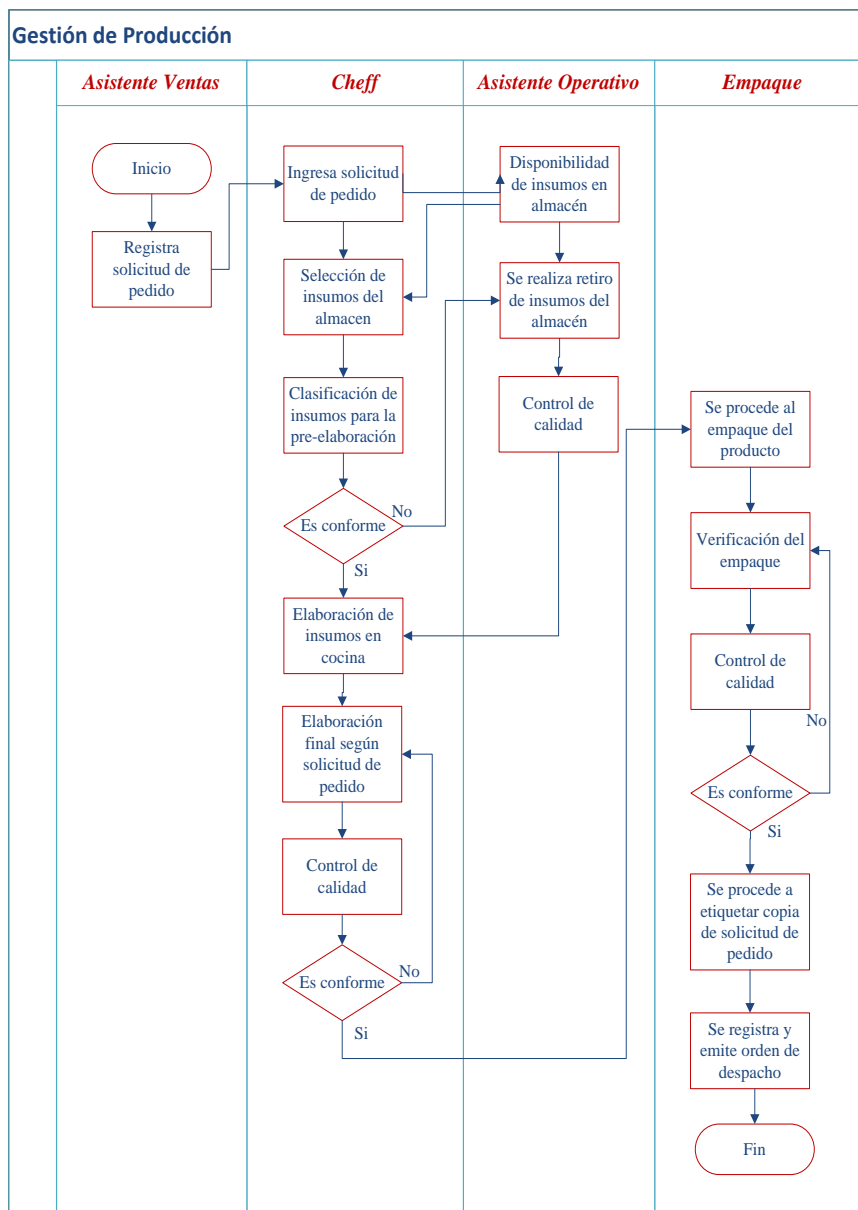
El proceso de producción se inicia con el ingreso de la Solicitud de Pedido a cocina, se procede al retiro de los insumos y/o materiales a utilizar para la elaboración del producto final, estos a su vez pasan por un proceso de control de calidad por el

responsable de la elaboración, el mismo que indicará si está conforme, prosigue el proceso con la clasificación de los insumos para la pre elaboración (lavado, cortado, etc), ya seleccionados los insumos se procede a realizar la elaboración de producto, ya concluida la elaboración del producto de acuerdo a la solicitud del pedido, se procede a un control de calidad, si es conforme, se prosigue con el proceso de empaque del producto, se verifica si está bien realizado el empaque, pasa por control de calidad, si es conforme se procede con el etiquetado del empaque con la copia de la solicitud del pedido.

A continuación, en la figura 35 se muestra el diagrama de flujos del respectivo proceso.

Figura 35

Gestión de Producción.



Nota. Actividades del proceso Gestión de Producción.

Gestión del Talento Humano

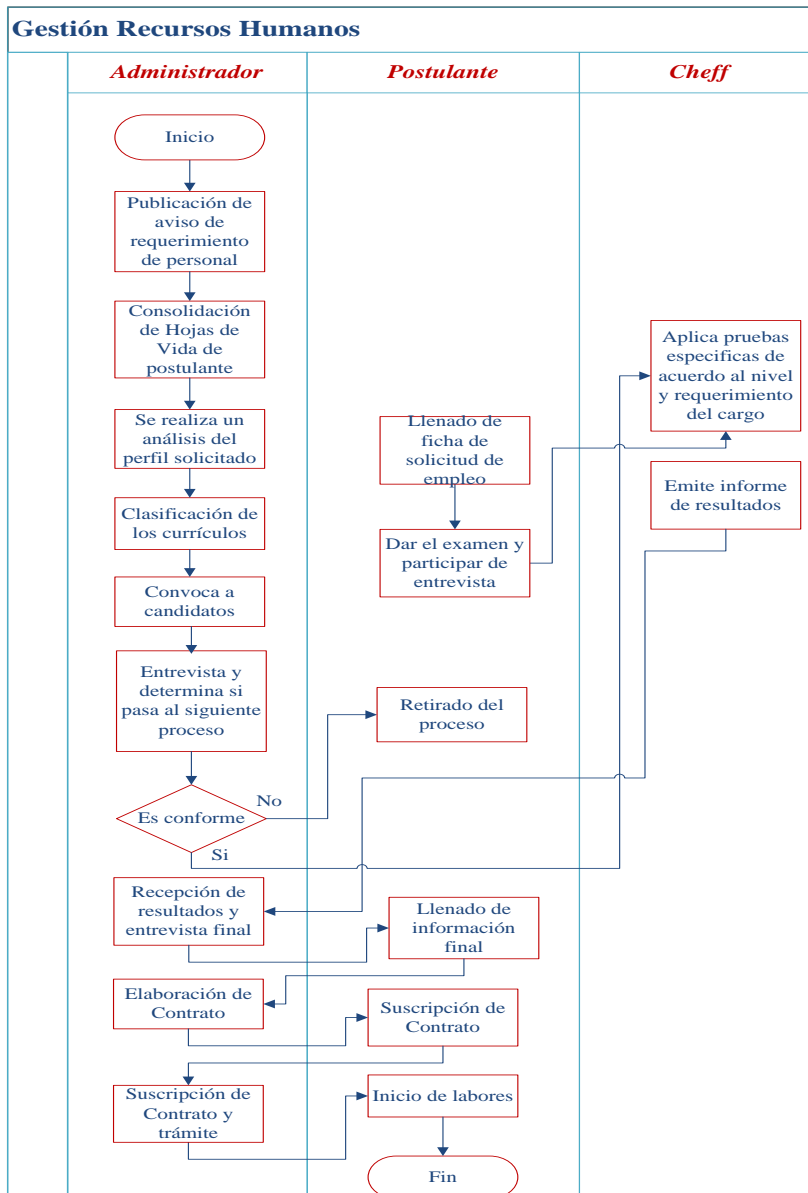
Se inicia por medio de avisos de trabajo en internet y volantes para el reclutamiento del personal, se continúa con la etapa de selección de personal de acuerdo al currículo vitae que presentan los postulantes a los diferentes puestos, luego con la selección los CV conformes, a los cuales se realiza la entrevista personal

lo cual permite determinar si el postulante se apto para el puesto, de ser así se procede con la elaboración del contrato especificando los horarios de trabajo e importe salarial, procediendo a delegar las funciones y tareas respectivas al puesto, finalmente nuestro objetivo con el personal es mantener un personal estable por lo tanto se tiene previsto mantenerlo motivado y capacitado para que el rendimiento sea bueno para el desarrollo tanto personal como de la empresa.

A continuación, en la figura 36 se muestra el diagrama de flujos del respectivo proceso.

Figura 36

Gestión de Talento Humano.



Nota. Actividades del proceso Gestión del Talento Humano.

Gestión de Aprovisionamiento

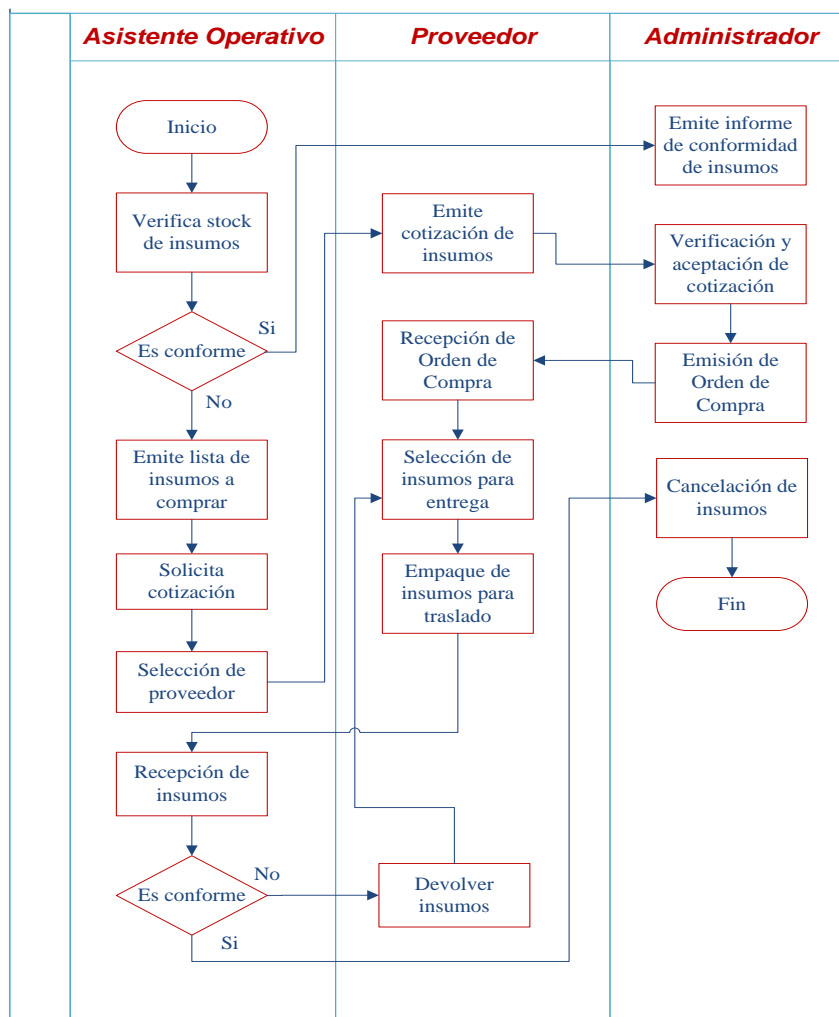
El proceso de aprovisionamiento se inicia con la emisión de lista de insumos a adquirir, luego se procede a verificar en la base de datos los proveedores que tenemos en lista y seleccionamos el proveedor, le solicitamos su lista de precios de los insumos que deseamos adquirir, si los precios son accesibles a los precios de mercado a emitimos la O/C respectiva, proveedor verifica los insumos para el reparto, si es conforme, recibimos los insumos, procedemos a su clasificación y los

almacenamos, finalmente actualizamos la base de datos de todos los insumos adquiridos.

A continuación, se muestra en la figura 37 el diagrama de flujos del respectivo proceso.

Figura 37

Gestión de Aprovisionamiento.



Nota. Actividades del proceso Gestión de Aprovisionamiento.

5.6. Certificaciones necesarias

5.6.1. Licencias y Permisos

Para la apertura y el desarrollo de las actividades operacionales se debe tener la licencia de funcionamiento tramitada y expedida por la Municipalidad Provincial de Trujillo, debiéndose presentar lo siguiente:

Para la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de seguridad en Defensa Civil

Para la Licencia de Funcionamiento son exigibles, los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya: RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales.

- Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Para personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.

- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

El costo de la licencia de funcionamiento es de S/ 300.00 (sin IGV)

5.6.2. Regulación Sectorial

Sectorialmente la empresa se encuentra regulada por el Ministerio de Salud (MINSA) de acuerdo a Resolución Ministerial No. 449-2006/MINSA de la cual podemos mencionar:

Artículo 2:

- Establece procedimientos para la aplicación del Sistema HACCP, a fin de asegurar la calidad sanitaria y la inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano.

- Establecer criterios para la formulación y aplicación de los Planes HACCP en la industria alimentaria.

Artículo 4:

- El Plan HACCP, debe aplicarse a cada línea de producción y es específico para cada alimento o bebida. Será revisado periódicamente para incorporar en cada fase los avances de la ciencia y de la tecnología alimentaria.

Artículo 8:

- Son los principios esenciales de higiene de los alimentos aplicables a lo largo de toda la cadena alimentaria a fin de lograr alimentos inocuos y con calidad sanitaria.

Estos principios deben aplicarse respecto de:

- a. El diseño de la fábrica o establecimiento, instalaciones y equipos.
- b. El control de las operaciones en la fabricación o proceso.
- c. El mantenimiento y saneamiento.
- d. La higiene y capacitación del personal.
- e. El transporte.
- f. La información sobre los productos y sensibilización de los consumidores.

Artículo 15:

- La aplicación del Sistema HACCP en la cadena alimentaria se sustenta en los siguientes siete (7) principios:

Principio 1: Enumerar todos los peligros posibles relacionados con cada etapa, realizando un análisis de los peligros, a fin de determinar las medidas para controlar los peligros identificados.

Principio 2: Determinar los Puntos de Control Críticos (PCC).

Principio 3: Establecer el Límite o los Límites Críticos (LC) en cada PCC.

Principio 4: Establecer un sistema de vigilancia del control de los PCC.

Principio 5: Establecer las medidas correctoras que han de adoptarse cuando la vigilancia indica que un determinado PCC no está controlado.

Principio 6: Establecer procedimientos de verificación o de comprobación para confirmar que el Sistema HACCP funciona eficazmente.

Principio 7: Establecer un sistema de registro y documentación sobre todos los procedimientos y los registros apropiados para estos principios y su aplicación.

5.6.3. Regulación Sanitaria

Para la regulación sanitaria, se tiene en cuenta la Ley General de Salud N° 26842, la cual indica todas las pautas en cuanto al uso de materia prima, envases y medidas que debe tener el personal que hace contactos con alimentos y bebidas para el público.

Se implementará el sistema HACCP. Norma Sanitaria para la Aplicación del Sistema HACCP en la Fabricación de Alimentos y Bebidas RM 449-2006/MINSA.

5.6.4. Regulación sobre Salud y Seguridad Ocupacional

Se tendrá en cuenta la Ley N° 29783 Seguridad y Salud en el Trabajo y el Reglamento de Ley N° 29783 Seguridad y Salud en el Trabajo aprobado según D.S. No. 005-12-TR,

Se deberá tener en cuenta 9 principios indicados en la respectiva ley, los cuales se indican a continuación:

- Principio de prevención
- Principio de responsabilidad
- Principio de cooperación
- Principio de información y capacitación
- Principio de gestión integral
- Principio de atención integral de la salud
- Principio de consulta y participación
- Principio de primacía a la realidad
- Principio de protección

5.7. Impacto en el medio ambiente

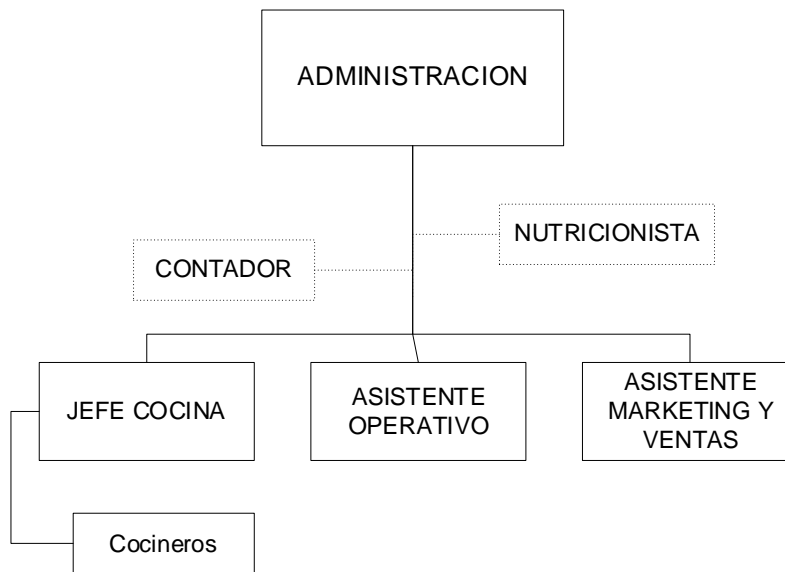
Se aplicará la Ley N°27446 (Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental), mayormente los restaurantes generan desechos orgánicos, plásticos, vidrios y químicos. Todos los desperdicios se clasificarán y serán desechados en contenedores. El contenedor verde para envases de cristal y vidrio, contenedor azul para envases o materiales de cartón y papel, uno amarillo, para plásticos, latón, tetrabriks, bebidas y latas de conserva, uno gris o marrón para los residuos orgánicos.

5.8. Plan Organizacional y de Recursos Humanos

5.8.1 Organigrama

Figura 38

Organigrama Propuesto.



Nota. Estructura organizacional de Natural Foods.

Cargo: Administrador(a)

Se encargará de realizar la planeación, ejecución y dirección de la gestión administrativa y operativa de la empresa. Programará las compras anuales y las proyecciones de los gastos e ingresos, se encargará de la contratación y selección del personal y coordinar todas las actividades de producción y distribución de la empresa.

Cargo: Jefe de Cocina

Cheff con experiencia no menor a tres años en restaurantes, especializado en comida saludable, se encargará de la supervisión y preparación de los almuerzos de acuerdo a las recetas brindadas por el nutricionista.

Cargo: Cocineros

Encargados de elaborar los almuerzos y cenas de acuerdo a la carta del día y en base a las recetas establecidas para la elaboración de cada plato.

Cargo: Asistente de Marketing y Ventas

Encargado de elaborar el plan de marketing anual de la empresa, aplicar estrategias en las redes sociales y diseño de la web. Asimismo, llevara el control de las ventas diarias, semanales y mensuales. Establecer indicadores de gestión que permita llevar un control.

Cargo: Asistente Operativo

Se encargará de la parte cadena de suministro de la empresa asegurándose de cumplir con las metas propuestas, asimismo del mantenimiento de la infraestructura del local, entre otras actividades que se requiera para el buen funcionamiento de la empresa.

5.8.2 Obligaciones Laborales

La empresa se ubica dentro del régimen laboral de la Micro y Pequeña empresa, los colaboradores se aplicarán a dicho régimen laboral de la actividad privada. En cuanto a la legislación laboral, la contratación será indeterminado y tomándose el régimen laboral de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña

Empresa - Ley 28015 - y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo 009-TR-2,003. En la tabla 51 se detalla los beneficios que recibirán los colaboradores bajo el presente régimen laboral.

Tabla 51

Beneficios de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa - Ley 28015.

Beneficio	Pequeña Empresa
Remuneración	RMV
Jornada	8 horas diarias
Descanso Semanal	Mínimo 24 horas
Feridos	De acuerdo con la normativa común
Vacaciones	Mínimo 15 d.c. por cada año completo de servicios. Tope 90 remuneraciones diarias.
CTS	Se computa a razón de 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios.
Gratificaciones	2 gratificaciones al año de medio sueldo cada una.
Utilidades	En base al D.L. No. 892
Despido Injustificado	Equivalente a 15 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope 180 remuneraciones diarias.
Seguro Social	Empleador 9% + SCTR
Regimen Provisional	ONP o AFP

Nota. En la tabla se detalla los beneficios que brinda la Ley 28015 a los colaboradores.

Contenido del Régimen Laboral Especial - Pequeña Empresa

Remuneración, los colaboradores tiene derecho a percibir por lo menos la Remuneración Mínima Vital.

La Jornada de Trabajo, es de ocho horas diarias o cuarenta y ocho semanales, como máximo.

Horario de Trabajo, es establecido por el empleador tanto el ingreso como salida.

Descanso Semanal Obligatorio, mínimo a 24 horas consecutivas de descanso semanal, otorgándose el día domingo u otro día previa coordinación con el empleador.

Trabajo en Sobre tiempo, este régimen esta exonerado del pago de horario nocturno

Vacaciones, mínimo quince (15) días calendarios de descanso por cada año laborado.

Despido Injustificado, tiene derecho a una indemnización equivalente a quince (15) remuneraciones diarias por cada año laborado y un máximo de ciento ochenta (180) remuneraciones diarias.

Adicionalmente se mantienen sus derecho Seguro Social de Salud y Régimen Pensionario.

VI. PLANIFICACIÓN FINANCIERA

6.1. Inversiones

En la tabla 55 se detalla la inversión total para el presente proyecto, cuyo monto asciende a 172,530.00 soles (incluido IGV), 60% será aporte de accionistas y el 40% préstamo por entidad financiera.

Tabla 52

Estructura de Capital.

Descripción	Monto de capital	%
	S/.	
Aporte Propio	103,518	60.00%
Préstamo	69,012	40.00%
Inversión Total	172,530	100.00%

Nota. En la tabla se detalla la inversión requerida para la implementación del proyecto.

En la tabla 53 se detalla la inversión de los activos fijos de la empresa, se consideró los siguientes rubros: maquinaria y equipo, equipos de tecnológicos, herramientas de cocina y mobiliario.

Tabla 53

Inversión, Depreciación de Activos Fijos.

Concepto	Inversión		Depreciación/Amortización			Valor Residual	
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa		Valor
ACTIVO FIJO			50,917			4,982	26,009
Inmuebles			15,000			750	11,250
<i>Terrenos</i>			0			0	0
<i>Remod. Infraestructura Primer Piso</i>			10,000	20.0	5.00%	500	7,500
<i>Remod. Instalaciones Fijas</i>			5,000	20.0	5.00%	250	3,750
Maquinaria y Equipo			26,550			2,655	13,275
<i>Cocina industrial (con horno)</i>	2.00	2,479	4,958	10.0	10.00%	496	2,479
<i>Congelador y refrigerador industrial</i>	1.00	6,900	6,900	10.0	10.00%	690	3,450
<i>Ventiladores de pared</i>	3.00	120	360	10.0	10.00%	36	180
<i>Horno microondas</i>	2.00	200	400	10.0	10.00%	40	200
<i>Extractora de juego</i>	1.00	99	99	10.0	10.00%	10	50
<i>Extractor/Soplador de aire</i>	1.00	1,250	1,250	10.0	10.00%	125	625
<i>Vehículos para Delivery</i>	4.00	2,999	11,996	10.0	10.00%	1,200	5,998
<i>Balanza de cocina semiprofesional</i>	1.00	88	88	10.0	10.00%	9	44
<i>Licudadora</i>	2.00	80	160	10.0	10.00%	16	80
<i>Batidora industrial</i>	1.00	120	120	10.0	10.00%	12	60
<i>Olla arrocera</i>	4.00	55	220	10.0	10.00%	22	110
Equipos de Procesamiento de Datos			6,400			1,280	0
<i>Computadora</i>	3.00	1,800	5,400	5.0	20.00%	1,080	0
<i>Impresora</i>	2.00	125	250	5.0	20.00%	50	0
<i>Scanner</i>	1.00	145	145	5.0	20.00%	29	0
<i>Teléfono inalámbrico</i>	3.00	85	255	5.0	20.00%	51	0
<i>Equipos de celulares</i>	1.00	350	350	5.0	20.00%	70	0
Mobiliario			2,967			297	1,484
<i>Mesa de cocina</i>	5.00	200	1,000	10.0	10.00%	100	500
<i>Estante</i>	5.00	90	450	10.0	10.00%	45	225
<i>Reposteros</i>	2.00	150	300	10.0	10.00%	30	150
<i>Tacho de basura</i>	3.00	10	30	10.0	10.00%	3	15
<i>Mesa de computadora</i>	3.00	300	900	10.0	10.00%	90	450
<i>Sillas de escritorio</i>	3.00	89	267	10.0	10.00%	27	134
<i>Pizarra acrílica</i>	1.00	20	20	10.0	10.00%	2	10

Nota. En la tabla se detalla la inversión y la depreciación del activo fijo de Natural Foods.

En la tabla 54 se detalla los activos intangibles los conceptos considerados tenemos: formación y organización de la empresa, creación de página web-software, reclutamiento y selección de personal, remodelaciones de local, y otros.

Tabla 54

Inversión, y amortización de Intangibles.

Concepto	Inversión			Depreciación/Amortización			Valor
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor	Residual
INTANGIBLES			13,997			2,799	0
Gastos Pre Operativos			1,900			380	0
<i>Plan HACCP</i>	1.00	1,200	1,200	5.0	20.00%	240	0
<i>Investigación de Mercado</i>	1.00	700	700	5.0	20.00%	140	0
DERECHOS Y OTROS			12,097			2,419	0
Capacitación Inicial		2,850	2,850	5.0	20.00%	570	0
Remodelación del Local		2,347	2,347	5.0	20.00%	469	0
Reclutamiento de Personal		381	381	5.0	20.00%	76	0
Anuncios Publicitarios		296	296	5.0	20.00%	59	0
Constitución y Organización de Empresa		3,676	3,676	5.0	20.00%	735	0
Alianzas y Convenios		500	500	5.0	20.00%	100	0
Estudios Definitivos		1,695	1,695	5.0	20.00%	339	0
Imprevistos	3%	352	352	5.0	20.00%	70	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	<i>Inversión</i>	50,917	<i>depreciación</i>			4,982	<i>Valor Resid.</i> 26,009
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	<i>Inversión</i>	13,997	<i>amortización</i>			2,799	<i>Valor Resid.</i> 0

Nota. Inversión y amortización de Intangibles de Natural Foods

En la tabla 55 se detalla la distribución de la inversión y la reinversión del capital de trabajo (sin IGV), destinado al funcionamiento inicial y permanencia del proyecto a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto. Cabe precisar, que el factor de desfase es el porcentaje de capital de trabajo con el que se iniciara el proyecto, se considera un capital de trabajo de 1 mes de operación, debido a la naturaleza de negocio.

Tabla 55*Inversión, y amortización de Intangibles.*

Concepto	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Costos de Producción		892,025	956,559	1,023,026	1,091,484	1,121,384
Gastos Administrativos		72,965	75,823	76,539	77,265	78,003
Gastos de Ventas		35,354	33,264	33,564	33,868	34,177
Total de Costos y Gastos		1,000,344	1,065,646	1,133,128	1,202,618	1,233,564
Variaciones del Capital de Trabajo	1,000,344	65,302	67,482	69,490	30,946	
<i>Factor de Desface</i>	1/12					
TOTAL SIN IGV	83,362	5,442	5,624	5,791	2,579	0

Nota. Inversión y amortización de Intangibles de Natural Foods**6.2. Ingresos y egresos**

En la tabla 56 se detalla la proyección de ingresos por las ventas realizadas en el período proyectado del proyecto, se consideró los valores de la cantidad de producción de servicios (tabla 42) y el valor de la venta.

Tabla 56*Presupuesto de Ingresos.*

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Platos a la Carta	982,788	1,058,987	1,137,500	1,218,356	1,252,881
Personalizado	245,712	264,754	284,360	304,589	313,220
TOTAL SIN IGV	1,228,500	1,323,742	1,421,860	1,522,945	1,566,102

Nota. Presupuesto de ingresos en un periodo de 5 años.

En la tabla 57 se detalla el presupuesto total de los materiales directos, tomándose como base el costo de los platos a la carta, el personalizado y la cantidad de servicios al año, obteniendo el total anual requerido a lo largo del horizonte del proyecto (en soles).

Tabla 57

Presupuesto de Gastos de Materiales Directos.

ITEM	2023	2024	2025	2026	2027
Platos a la Carta	650,718	701,171	753,155	806,691	829,551
Personalizado	162,689	175,298	188,279	201,673	207,388
TOTAL MATERIALES	813,407	876,468	941,434	1,008,364	1,036,938

Nota. Presupuesto de gastos de materiales directos en un periodo de 5 años.

En la tabla 58 se detalla el presupuesto del personal requerido para la empresa, incluyendo a la mano de obra directa, indirecta, administrativos y ventas. Cabe precisar, que en el presupuesto se ha considerado un incremento de sueldos de 1.5% anual para los 5 años proyectados, con la finalidad de cumplir con los lineamientos de responsabilidad social compartida con los colaboradores.

Tabla 58

Presupuesto de Gastos de Materiales Directos.

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Mano de Obra Directa	57,492	58,354	59,229	60,118	61,020
Mano de Obra Indirecta	16,426	16,673	16,923	17,177	17,434
Administración	45,639	46,324	47,019	47,724	48,440
Ventas	19,711	20,007	20,307	20,612	20,921
TOTAL	139,269	141,358	143,478	145,630	147,815

Nota. Presupuesto de gastos de materiales directos en un periodo de 5 años.

6.3. Deuda

La inversión asciende a 172,530.00 soles (incluido IGV), siendo el 60% aporte de accionistas y el 40% será obtenido de un préstamo por entidad financiera (tabla 55). El aporte propio que asciende a S/ 103,518.00 será aportado por los accionistas del negocio y el importe de S/ 69,012.00 se considera un préstamo otorgado por una entidad financiera.

En ese sentido, se ha tomado como información base las diferentes alternativas de tasas de interés de los diferentes bancos, determinando de esa manera la tasa de interés más conveniente para el proyecto, tanto para el capital de trabajo como para el activo fijo. Las cuales se detallan en la tabla 59.

Tabla 59

Alternativas de Financiamiento Externo.

	Para Capital Trabajo	Para Activo Fijo
BANCO	CEA	CEA
<i>BBVA</i>	32.00%	32.00%
<i>Scotiabank</i>	20.00%	17.00%
<i>BCP</i>	20.50%	15.00%
<i>CMACT</i>	28.12%	24.50%

Nota. En la tabla se detalla las tasas de interés de los diferentes bancos.

En la tabla 60 se detalla la alternativa seleccionada tanto para capital de trabajo y activo fijo siendo las tasas 20% del Banco Scotiabank y 15% del Banco de Crédito respectivamente.

Tabla 60

Bancos Seleccionado para el Financiamiento.

Elección	Scotiabank	BCP
<i>Tasa</i>	20.00% <i>Tasa</i>	15.00%

Nota. En la tabla se detalla las tasas de interés y bancos seleccionados para el financiamiento.

En las tablas 61 y 62 se detalla el importe de inversión para el capital de trabajo S/ 95,930.53 soles, y el activo fijo el importe asciende a 60,082.63 soles. Del importe financiado S/ 69,012.00 el 50% será destinado al capital social y el otro 50% al activo fijo.

Tabla 61

Alternativa de Financiamiento para Capital de Trabajo.

Para Capital Trabajo	Reales	Nominales
95,930.53		
Para Capital de Trabajo	34,506	34,506
Periodos (meses):	1	1
Tasa Mensual:	1.53%	1.86%
Costo Efectivo Anual:	20.00%	24.78%

Nota. Tasa de interés e importe de financiamiento del capital de trabajo.

Tabla 62

Alternativa de Financiamiento para Activo Fijo.

Para Activo Fijo		
60,082.63	Reales	Nominales
Para Activo Fijo	34,506	34,506
Periodos (meses):	5	5
Tasa Mensual:	1.17%	1.50%
Costo Efectivo Anual:	15.00%	19.58%

Nota. Tasa de interés e importe de financiamiento del activo fijo.

En las tablas 63 y 64 se detalla el plan financiero del proyecto en términos nominales, el importe a financiar es de S/ 34,505.92 soles a una TEA de 20% a 1 mes para el capital de trabajo y 15% a 5 años para el activo fijo.

Tabla 63

Plan Financiero Capital de Trabajo.

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Intereses	8,549.19				
Amortización	34,505.92				
Saldo					
Cuota	43,055.11				

Nota. En la tabla se detalla los importes del plan financiero del capital de trabajo a 1 mes.

Tabla 64

Plan Financiero Activo Fijo.

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Intereses	6,755.22	5,839.88	4,745.33	3,436.50	1,871.45
Amortización	4,675.64	5,590.98	6,685.53	7,994.36	9,559.41
Saldo	29,830.29	24,239.30	17,553.77	9,559.41	0.00
Cuota	11,430.86	11,430.86	11,430.86	11,430.86	11,430.86

Nota. En la tabla se detalla los importes del plan financiero del activo fijo a 5 años.

En la tabla 65 se detalla la amortización de la deuda del capital de trabajo y activo fijo en términos nominales a lo largo del horizonte del proyecto.

Tabla 65

Plan Financiero.

Descripción	2023	2024	2025	2026	2027
Intereses	15,304	5,840	4,745	3,437	1,871
Amortización	39,182	5,591	6,686	7,994	9,559
Saldo	29,830	24,239	17,554	9,559	0
Cuota	54,486	11,431	11,431	11,431	11,431

Nota. En la tabla se detalla los importes del plan financiero tanto capital de trabajo y activo fijo a 5 años.

6.4. Flujo de caja

En el presente acápite se detallarán los flujos de caja proyectados para el presente proyecto, entre los cuales tenemos:

Flujo Operativo

En la tabla 66 se detalla el flujo operativo, obteniendo en el año 1 ingresos que ascienden a S/ 101,246.00 soles. Asimismo, en el horizonte del proyecto, el flujo operativo asciende a S/ 320,283.00 soles para el año 5. Cabe precisar, que los ingresos incluyen el IGV de las ventas al contado (50%).

Tabla 66

Flujo Operativo.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
TOTAL DE INGRESOS		1,377,149	1,556,396	1,672,006	1,791,111	1,937,854
Costos de Producción		-1,039,285	-1,115,235	-1,193,463	-1,274,039	-1,309,111
Gastos Administrativos		-74,261	-77,496	-78,211	-78,938	-79,675
Gastos de Ventas		-37,620	-35,184	-35,484	-35,789	-36,098
Impuesto General a las Ventas		-58,623	-76,004	-81,904	-87,983	-95,259
Impuesto a la Renta		-66,112	-75,094	-84,285	-93,764	-97,427
TOTAL DE EGRESOS		-1,275,902	-1,379,014	-1,473,348	-1,570,512	-1,617,571
FLUJO OPERATIVO	0	101,246	177,382	198,658	220,599	320,283

Nota. En la tabla se detalla los ingresos y egresos proyectados para la empresa Natural Foods.

Flujo de Capital

En la tabla 67 se detalla el flujo de capital de la empresa, efectivo que la empresa requiere para ponerse en marcha, en el año 0 el monto asciende a S/ 142,482.00 soles, y en los periodos del año 1 al 4 se detallan los importes de capital de trabajo incremental.

Tabla 67

Flujo de Capital.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Inversión en Activo Fijo	-48,653					
Inversión en Intangibles	-17,083					
Capital de Trabajo Inicial	-95,931					
Capital de Trabajo Incremental		-6,396	-6,604	-6,801	-3,010	0
Recuperación del Capital de Trabajo						118,740
Valor Residual						23,742
FLUJO DE CAPITAL	-161,667	-6,396	-6,604	-6,801	-3,010	142,482

Nota. Flujo de capital para el proyecto Natural Foods.

Flujo de Caja Económico

En la tabla 68 se detalla el flujo de caja económico, en el año 0 el valor es negativo, obteniendo un incremento en los siguientes años, el importe obtenido en el año 5 es de S/ 462,765.00, reflejándose los beneficios que se obtendrán durante el horizonte del proyecto de financiarse con recursos propios.

Tabla 68*Flujo de Cajas Económico.*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de Capital	-161,667	-6,396	-6,604	-6,801	-3,010	142,482
Flujo Operativo	0	101,246	177,382	198,658	220,599	320,283
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-161,667	94,851	170,778	191,857	217,589	462,765

Nota. Flujo de caja económico para el proyecto Natural Foods.

Flujo de Caja Financiero

En la tabla 69 se detalla el flujo de caja financiero, en el año 0 el valor es negativo, obteniendo un incremento en los siguientes años, el importe obtenido en el año 5 es de S/ 451,896 reflejándose los beneficios que se obtendrán durante el horizonte del proyecto de financiarse con recursos propios y por entidad financiera.

Tabla 69*Flujo de Caja Financiero.*

Flujo Financiero	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de Caja Económico	-161,667	94,851	170,778	191,857	217,589	462,765
Desembolso de (a)	69,012	-49,895	-9,679	-10,007	-10,400	-10,869
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-92,655	44,956	161,099	181,850	207,189	451,896

Nota. Flujo de caja financiero para el proyecto Natural Foods.

6.5. Evaluación económica y financiera

Se ha realizado la evaluación de los indicadores financieros que permitan determinar que el negocio es factible tanto economicamente como financieramente.

A continuación, se presentan los indicadores VANE, VANF, TIRE y TIRF.

En la tabla 70 el VAN indica la viabilidad del proyecto, muestra lo que recibirá el inversionista después de haber cubierto su inversión. El VAN obtenido es positivo, por

lo tanto, el proyecto es factible desde el punto de vista económico y financiero. Los valores obtenidos para el VANE y VANF son S/ 495,000.06 soles y S/ 497,166.73 soles respectivamente. Y la TIRE obtenida es de 54.52% y 69.07% en términos nominales y la TIRF obtenida es de 48.61% y 62.60% en términos reales, determinándose que el proyecto es factible.

Tabla 70

Indicadores VANE y TIRE.

Tasas	Indicador	Nominal	Real
Wacc	VANE	495,000.06	495,000.06
	VANF	497,166.73	497,166.73
	TIRE	54.52%	48.61%
	TIRF	69.07%	62.60%

Nota. En la tabla se detalla los indicadores VANE y TIRE.

Es preciso resaltar, que el VANE considerado en el flujo de caja económico indica lo que recibirá el inversionista, solo con capital propio sin endeudamiento con entidad financiera. Y el VANF considera inversión de capital propio y endeudamiento.

6.6. Estados financieros proyectados

Se ha realizado la proyección de los estados financieros del presente proyecto, los cuales permitirán determinar las utilidades en la proyección de los cinco años.

Balance Proyectado

En la tabla 71 se detalla el balance proyectado, se analiza la relación de activos, pasivos y patrimonio de la empresa. Por otra parte, las utilidades acumuladas ascienden en el primer año a 98,434.00 soles, teniendo un incremento anual.

Tabla 71*Balance General Proyectado.*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activo	160,845	252,289	388,493	542,006	713,295	886,328
<i>Caja y Bancos</i>	95,931	122,674	261,040	416,546	589,652	860,319
<i>Clientes</i>		72,482	78,101	83,890	89,854	
Total Activo Corriente	95,931	195,155	339,141	500,435	679,506	860,319
<i>Activo Fijo</i>	50,917	45,936	40,954	35,972	30,990	26,009
<i>Intangibles</i>	13,997	11,198	8,398	5,599	2,799	
Total Activo No Corriente	64,914	57,133	49,352	41,571	33,790	26,009
Pasivo y Patrimonio	160,845	252,289	388,493	542,006	713,295	886,328
<u>Pasivo</u>	57,327	29,830	24,239	17,554	9,559	
<i>Proveedores</i>						
<i>Tributos</i>	-11,685					-4,682
Total Pasivo Corriente						
<i>Deuda a Largo Plazo</i>	69,012	29,830	24,239	17,554	9,559	
Total Pasivo No Corriente	69,012	29,830	24,239	17,554	9,559	
<u>Patrimonio</u>	103,518	222,458	364,254	524,453	703,736	891,009
<i>Capital social</i>	103,518	103,518	103,518	103,518	103,518	103,518
<i>Reserva Legal</i>		20,507	44,954	72,575	103,486	135,774
<i>Utilidades acumuladas</i>		98,434	215,781	348,360	496,732	651,717

Nota. En la tabla se detalla los activos pasivos y patrimonio proyectado para el horizonte de 5 años del proyecto.

Estado de Resultados

En la tabla 72 se detalla el Estado de Resultados proyectado, en el primer año genera una utilidad de S/ 98,434 soles y para el año 5 se obtiene una utilidad de S/ 154,985 soles, tal como se puede apreciar fue incrementando anualmente en base a las ventas netas sin IGV que fueron incrementando.

Tabla 72

Estado de Resultados Proyectados.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas Netas		1,228,500	1,323,742	1,421,860	1,522,945	1,566,102
Costo de Ventas		-892,025	-956,559	-1,023,026	-1,091,484	-1,121,384
Utilidad Bruta		336,475	367,182	398,834	431,460	444,718
Gastos Administrativos		-72,965	-75,823	-76,539	-77,265	-78,003
Gastos de Ventas		-35,354	-33,264	-33,564	-33,868	-34,177
Utilidad Operativa		228,156	258,096	288,732	320,327	332,538
Depreciación Activo Fijo		-4,982	-4,982	-4,982	-4,982	-4,982
Amortización Intangibles		-2,799	-2,799	-2,799	-2,799	-2,799
UAI		220,374	250,314	280,951	312,546	324,757
Gastos Financieros		-15,304	-5,840	-4,745	-3,437	-1,871
Utilidad Antes de Impuestos		205,070	244,474	276,205	309,109	322,885
Impuesto a la Renta		-61,521	-73,342	-82,862	-92,733	-96,866
Reserva Legal	10%	-20,507	-24,447	-27,621	-30,911	-32,289
Entrega de Dividendos	20%	-24,608	-29,337	-33,145	-37,093	-38,746
Utilidad Neta		98,434	117,348	132,579	148,372	154,985

Nota. En la tabla se detalla el Estado de Resultados proyectado a 5 años.

Estado Flujo de Efectivo

En la tabla 73 se detalla el Flujo de Efectivo proyectado, lo cual permite identificar las entradas y salidas de efectivo procedente de las diferentes operaciones que realiza la empresa, asimismo, permite conocer a detalle la liquidez y solvencia económica de la empresa.

Tabla 73

Flujo de Efectivo.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos Operativos		1,377,149	1,556,396	1,672,006	1,791,111	1,937,854
Ventas al Contado		1,377,149	1,483,914	1,593,905	1,707,221	1,755,600
Cobranza Realizada			72,482	78,101	83,890	182,254
Egresos	-76,599	-1,275,902	-1,379,014	-1,473,348	-1,570,512	-1,617,571
Costos de Inversión						
<i>Activo Fijo</i>	-60,083					
<i>Activo Intangible</i>	-16,516					
Costos de Producción						
<i>Compras al Contado</i>		-1,039,285	-1,115,235	-1,193,463	-1,274,039	-1,309,111
<i>Pagos Realizados</i>						
Costos de Operación						
<i>Gastos Administrativos</i>		-74,261	-77,496	-78,211	-78,938	-79,675
<i>Gastos de Ventas</i>		-37,620	-35,184	-35,484	-35,789	-36,098
Impuesto General a las Ventas		-58,623	-76,004	-81,904	-87,983	-95,259
Impuesto a la Renta deducido EF		-66,112	-75,094	-84,285	-93,764	-97,427
Flujo de Efectivo	-76,599	101,246	177,382	198,658	220,599	320,283
Préstamo recibido	69,012					
Amortización		-39,182	-5,591	-6,686	-7,994	-9,559
Intereses		-15,304	-5,840	-4,745	-3,437	-1,871
Escudo fiscal		4,591	1,752	1,424	1,031	561
Flujo Financiado	-7,587	51,352	167,703	188,650	210,199	309,414
Entrega de Dividendos		-24,608	-29,337	-33,145	-37,093	-38,746
Saldo inicial	103,518					
Saldo final	95,931	26,743	138,366	155,506	173,106	270,667
Saldo acumulado	95,931	122,674	261,040	416,546	589,652	860,319

Nota. En la tabla se detalla el Estado de Flujo de Efectivo proyectado a 5 años.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Se acuerdo a la evaluación realizada se determina la viabilidad del proyecto en un periodo de cinco años, a continuación las siguientes conclusiones:

- La idea del negocio cuenta con aceptación en el mercado, debido a que se incrementó la necesidad de llevar una alimentación más saludable.
- En el análisis del plan de comercialización para el incremento de las ventas se basa en el uso de las redes sociales (facebook, instagram, whatsapp, entre otros).
- En el análisis del plan técnico, en cuanto a la ubicación de local en el centro de la ciudad, es buena ubicación y ofrece tranquilidad para el desarrollo de las actividades, y muy cerca se encuentran proveedores que permiten asegurar el abastecimiento oportuno de los insumos.
- En el análisis financiero se el VAN indica la viabilidad del proyecto, muestra lo que recibirá el inversionista después de haber cubierto su inversión. El VAN obtenido es positivo, por lo tanto, el proyecto es factible desde el punto de vista económico y financiero. Los valores obtenidos para el VANE y VANF son S/ 495,000.06 soles y S/ 497,166.73 soles respectivamente. Y la TIRE obtenida es de 54.52% y 69.07% en términos nominales y la TIRF obtenida es de 48.61% y 62.60% en términos reales, determinándose que el proyecto es factible.

7.2. Recomendaciones

- Continuar con la estrategia de ofrecer productos de una cultura de alimentación saludable, teniendo presente los valores de la empresa, como son la creatividad en sus platos, y la amabilidad que permitirán crear una buena relación con nuestros stakeholders.
- Crear una base de datos de los clientes que permitan una comunicación cercana, lo cual permitirá dar a conocer las promociones y sorteos, y permita tomar mejores decisiones de marketing.
- Cuidar que la presentación y personalización de los productos, que logren una diferenciación en el mercado y reconocimiento de la marca.
- Ofrecer un ambiente impecable que permita crear confianza y seguridad a los clientes, así también mejorar y/o adecuar a fechas festivas la ambientación del local.

10.3. Bibliografía

- Cárdenas Pinzón, C., & Reyes Ramos, J. (mayo de 2017). Cadena de Restaurantes de Comida Saludable dirigida a Sectores Socio Económicos de Recursos Limitados. Perú: Universidad de Piura.
- Carhuavilca Bonett, D. (diciembre de 2021). *INEI*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-pbi-iv-trim-2021.pdf>
- Diario La República*. (9 de febrero de 2022). Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/inestabilidad-politica-peru-perjudicaria-economia-en-su-totalidad-este-2022-larainvial-3299834>
- El Peruano*. (5 de febrero de 2007). Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-marco-de-licencia-de-funcionamiento-ley-n-28976-23603-2/>
- Flores Motta, B. S., Castillo Honores, J. J., Bailon Huarhua, C. E., & Hormaza Castro, N. M. (2017). Proyecto de Negocio sobre Comida Saludable, Good Food. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- France 24*. (9 de marzo de 2022). Obtenido de <https://www.france24.com/es/programas/el-debate/20220309-peru-crisis-politica-pedro-castillo-mocion>
- INEI*. (2021). Obtenido de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/subsector-restaurantes-aumento-22459-en-junio-del-presente-ano-13073/>
- Instituto Nacional de Salud*. (9 de agosto de 2021). Obtenido de <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/ins-promueve-importantes-aportes-en-la-alimentacion-y-nutricion-en-el-peru-en-la>
- IPSOS*. (18 de enero de 2022). Obtenido de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>
- Ministerio de Economía y Finanzas*. (2022). Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/decreto-supremo/826-d-s-n-055-99-ef/file>
- Ministerio de Salud*. (17 de mayo de 2006). Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/251546-449-2006-minsa>
- Neyra Cruz, C. J., Palomino Hernández, C. Y., & Díaz Uceda, F. A. (2016). Plan de Negocios para Implementar un Fast Food de Comida Saludables en Miraflores. Perú: Universidad del Pacífico.
- Organización Mundial de la Salud (OMS)*. (31 de agosto de 2018). Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Otra Cosa Restaurant Vegetariano*. (17 de agosto de 2021). Obtenido de https://www.facebook.com/Otra-Cosa-Restaurante-Vegetariano-303599909685236/?ref=page_internal
- Patio Rojo*. (1 de noviembre de 2019). Obtenido de https://www.facebook.com/elpatiorojo/photos/?ref=page_internal
- Plataforma Digital Única del Estado Peruano*. (3 de diciembre de 2021). Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/2516154-26887>
- Sabor y Salud*. (2019). Obtenido de https://www.facebook.com/SaborySaludPeru/photos/?ref=page_internal
- Sunat*. (2022). Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/inscripcion-al-ruc-empresas>
- Sunat*. (21 de enero de 2022). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html>
- Vegetariano MAIS*. (4 de julio de 2018). Obtenido de <https://www.facebook.com/vegetariano.mais/photos/a.1937938736496452/1944544395835886>

10.4. Anexos