



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

**“PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIOS CONCESIÓN DE SERVICIO
DE ALIMENTACIÓN PARA SECTOR MINERO Y CONTRATISTAS,
MARCONA - ICA”**

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

PRESENTADO POR:

BACH. MARCOS ADOLFO HUILLCACURI HUAYNA

<https://orcid.org/0000-0002-1381-7699>

ASESOR:

MG. FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS

<https://orcid.org/0000-0002-5936-3530>

LIMA - PERÚ

2022

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

1.1. Formulación de idea de negocio:

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, será una entidad dedicada a los servicios de alimentación en el sector minero. Inicialmente se identificaron oportunidades para el abastecimiento de alimentos en el sector de la minería de San Juan de Marcona.

Teniendo, la oportunidad de brindar la prestación del servicio de alimentación a los trabajadores de la Minera de Marcona, acatando y cumpliendo los protocolos y noticias de seguridad y salubridad e inocuidad de alimentos nutricional que solicita la organización o empresa contratista.

Asimismo, la necesidad que tienen las empresas concesionarias vinculadas de alimentar saludablemente a sus socios y trabajadores, tenemos la necesidad de brindar la comodidad y bienestar acorde a las necesidades existentes y futuras de sus

grupos de trabajo, surge la oportunidad de crear una concesionara, que brinda programas de calidad, buenas prácticas de enfermería, programas de seguridad alimentaria y programas de clima laboral, asegurando la prestación de diversos servicios en lugares de trabajo donde nuestros colaboradores se encuentran sanos y seguros con la calidad del servicio que se brinda.

1.2. Descripción de la empresa

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, es una empresa con giro empresarial de procesamiento y abastecimiento de productos de calidad, (desayunos almuerzo y cenas), además de la transformación, elaboración, conservación, preparación y envasado de los alimentos para consumo humano y surge como alternativa de competencia en esta parte del Perú, sabiendo de las necesidades de las empresas en el rubro de la minería tanto en sus contratistas como sus subcontratistas. Y teniendo como referencia el mal servicio con deficiencias y falta de calidad y salubridad del servicio, el incumplimiento de normas requeridas por los centros mineros; a todo esto, la concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, es una alternativa a corto plazo poniéndonos el reto de implementar servicios eficientes y el cumplimiento los de estándares y normas establecidas por los entes gubernamentales.

La empresa está estructurada para brindar un servicio de calidad, realizando selección de personal calificado y con conocimientos básicos de las normas en centros mineros tanto en la elaboración, procesamientos y atención en este tipo de servicios y realizando capacitaciones para la mejora continua con el fin de brindar un producto elaborado y envasado con la seguridad y la calidad que esto amerita, este servicio deberá de ir de la mano de un costo fijo, que no genere perdidas en sus partidas de gastos generales presupuestadas, como parte de su presupuesto inicial.

Esto se lograra a partir de los estudios de mercado de los productos perecibles para el procesamiento de los alimentos (cotizaciones de productos a utilizar: carnes abarrotes, legumbres y otros); la negociación de precios unitarios se realizará en consenso con el cliente dando la mejor propuesta de cotización y realizando ajustes de acuerdo márgenes de ganancia que no perjudiquen su venta final ante sus clientes.

Se considera siempre el tipo de actividad del cliente, el tipo de servicio de procesado de alimentación y abastecimiento, esto implica conocer la actividad de cada cliente, es muy necesario para entender el producto a requerir, es decir (tipo de personal; obreros empleados, funcionarios etc.)

Como parte del servicio también se realizará el traslado de producto a lugares dentro de la actividad minera o donde se requiera, cumpliendo los requisitos del centro minero (Permisos, certificados médicos SCTR, seguros vida y otros), requerimientos necesarios y obligatorios en los centros mineros, esto va generar un confianza para ser parte de la estrategia reaccionar ante cambios no previstos por el cliente en función a la entrega del producto final.

1.3. Perfil de la Empresa

Razón Social: SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL

Tabla 1

Ficha perfil de la empresa

Razón Social	Servicios generales de concesiones EIRL
Dirección	Av. Bolognesi S/N Marcona Nasca Ica
RUC	
Correo	servicios@segcon.com.pe
Celular	 942066010
Redes Sociales	Facebook:  segconeirl
	LinkedIn:  segconeseirl
	Instagram:  @segconeirl
	Twitter:  @segconeirl

Nota: Elaboración propia

Lo que marca la diferencia la concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, es el cumplimiento de las normas implementadas por los centros mineros, adicional se tiene la experiencia y el conocimiento de la actividad, para las necesidades exigentes del cliente.

Se dispone del personal principal como: jefe de cocina; que cumple con los estándares de cliente, en satisfacción de alimentos y limpieza de lugar de trabajo (salubridad y carnets de sanidad) Ayudante de cocina; encargado de abastecer a cocinero, asistente administrativo; control de la logística de insumos y del personal, así como del cumplimiento de servicio y posibles desviaciones que generen malestar.

El distrito de Marcona, situada en la provincia de Nasca, departamento de Ica, cuenta con una gran variedad de centros mineros y empresas contratistas de gran renombre nacional e internacional (SHOUGANG, SHOUXIN, SHOUKAN, CRUZ DEL SUR, LIDERMAN, MARCOBRE, COSAPI, SAN MARTIN CG, GYM, y otros). Que adicionalmente generan actividades económicas de todo tipo (construcción, montaje,

infraestructuras, hotelería, transporte y alimentación entre otras actividades).

De acuerdo a la experiencia obtenida está claro tener en consideración que la necesidad básica del cumplimiento de estos servicios es el tener la alimentación y el alojamiento como prioridad dentro de los presupuestos contractuales de cualquier servicio a brindar, por lo que viendo esta necesidad básica y conociendo que es una prioridad el cumplimiento de pagos de estas actividades, se ve que es de mucha rentabilidad o por lo menos de recuperación a mediano plazo de la inversión realizada, no teniendo un punto de quiebre, salvo no cumplir con los estándares solicitados (llevar trámites administrativos bien controlados).

Para el cumplimiento se cuenta con personal a cargo de confianza en el rubro contador colegiado y personal administrativo con experiencia en este tipo de servicio y con una administración conocedora de las necesidades y prioridades del cliente. El hecho de incumplimientos genera la disconformidad.

1.4. Misión

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, dar el mejor servicio a nuestros clientes, y con la mejor calidad del producto final cumpliendo con los estándares de calidad y seguridad, satisfacer la necesidad del cliente como prioridad-esmero-puntualidad, llegando a ser una empresa confiable rentable y que brinde soluciones.

1.5. Visión

Elevar nuestras ventas en un 50% en el próximo año y estandarizando nuestros procesos para mejorar la calidad del servicio para satisfacción de nuestros clientes.

1.6. Valores empresariales

- Compromiso: Identificarse con la actividad cumpliendo metas mediante objetivos trazados
- Calidad: Generando productos que satisfacen la necesidad del cliente y el consumidor final, realizando encuestas a desviaciones, contando con profesionales en la nutrición
- Seguridad: Teniendo el control y el cumplimiento de normas en regímenes mineros dando prioridad en el inicio de las labores, identificando riegos y evaluando acciones inmediatas mediante formatos (IPERC) y otros
- Puntualidad: Prioridad de cumplimiento teniendo en cuenta la necesidad de cada cliente en servicio y atención, esto basado siempre a la actividad principal que realizan.

1.7. El producto

La Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, cuenta con profesionales del rubro de la alimentación como: nutricionista, que realizara el control de los alimentos teniendo como función de mantenerlos balanceados en calorías y bajo en grasas necesarias de acuerdo con la actividad que realizan.

- Mesas y sillas para atención en el local
- Zona wifi para la espera de alimentos
- TV, que generen un ambiente cálido de atención
- Servicios higiénicos (cumplimiento de estándares)
- Depósitos de envío de alimentos (CAMBROS)

Figura 1

Ficha técnica: Seguridad Alimentaria

CAM GOBOX® GN – PORTADORA LIGERA CON AISLAMIENTO PARA TRANSPORTAR RECIPIENTES DE ALIMENTOS GN



EPP260
Cargador superior para recipiente GN 1/2 de 15 cm
DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 39 x 33 x 25,7 cm
DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 33 x 27 x 19,3 cm
PESO DE LA UNIDAD: 0,62 kg
VOLUMEN: 16,9 L
Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP280
Cargador superior para recipiente GN 1/2 de 20 cm
DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 39 x 33 x 31,6 cm
DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 33 x 27 x 25,3 cm
PESO DE LA UNIDAD: 0,7 kg
VOLUMEN: 22,3 L
Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).

PRODUCTOS Y COLORES EN EXISTENCIA EN NUESTROS ALMACENES EUROPEOS

TODAS LAS CAM GOBOXES, EPP3253DIV: (110)
CP2632, CP3253: (443)
HP3253: (444)
CD3253EPP: (158)
EPP105: (000)

El diseño exclusivo de apilamiento inferior ahora un

30% de espacio de almacenamiento.



EPP180S

Cargador superior de apilamiento para recipiente GN 1/1 de 20 cm

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 60 x 40 x 18,2 cm (superior)
58,6 x 33,6 x 10 cm (inferior)

DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 50,4 x 30,2 x 9,5 cm (inferior)

PESO DE LA UNIDAD: 1,13 kg

VOLUMEN: 43 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP160

Cargador superior para recipiente GN 1/1 de 15 cm

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 60 x 40 x 25,7 cm

DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 53,8 x 33,8 x 19,3 cm

PESO DE LA UNIDAD: 1,07 kg

VOLUMEN: 35,5 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP180

Cargador superior para recipiente GN 1/1 de 20 cm

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 60 x 40 x 31,6 cm

DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 53,8 x 33,8 x 25,3 cm

PESO DE LA UNIDAD: 1,2 kg

VOLUMEN: 46 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP180PKG

EL PAQUETE INCLUYE:
EPP180 cargador superior
18PP (Recipiente GN de polipropileno de 20 cm)
10PPCWSC (Cubierta de sello)

PESO DE LA UNIDAD: 2,8 kg

VOLUMEN: 46 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP180SPKG

EL PAQUETE INCLUYE:
EPP180S cargador superior
18PP (Recipiente GN de polipropileno de 20 cm)
10PPCWSC (Cubierta de sello)

PESO DE LA UNIDAD: 2,7 kg

VOLUMEN: 43 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP300

Cargadores frontales para recipiente GN 1/1

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 64 x 44 x 47,5 cm

DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 53,5 x 33 x 37 cm

PESO DE LA UNIDAD: 3,2 kg

VOLUMEN: 60 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPP400

Cargadores frontales para recipiente GN 1/1

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 64 x 44 x 62,5 cm

DIMENSIONES INT. L x A x Alt.: 53,5 x 33 x 52,5 cm

PESO DE LA UNIDAD: 3,9 kg

VOLUMEN: 86 L

Cant. por paquete: 1 Color: Negro (110).



EPPMD4835

Cajas de alimentos

DIMENSIONES EXT. L x A x Alt.: 48,5 x 35 x 16,5 cm

PESO DE LA UNIDAD: 0,4 kg

Cantidad por cada paquete: 1

Color: Azul (159).



Accesorios opcionales



CP2632

Camchiller® GN 1/2 placa fría

DIMENSIONES L x A x Alt.: 32,5 x 26,5 x 3,1 cm

PESO DE LA UNIDAD: 1,75 kg

Cant. por paquete: 1

Color: Azul glaciar (443).



CP3253*

Camchiller® GN 1/1 placa fría

DIMENSIONES L x A x Alt.: 53 x 32,5 x 3 cm

PESO DE LA UNIDAD: 3,9 kg

Cant. por paquete: 1

Color: Azul glaciar (443).



HP3253*

Camwarmer® GN 1/1 placa caliente

DIMENSIONES L x A x Alt.: 58,6 x 33,6 x 10 cm

PESO DE LA UNIDAD: 3,25 kg

Cant. por paquete: 1

Color: Rojo fuego (444).



EPP3253DIV

ThermoBarrier® encaja en EPP300 & EPP400

DIMENSIONES L x A x Alt.: 53 x 32,7 x 3,7 cm

PESO DE LA UNIDAD: 0,37 kg

Cant. por paquete: 1

Color: Negro (110).



CD3253EPP

Camdolly® encaja en todas las Cam GoBoxes

DIMENSIONES L x A x Alt.: 4,5 kg

Cant. por paquete: 1

Color: Ardiente (158).



EPP105

Las etiquetas de identificación de plástico encajan en todas las Cam GoBoxes

Cant. por paquete: 1 Color: (000).

*Apto para todos cargador frontal de la Serie UPC.

Nota: Portadoras ligeras con aislamiento de CAMBRO para transportar recipientes de alimento GN

Es un equipamiento de seguridad alimentaria, lo cual se ha escogido esta marca CAMBRO porque es reconocida el diseño, siendo factible en la transportación y almacenamiento de los productos, la cual, garantiza una manipulación segura de los alimentos.

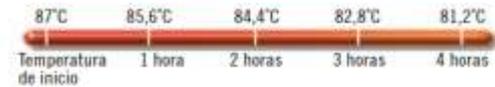
Figura 2

Ficha técnica: Mantenimiento y conservación

CAM GOBOX® – PORTADORAS LIGERAS CON AISLAMIENTO



Conservación del calor



Conservación del frío



El uso de los transportadores Cam GoBox conjuntamente con los recipientes de alimentos GN Cambro de Camwear®, polipropileno o de alta capacidad térmica, constituyen el sistema de almacenamiento y transporte de alimentos ideal, seguro, que cumple con las normas HACCP.



Asas Ergonómicas

Unas cómodas asas garantizan el levantamiento fácil y seguro de la Cam GoBox.



Apilabilidad

Los productos Cam GoBoxes se apilan entre ellos y también con los de las principales marcas del mercado.



Fácil Identificación

El área de etiquetas integrada mantiene los identificadores plásticos de menús (incluidos para EPP300 y EPP400) en su lugar para una fácil identificación o distribución del contenido. Las etiquetas StoreSafe también puede usarse con las Cam GoBoxes.



Fácil Cargar y Descargar

Unos entrantes en la pared interior hacen que la carga y descarga sea fácil para recipientes GN 1/1 y 1/2.



Manipulación por los 4 Lados

Unas asas integradas cuidadosamente diseñadas a lo largo de la parte superior de las unidades de carga frontal permiten un manejo sencillo por los cuatro lados.



Goteo Resistente

Un canal de condensación integrado ayuda a los cargadores frontales a mantenerse resistentes al goteo.



Apertura y Cierre Suaves

Unos bordes de puerta biselados garantizan que la puerta se puede cerrar y asegurar con facilidad.



Acceso de 270° Completo

Unas bisagras y unos cierres duraderos permiten que la puerta se abra 270° y que permanezca abierta de forma segura junto al cargador frontal para facilitar el acceso a los productos. Los cierres mantienen la puerta bien cerrada durante el transporte.

Nota: Portadoras ligeras con aislamiento de CAMBRO

Son contenedores isotérmicos, completos y fáciles, para transportar, almacenar los alimentos. La empresa, solicita este tipo de equipos para proteger y mantener los alimentos calientes o fríos durante muchas horas.

1.8. Matriz FODA

Tabla 2

Matriz FODA

 <p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZA</p> <p>F1.- Oferta de portafolio de variedad de Platos nutricionales F2.- Uso de insumos de alta calidad de acuerdo a los estándares de la mina F3.- Acceso de perfil del cliente de subcontratas F4.- Brindar una calidad de atención de acuerdo a los estándares F5.- Experiencia en la actividad</p>	<p>DEBILIDAD</p> <p>D1. Falta de mercados de abastecimiento los productos de calidad D2. Empresa nueva en el mercado D3. Falta de experiencia en el área de logística D4. Falta posicionamiento de la marca</p>
<p>OPORTUNIDAD</p> <p>O1. Mayor conciencia por una mejor alimentación O2. Crecimiento económico personal y profesional O3. Falta de concesiones que cumplan los estándares mineros O4 Nuevas tecnologías ayudan al soporte de control de trabajo O5 Mayores estándares de calidad en el proceso de servicio</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>O1 F1- Implementar la publicidad del portafolio de los platos nutricionales para una mejor alimentación. O1 F2 Realizar servicio de nutricionista semanalmente. O4 F3 Contar con personal profesional de nutrición que evalúe el perfil del cliente y ayude al soporte de control de trabajo O5F4 Implementar reuniones mensuales para mostrar el valor nutricional del plato de acuerdo a los estándares de calidad.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>O2D2 Aprovechar que el lugar geográficamente está ubicado casi a la mitad de 2 lugares estratégicos y de acceso fácil a una altitud de 200 msnm; entre (Arequipa y Lima) generando alternativas viables de logística O3 D3, Captación de personal con experiencia mediante regímenes de trabajo atípicos y cumplir con los estándares mineros. O2D4 Implementar una estrategia de posicionamiento de la marca</p>
<p>AMENAZA</p> <p>A1. Desabastecimiento de productos por la zona A2. Cierre de mineras por problemas gubernamentales A3. Incumplimiento de productos por agentes externos al servicio, (huelgas manifestaciones sindicales y otros)</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>A1F4 Crear un ambiente de trabajo eficiente, adecuado y cumpliendo con los estándares de salubridad siendo prioridad A2 F5 Prevenir y reforzar mediante capacitaciones al personal de CONCESIONES EIRL, con la finalidad de cumplir con las normas de seguridad y calidad A3 F5 Prevenir y aprovechar el cumplimiento de los productos con los agentes externos</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>A1 D1 Crear un sistema de transporte de mercancía para productos perecibles y no perecibles A3D3 Contar con los certificados expedido por DIGESA, Sanidad y manipulación de los alimentos.</p>

Nota: Elaboración propia

1.9. Objetivos Estratégicos

1.9.1. Objetivo general

Brindar un servicio de alimentación de calidad, puntualidad y eficiente de acuerdo a los requerimientos y estándares de los clientes del sector Minero y Contratistas Marcona – Ica.

1.9.2. Objetivos específicos

Realizar un control de menús nutricionales validados y revisados por un especialista nutricional.

Brindar la cartilla de menús semanal a los clientes mediante reuniones y charlas y controlando su estado de salud.

Asesoramiento de una mejora continua referente al servicio brindado (productos de calidad y a menor precio)

1.9.3. Metas

✓ Lograr cubrir la mayor cantidad posible de comensales mejorando costos del producto final (Mientras más comensales más rendimiento y mayor adquisición de productos a costos menores)

✓ Adquirir un local propio a mediano plazo que sea de disponibilidad propia ayudara a mejorar el margen de ingresos y la calidad del servicio

✓ Contar con personal con experiencia en este rubro siendo prioridad las capacitaciones antes del ingreso de nuevo personal dando las condiciones y las prioridades del servicio a brindar

1.10. Modelo de negocio

Tabla 3

Modelo de negocio CANVAS

<p>8.- Socios clave</p> <p>Proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidor de arroz, azúcar, fideos etc. • Distribuidor de carnes • Distribuidor de combustibles • Contador público de confianza 	<p>6.- Actividad clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de alimentos en cantidades (desayuno – almuerzo – cena) • Adicionar a mediano plazo el servicio de lavandería con sustentación de la actividad principal 	<p>2.- Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de concesiones de alimentación (desayuno-almuerzo-cena) • Enfocado a empresas contratistas y sub contratistas • Cumplimientos de normas establecidas para dicha actividad (importante cuando se aplica al sector privado) • Cumplimiento de tiempos y regímenes de trabajos atípico • Experiencia por administrar la subcontratación de proveedores con actividades similares en el servicio 	<p>4.- Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinaciones directas Concesionaria Servicios Generales de Concesiones EIRL, de la contratista y/o administradores. 	<p>1.- Segmento de cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa contratistas y subcontratistas relacionadas con el sector minero, Metalurgia, Mantenimiento de maquinaria, Mantenimiento de Plantas de minerales y servicios generales
<p>9.- Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago alquiler de local • Pago de proveedores de productos • Pago de planillas • Pago de impuestos • Servicios externos (nutricionista y abogados) <ul style="list-style-type: none"> • COSTOS DIRECTOS • COSTOS INDIRECTOS • COSTOS IMPREVISTOS 		<p>5.- Fuente de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de Infraestructura • Local 3 mil soles (Alquiler mensual) • Mueblería y menajería 15 soles • Víveres y demás 5 mil soles • Planillas y personal 30 mil soles • Gastos no previstos 8 mil soles • Financiamiento y/o capital propio • Contrata de 250 comensales como mínimo • Precio de servicio por persona de 35 soles (desayuno-almuerzo-cena), más descartables, con pagos a 30 días de cumplido el servicio, esto solo pensado con una contrata 		

Nota: Elaboración Propia

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del microentorno

2.1.1. Clientes:

Está enfocado a contratas, subcontratas mineras y todo lo relacionado al servicio minero y construcción basándose en normativos y estándares de trabajo mediante contratos de productividad o construcción en centros mineros. La prioridad es ser un socio estratégico que ayude con el cumplimiento de sus objetivos con subcontrata.

2.1.2. Competidores:

Actualmente en la ciudad de Marcona existe una gran variedad y cantidad de competidores con años de experiencia que brindan un servicio similar:

Tabla 4*Competidores*

Competidores	Creación	Razón Social	RUC	Ubicación
Concesionaria Puerto San Juan	04/11/2021 25/06/2010	RESTAURANTE PUERTO SAN JUAN E.I.R.L..		NRO. S/N ZONA P BAJA Marcona
Concesionaria la Capitana	25 de abril del 2015	GRUPO D'FAMA MARCONA S.R.L.		Marcona, Av. Francisco Bolognesi V-12
Concesionaria Dixmar	01 de agosto del 2016	DYXMAR RUC:20601388082	E.I.R.L.	Tupac Amaru Mz. R Lote 11 Marcona

Nota: Elaboración Propia

2.1.3. Proveedores:

- Nuestros proveedores se definen en:

Productos perecibles. - frutas, verduras carnes huevos y legumbres. Se cuenta con variedad de proveedores de abastecimiento de la ciudad de lima y Arequipa esto hace que no se tenga desabastecido el mercado se realiza semanalmente.

Productos no perecibles. - Arroz azúcar aceite fideos y otros. Se tiene distribuidores de la ciudad de Arequipa - Ica y lima dando cierta facilidad de escoger el producto por tener competencia y mejorar precios

Combustibles; gas propano el abastecimiento es de la zona siendo una deficiencia por el alto costo del producto generando elevar costo no previstos

- La emisión de boletas y sistema electrónicos se contrata un servidor externo (APISUNAT) con capacitación de la ejecución de boletas y facturas electrónicas validada y aprobada por la SUNAT

- Se utiliza 1 laptop portátiles

- Personal de control de tareo y de personal de concesión

- Personal de administración

- Personal de costos y presupuestos generación de propuestas y negociaciones

- Gerencia control macro de contratos y negociaciones por realizar

- Servicios complementarios externos. - Fumigación y limpieza por salubridad, atención de alojamiento del personal que no es de la zona (cocineros ayudante nutricionistas y otros)

2.1.4. Intermediarios:

Los aliados estratégicos son los distribuidores mayoristas ya establecidos para cada rubro teniendo competencia de adquisición de productos de calidad a bajos precios, buscando el cumplimiento de productos de calidad a costos mínimos

2.1.5. Servicios sustitutos:

Se cuenta con restaurantes pequeños y cevicherías que pueden satisfacer ciertas necesidades del cliente, pero no llegan a cubrir el consumo a mediano plazo por la misma estructura de su servicio y su actividad.

- Cevichera el buen sabor
- Pollería Pio Riko
- Pollería Davar
- Cevichera San Juan

2.2. Análisis del macroentorno

2.2.1. Factor económico:

✓ La economía peruana, de acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas, se encuentra en constante crecimiento considerando a los lugares con centros mineros como fuente de ingreso económico, esto nos permite considerar la ciudad como un mercado favorable para el servicio que queremos ofrecer ya que cualquier empresa contratista o subcontratista buscara 2 prioridades para iniciar un trabajo puntual de servicio de minería; 1 alimentación de su personal y 2 el alojamiento de su personal. Siendo estas premisas básicas en cualquier inicio de actividades como contratista, el mercado está asegurado económicamente

✓ A pesar de los contratiempos y las pandemias y las situaciones extracontractuales gubernamentales (salvo cierren la minera), es necesario tener al

personal alimentados y con un techo donde descansar es por eso por lo que con la experiencia de brindar un servicio bajo circunstancias desfavorables siempre veremos un margen de ganancia y económicamente amoldarse a la situación en la que nos encontremos

✓ Las actividades económicas por parte de la minería, son importantes del Perú. Se observa que un 13% de la inversión privada nacional y más del 60% del valor de las exportaciones totales del Perú. El sector minero representó el 9,0% del PBI de Perú en el primer semestre de 2019, según la empresa. (Según el Banco Central de Reserva del Perú -BCRP),

2.2.2. Factor cultural y social:

✓ En la ciudad de Marcona hay servicios básicos que fomentan la economía, ir siempre de la mano con las actividades sociales del lugar como: ser parte del Aniversario del lugar o participar activamente a las charlas de mejora de negocios del lugar. Asimismo, fomentar el turismo en la zona, ya que Marcona tiene muchos lugares secretos aun que descubrir, reservas turismo, deporte extremo y otros.

2.2.3. Factor político:

El factor político de alguna forma genera cierta incertidumbre en las actividades mineras, pero afectan las inversiones de explotación minera (es un rubro privado) que va a otro ritmo de economía “costos – producción – ganancias” este genera una economía relativamente estable.

2.2.4. Factor geográfico:

Se encuentra en la costa sur del Perú, la ciudad de Lima queda al Sur, en el distrito de San Juan de Marcona, está localizado en la Provincia de Nazca, Región Ica, es un distrito cuya superficie 194500 km², latitud: -15.3617, longitud: -75.1667, latitud de 15° 21' 42" Sur, longitud: 75° 10' 0" Oeste.

Se caracteriza por tener un clima cálido árido y seco cuya temperatura en verano asciende normalmente hasta 32°C y en invierno desciende hasta 13°C, y se encuentra ubicada al Centro sur del Perú.

Limitaciones: Norte: Provincia de Nazca; Sur con la Provincia de Caraveli – Arequipa; Este con la Provincia de Lucanas (Ayacucho) y Oeste con el Mar de Grau.

Su relieve; ese caracteriza por el desértico accidentado con oasis y extensas pampas, rodeado de cordilleras, dunas y gran variedad de playas, contando con un largo litoral y riqueza marina.

2.2.5. Factor demográfico

Según INEI (2020), el distrito de Marcona, cuenta con 18 046 habitantes.

El distrito de Marcona cuenta con gran variedad de centros mineros que brinda una amplia cantidad de potenciales clientes que abastecerse siendo la prioridad contratistas y subcontratistas.

2.2.6. Factor tecnológico:

✓ Hoy en día el mundo recurre más al uso de la tecnología.

✓ Todos los días en diversos países la tecnología siempre busca reinventarse y acoplarse a diferentes tipos de productos y necesidades. Nosotros mismos hacemos uso de la tecnología en aparatos móviles, laptops, televisores, entre otros.

2.2.7. Factor ecológico:

Nuestros servicios se brindarán bajo estrictos controles de salubridad y amigable al medio ambiente cumpliendo los estándares mineros siendo los más estrictos dentro de lo gubernamental en favor de pueblo y del medio ambiente.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El propósito de este estudio es determinar la viabilidad de establecer una Concesionaria que brinde un servicio de alimentación de calidad, puntualidad y eficiente a un precio razonable basado en los requisitos y estándares del cliente, elaborados con productos de calidad, demanda de productos, evaluar pronósticos de demanda, analizar oferta y desarrollar estrategias comerciales. Esta investigación nos permite comprender las oportunidades y los riesgos a los que nos enfrentamos.

3.1. Oferta:

En este tipo de negocio, los competidores son importantes: La Concesionaria de alimentos que tienen años de servicio en el mercado que ofrecen una gran variedad de platos, postres y dulces. Se encuentran ubicadas alrededor del distrito de San Juan de Marcona, sin embargo, no hay una competencia directa para **SERVICIOS GENERALES DE**

CONCESIONES EIRL, es decir competidores que ofrezcan el cumplimiento y requerimiento de los estándares del Sector Minero.

3.1.1. Objetivos de la oferta

- Analizar a los competidores a los cuales vamos a enfrentarnos dentro del mercado.
- Analizar los competidores a los que nos enfrentaremos en el mercado.
- Desarrollar estrategias de marketing
- Identificar las fortalezas y debilidades de la competencia

Luego obtenga esta información de recursos secundarios como consultas de NPC, sitios web y Facebook.

Figura 3

Inicio de la página web de SEGCON EIRL



Nota. Inicio de la página web de la SEGCON EIRL

Tabla 3

Análisis de Competidores

Competidores	Creación	Razón Social RUC	Logo	Descripción	Precio promedio	Nivel de calidad
Concesionaria Puerto San Juan	04/11/2021 25/06/2010	RESTAURANTE PUERTO SAN JUAN E.I.R.L.. RUC: 20495007261		Se caracteriza en una ofertar variedad de platos culinarios	Medio	No garantiza la inocuidad de los alimentos
Concesionaria la Capitana	25 de abril del 2015	GRUPO D'FAMA MARCONA S.R.L. RUC: 20600296001		Queremos comandar esta nueva tendencia en Marcona, la tendencia de la calidad en el servicio y la creatividad culinaria. Ofrece una variedad de platos.	Alto	Regular, cumple con los estándares
Concesionaria Dyxmar	01 de agosto del 2016	DYXMAR E.I.R.L. RUC:20601388082		Brinda servicio de Alimentación para empresas. Estamos comprometidos con el servicio de calidad, y contamos con personal altamente calificado y capacitado para cumplir con las exigencias de nuestros clientes. Ofrece una variedad de platos.	Alto	Alto, cumple con los estándares específicos.

Nota. Elaboración propia

Las concesionarias, mencionadas anterior, son reconocidas por el distrito de Marcona, pero una de ellas no cuenta con redes sociales, existe poca información. La concesionaria la Capitana y Dyxmar, son competidores fuertes que tienen años de servicio en el rubro y cumplen con las expectativas del cliente y del sector minero.

3.2. Demanda:

Es muy importante el análisis de demanda, nos permite establecer los precios de los platos, postres y extras, proyectar la demanda y definición del público objetivo, asimismo, las decisiones serán correctas y entregaremos los resultados esperados. A continuación, es preciso desarrollar un estudio óptimo de la demanda para cuantificar la magnitud del mercado.

3.2.1. Objetivos de la Demanda

Este estudio de mercado tiene como objetivos:

- Medir el nivel de aceptación que tendría el negocio.
- Medir el nivel de intensidad y frecuencia de compra del público objetivo.
- Conocer que es lo que más valora el consumidor
- Determinar y proyectar la demanda.
- Estimar las ventas anuales.

3.2.2. Fuentes de Información

Se utilizará lo siguiente:

- Fuentes primarias: Experiencias del campo, observación, encuestas
- Fuentes secundarias: Libros digitales, bases de datos
- Fuentes tercerías: Análisis documental: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), internet y boletines informativas.

3.2.3. Metodología

Su investigación, es cuantitativa, de tipo no experimental y su nivel descriptivo exploratorio.

3.2.4. Técnica e instrumento

Su técnica de recolección es la encuesta, elaborado con preguntas cerradas. El instrumento es el cuestionario, compuesta de 22 preguntas, las mismas que se llevaron a cabo el día 1,2 y 3 de julio de 2022, la encuesta se realizará en el formulario Google, luego el link será enviado a su WhatsApp personal.

3.2.5. Población

La población va dirigida a hombres que oscilan entre 22 y 55 años de edad, siendo trabajadores del sector minero del distrito de Marcona y pertenecen al área del Distrito (urbano). Según INEI (2020), el distrito de Marcona, cuenta con 18 046 habitantes.

3.2.6. Muestra

La muestra será no probabilístico, por conveniencia del investigador, censal, es decir, se cogerá el 100% de la población que se encuesta.

3.2.7. Formato de la Encuesta

Para desarrollar, el cuestionario, primero identificamos una herramienta técnica, como el formulario del Google Drive, que nos permite compartir y crear formularios a través de correo electrónico Gmail, redes sociales o enlaces web y cuando se completa la encuesta, la aplicación Google Drive. Se puede acceder directamente accediendo a los resultados. La estructura de la encuesta incluye preguntas de filtrado, preguntas de marketing y preguntas de intención de compra

(ver Anexo).

3.2.8. Interpretación de Resultados

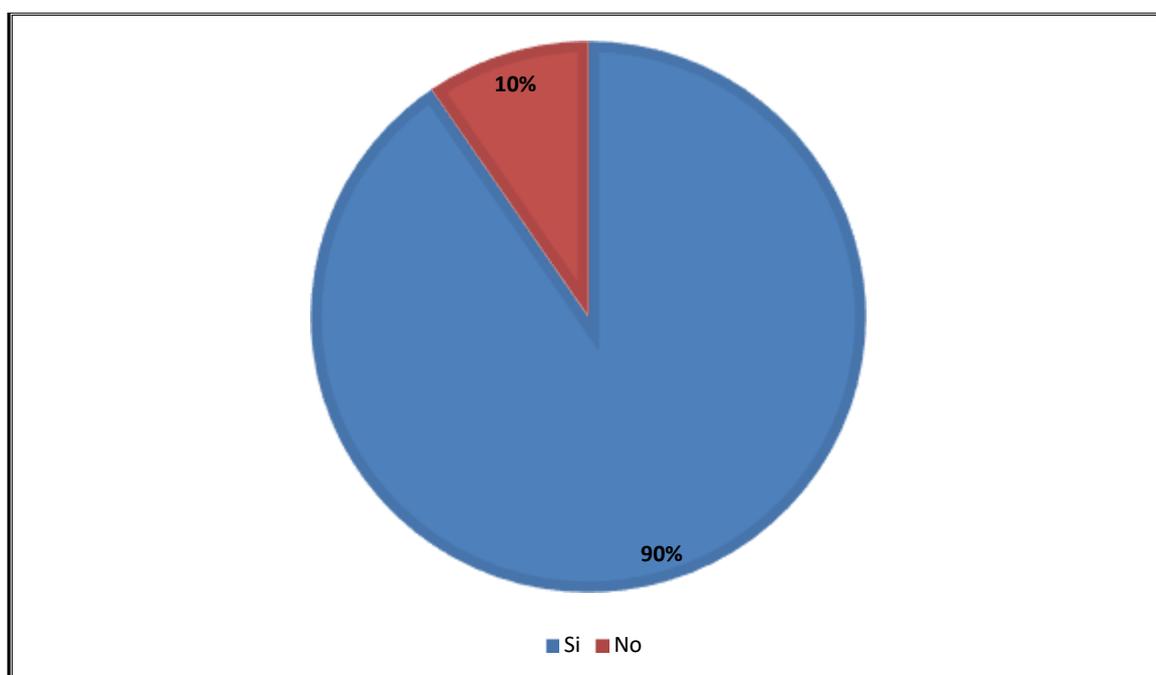
Tabla 5

¿Ud. Utiliza los Servicios de una Concesión de Alimentos?

Alternativa	f	%
Si	142	90.00
No	15	10.00
Total	157	100.00

Figura 4

¿Ud. Utiliza los Servicios de una Concesión de Alimentos?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 3, nos muestra que un 90% si utiliza los servicios de una concesión de alimentos y en seguida con un 10% no utilizan el servicio.

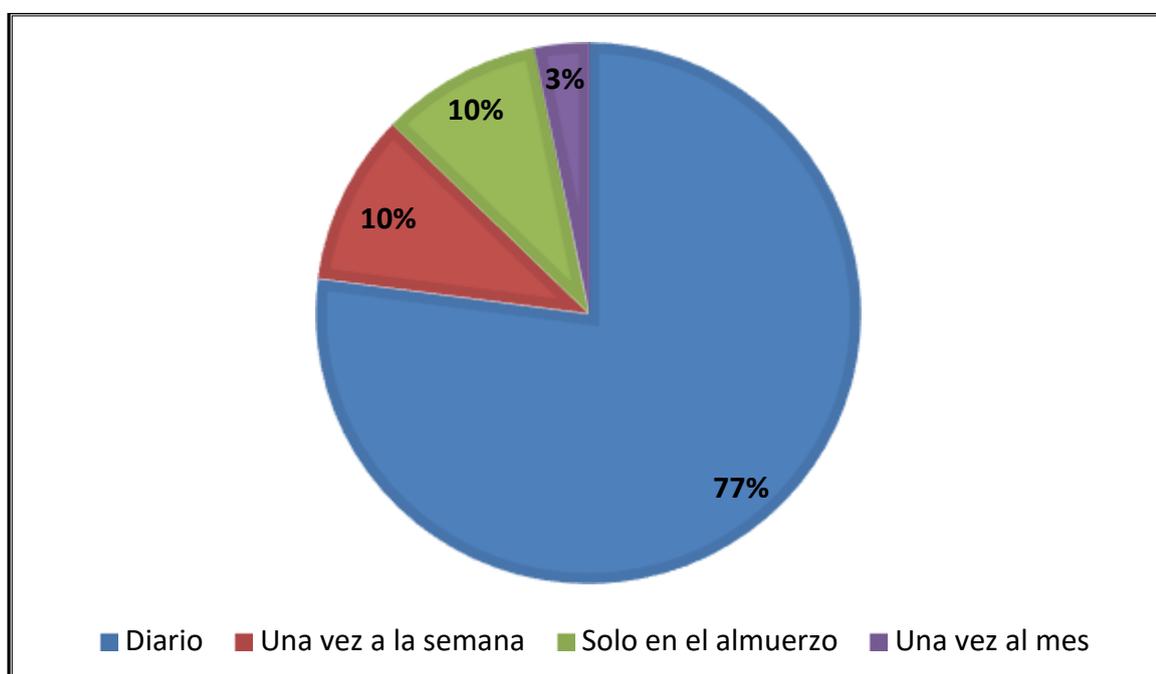
Tabla 6

¿Con qué frecuencia asiste a la Concesión de alimentos?

Alternativa	F	%
Diario	121	77.00
Una vez a la semana	16	10.00
Solo en el almuerzo	15	10.00
Una vez al mes	5	3.00
Total	157	100.00

Figura 5

¿Con qué frecuencia asiste a la Concesión de alimentos?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 4, nos muestra que un 77% asisten con frecuencia a la concesión de alimentos, en seguida con un 10% una vez a la semana, solo en el almuerzo y finalmente con un 3% una vez al mes.

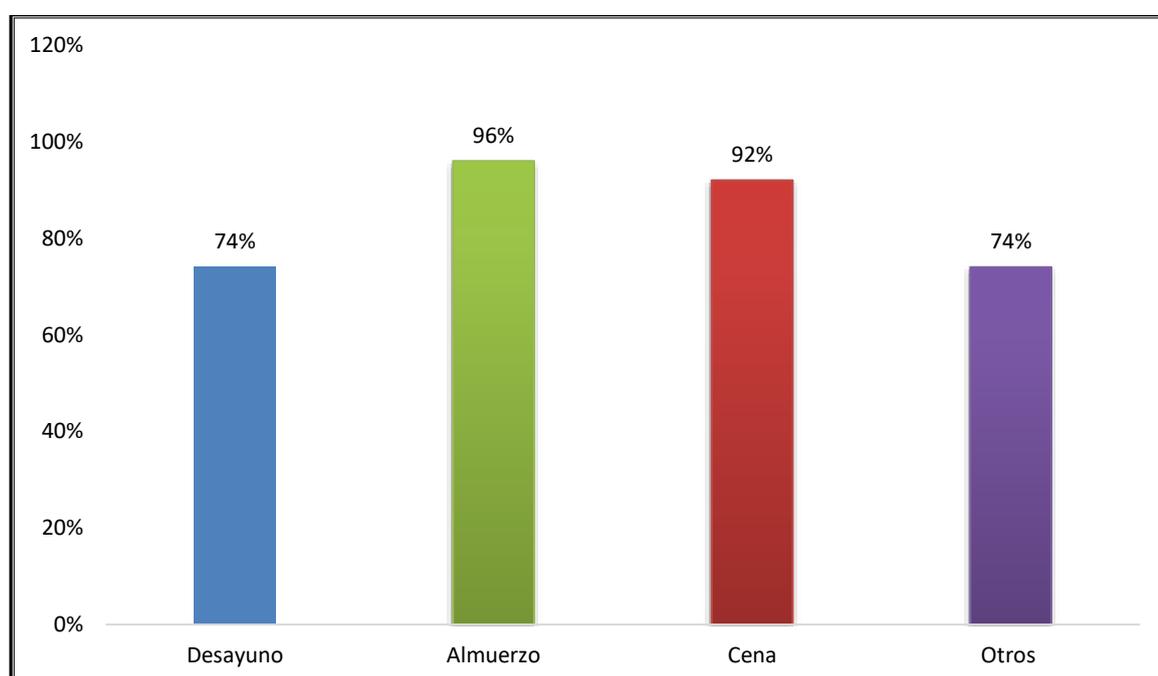
Tabla 7

¿Qué servicios utiliza?

Alternativa	F	%
Desayuno	116	74.00
Almuerzo	150	96.00
Cena	145	92.00
Otros	116	74.00

Figura 6

¿Qué servicios utiliza?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 5, nos muestra que un 96% utilizan el servicio de almuerzo, en seguida con un 92% utiliza el servicio en la cena y finalmente con un 74% en el servicio del desayuno y otros servicios.

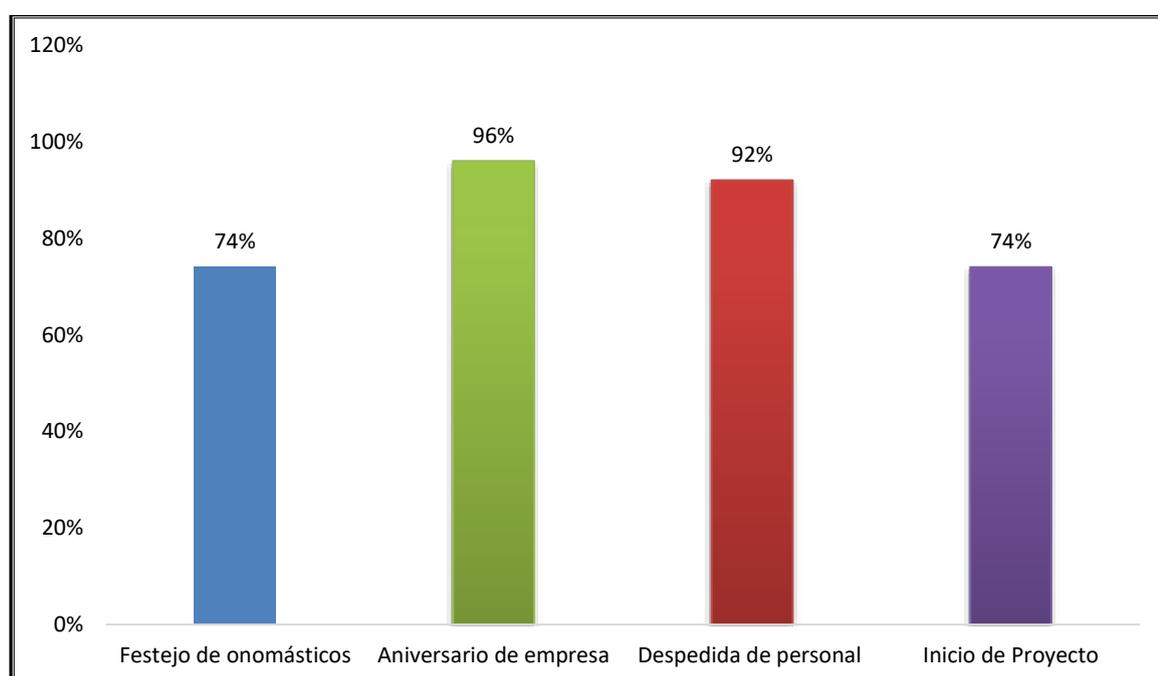
Tabla 8

¿Qué otro servicio usa de la concesión?

Alternativa	f	%
Festejo de onomásticos	121	77.00
Aniversario de empresa	115	96.00
Despedida de personal	15	92.00
Inicio de Proyecto	5	74.00

Figura 7

¿Qué otro servicio usa de la concesión?

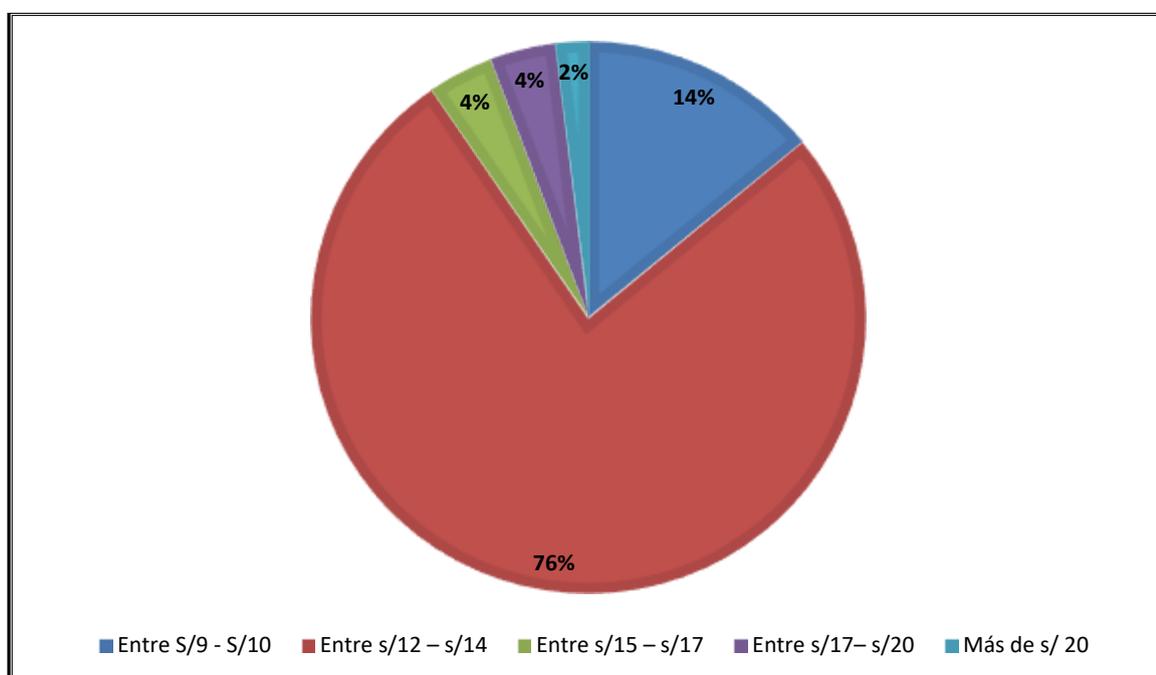


Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 6, nos muestra que un 96% usan el servicio de concesión como aniversario de empresa, con un 92% como despedida de personal y con un 74% se usa como festejo de onomásticos e inicio de proyecto.

Tabla 9*¿Recuerda los costos asumidos la última vez que utilizó el servicio?*

Alternativa	f	%
Entre S/9 - S/10	22	400
Entre s/12 – s/14	120	76.00
Entre s/15 – s/17	6	4.00
Entre s/17– s/20	6	4.00
Más de s/ 20	3	2.00
Total	157	100.00

Figura 8*¿Recuerda los costos asumidos la última vez que utilizó el servicio?*

Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 7, con respecto: al costo asumidos la última vez que utilizó el servicio, que un 76% el costo de consumo es de 12 a 14 soles, en seguida con un 14% el costo de consumo es más de 20 soles, con un 4% el costo de consumo es 9 a 10 soles y 17 a 20 soles. Por último, con un 2% el costo de consumo es de 15 a 17 soles.

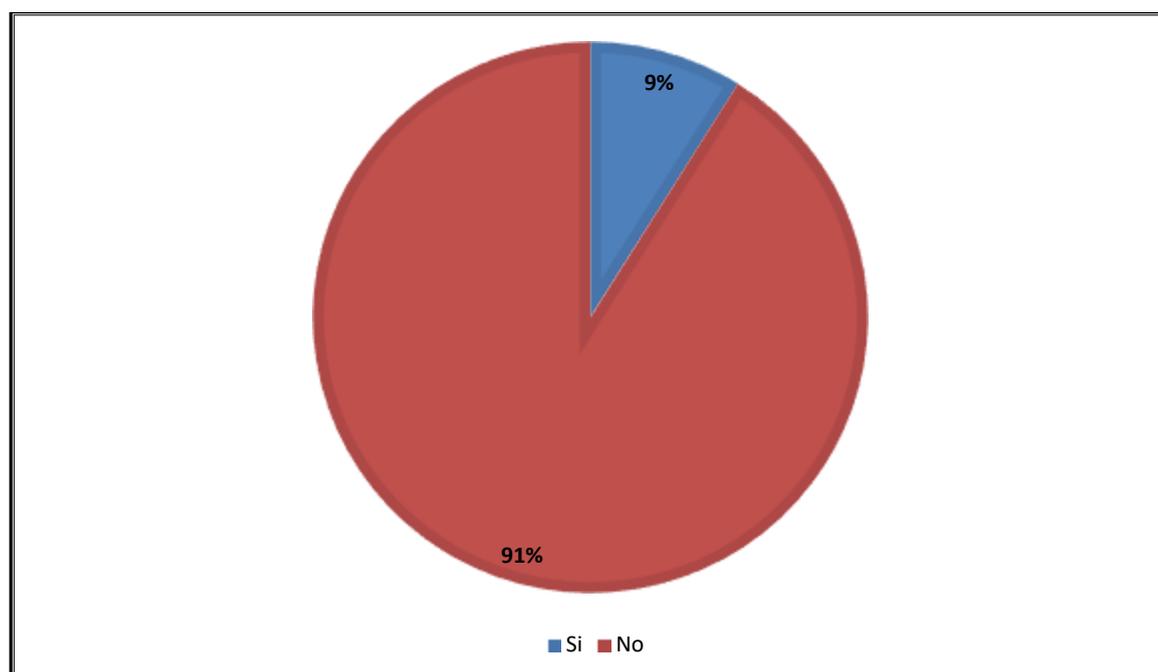
Tabla 10

¿Tiene un local de atención habitual?

Alternativa	f	%
SI	14	91.00
No	143	9.00
Total	157	100.00

Figura 9

¿Tiene un local de atención habitual?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 8, con respecto: se tienen un local de atención habitual, que un 91% indican que sí y finalmente con un 9% manifiestan que no. Es decir que la mayoría de usuarios tienen un local de preferencia.

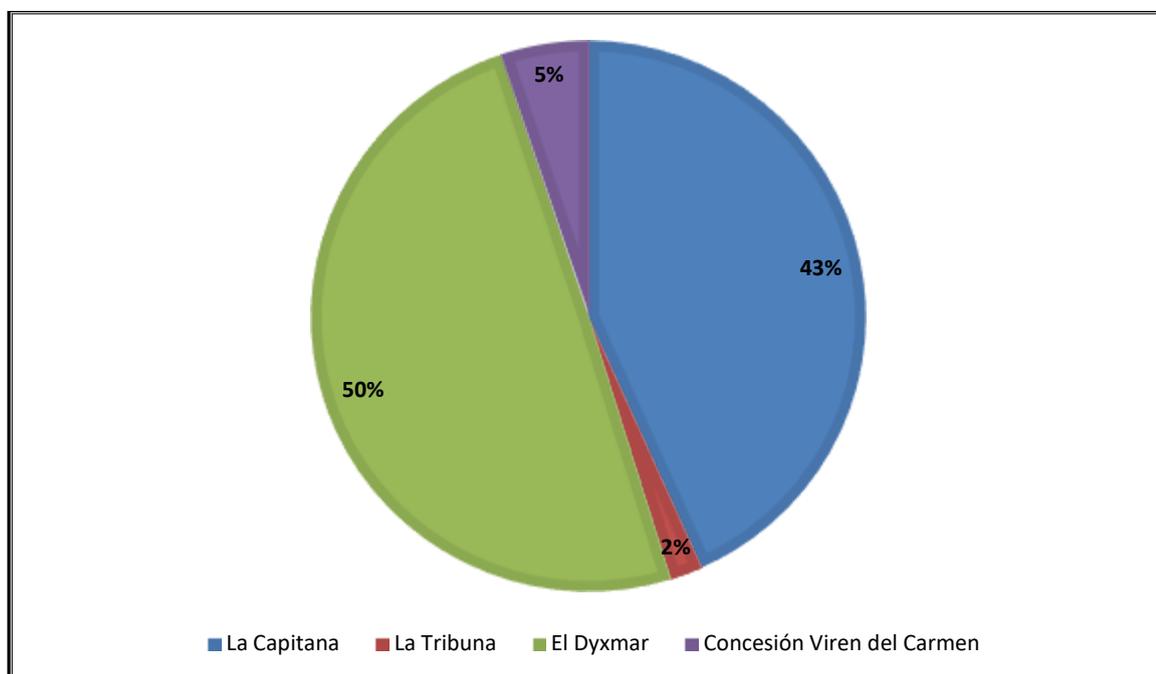
Tabla 11

¿Cuál es su local habitual?

Alternativa	f	%
La Capitana	68	43.00
La Tribuna	3	2.00
El Dyxmar	78	50.00
Concesión Virgen del Carmen	8	5.00
Total	157	100.00

Figura 10

¿Cuál es su local habitual?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 9, con respecto: ¿Cuál es su local habitual?, que un 50% de usuarios manifiesta que su local habitual es Dyxmar, en seguida con un 43% de usuarios manifiesta que su local habitual es La Capitana, con un 5% de usuarios es La tribuna y finalmente la Concesión Virgen del Carmen.

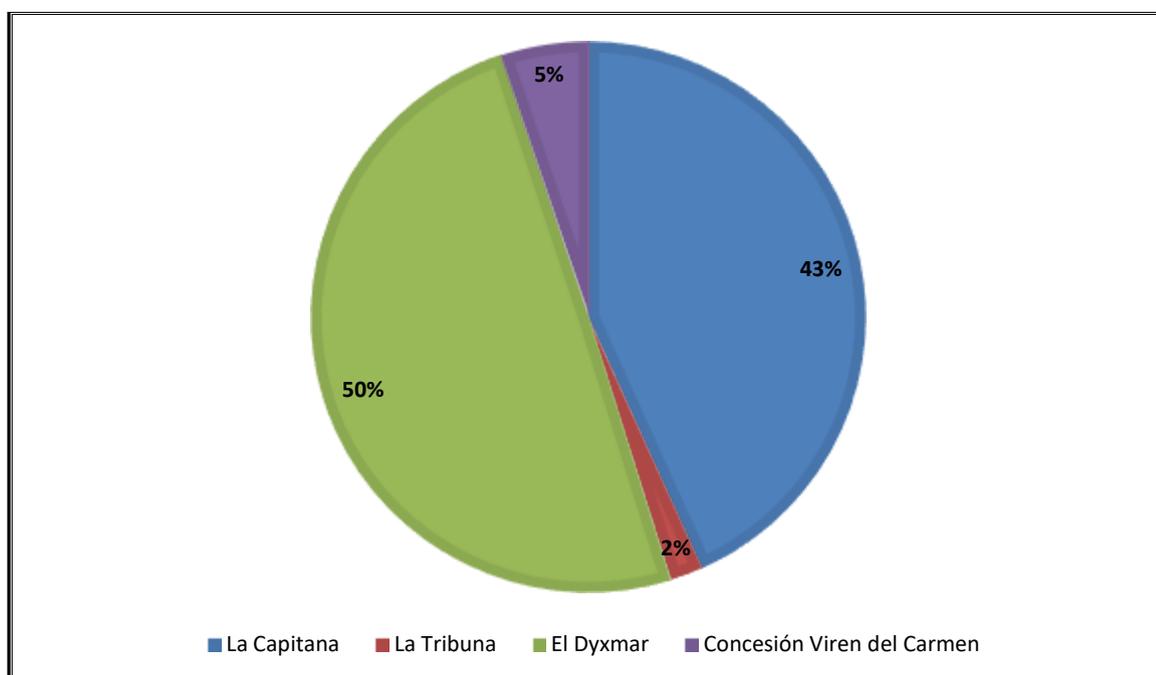
Tabla 12

¿Hace cuánto tiempo es su local habitual?

Alternativa	f	%
La Capitana	68	43.00
La Tribuna	3	2.00
El Dyxmar	78	50.00
Concesión Virgen del Carmen	8	5.00
Total	157	100.00

Figura 11

¿Hace cuánto tiempo es su local habitual?

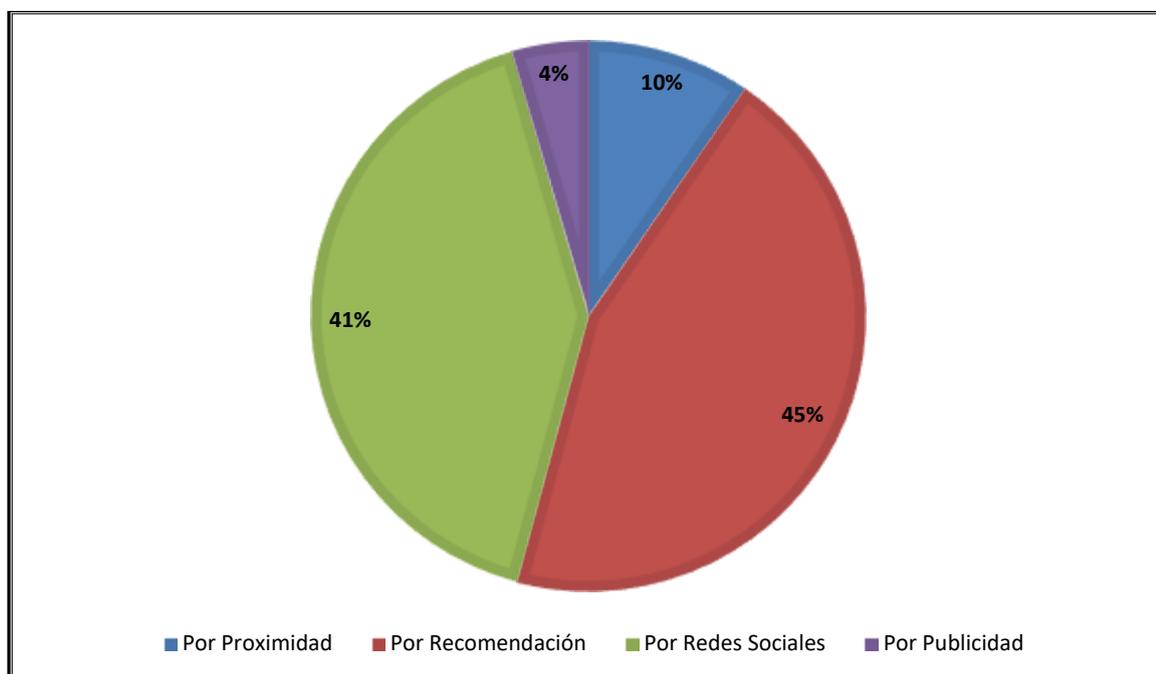


Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 10, con respecto: *¿Hace cuánto tiempo es su local habitual?*, que un 50% de usuarios manifiesta que su local habitual es Dyxmar, en seguida con un 43% de usuarios manifiesta que su local habitual es La Capitana, con un 5% de usuarios es Concesión Virgen del Carmen y 2% de usuarios La Tribuna.

Tabla 13*¿Cómo conoció el local?*

Alternativa	f	%
Por Proximidad	15	10.00
Por Recomendación	70	45.00
Por Redes Sociales	65	41.00
Por Publicidad	7	4.00
Total	157	100.00

Figura 12*¿Cómo conoció el local?*

Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 12, con respecto: ¿Cómo conoció el local?, que un 45% de usuarios manifiesta que conoció el local por recomendación, en seguida con un 41% de usuarios manifiesta que su local habitual conoció por redes sociales, con un 10% de usuarios conoció el local por proximidad y finalmente, con un 4% conoció por publicidad.

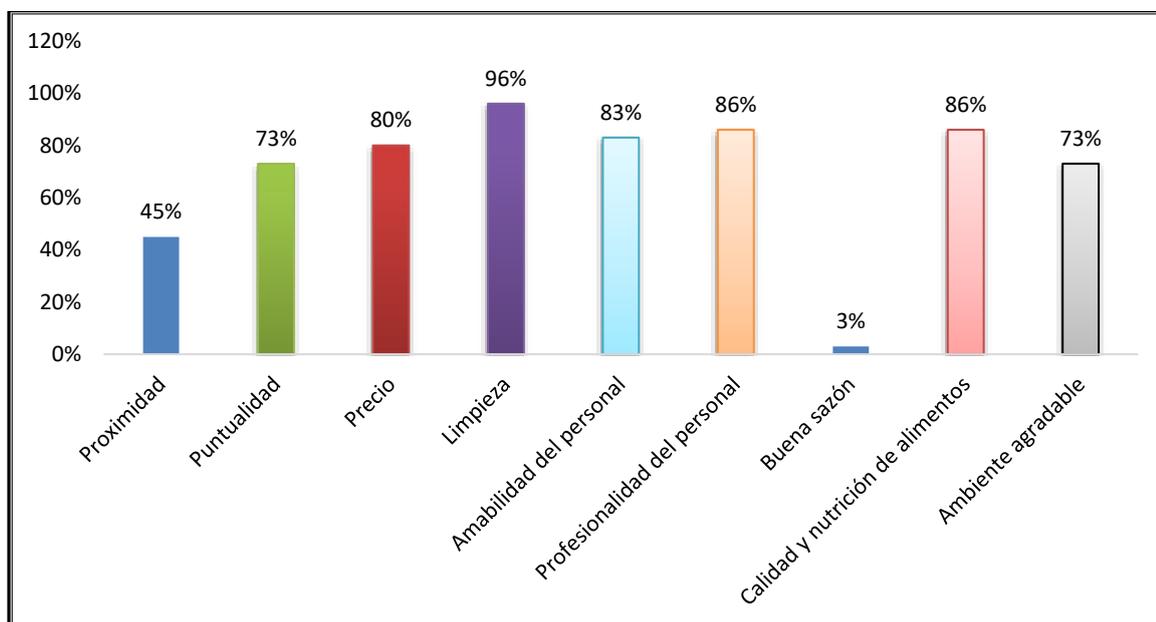
Tabla 14

Enumere por grado de importancia, lo que busca de una concesión, sabiendo que el 1 es el más importante y el 9 el menos importante

Alternativa	f	%
Proximidad	71	45.00
Puntualidad	115	73.00
Precio	125	80.00
Limpieza	150	96.00
Amabilidad del personal	130	83.00
Profesionalidad del personal	135	86.00
Buena sazón	5	3.00
Calidad y nutrición de alimentos	135	86.00
Ambiente agradable	115	73.00

Figura 13

Enumere por grado de importancia, lo que busca de una concesión, sabiendo que el 1 es el más importante y el 9 el menos importante



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 13, con respecto: Enumere por grado de importancia, lo que

busca de una concesión, sabiendo que el 1 es el más importante y el 9 el menos importante, que un 96% de usuarios manifiesta que les importa más es por limpieza, en seguida con un 86% de usuarios les importa por profesionalidad del personal y calidad y nutrición de alimentos, con un 83% de usuarios manifiesta que le importa la amabilidad del personal.

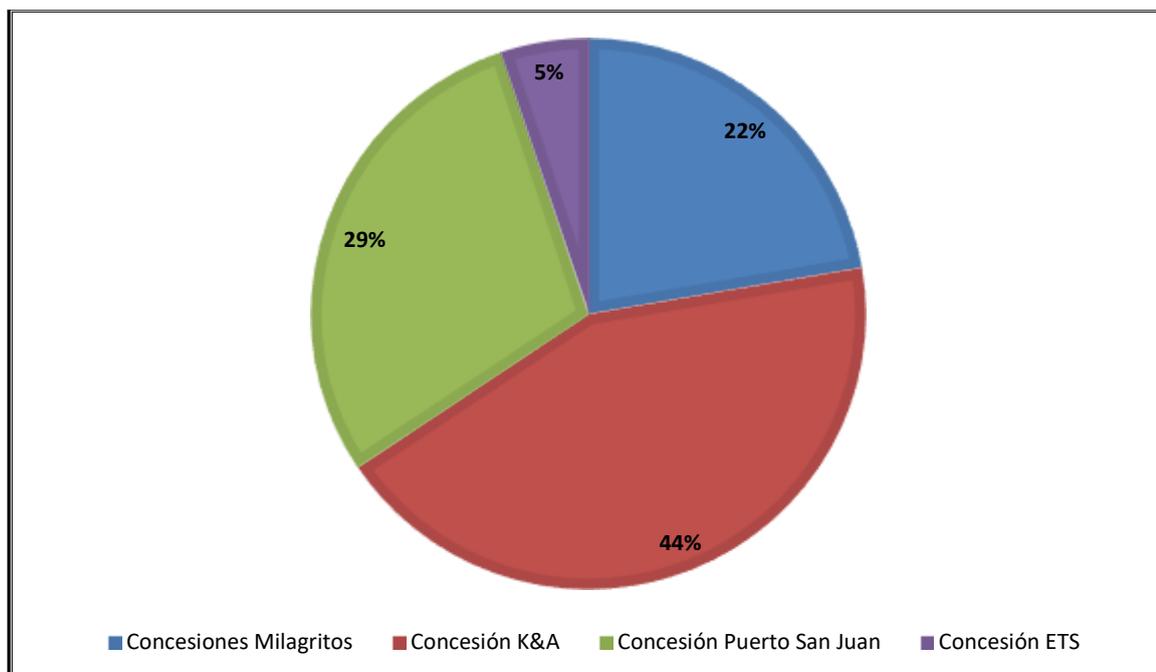
Tabla 15

De las concesiones del lugar que se enumeran a continuación, marque las que conoce. Puede marcar más de una alternativa.

Alternativa	f	%
Concesiones Milagritos	35	22.00
Concesión K&A	68	44.00
Concesión Puerto San Juan	46	29.00
Concesión ETS	8	5.00
Total	157	100.00

Figura 14

De las concesiones del lugar que se enumeran a continuación, marque las que conoce. Puede marcar más de una alternativa.



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 13, con respecto: a las concesiones del lugar, con un 44% de la concesión K&A, con un 29% de la concesión Puerto San Juan, con un 22% en las Concesiones Milagritos y finalmente, con un 5% de la Concesión ETS.

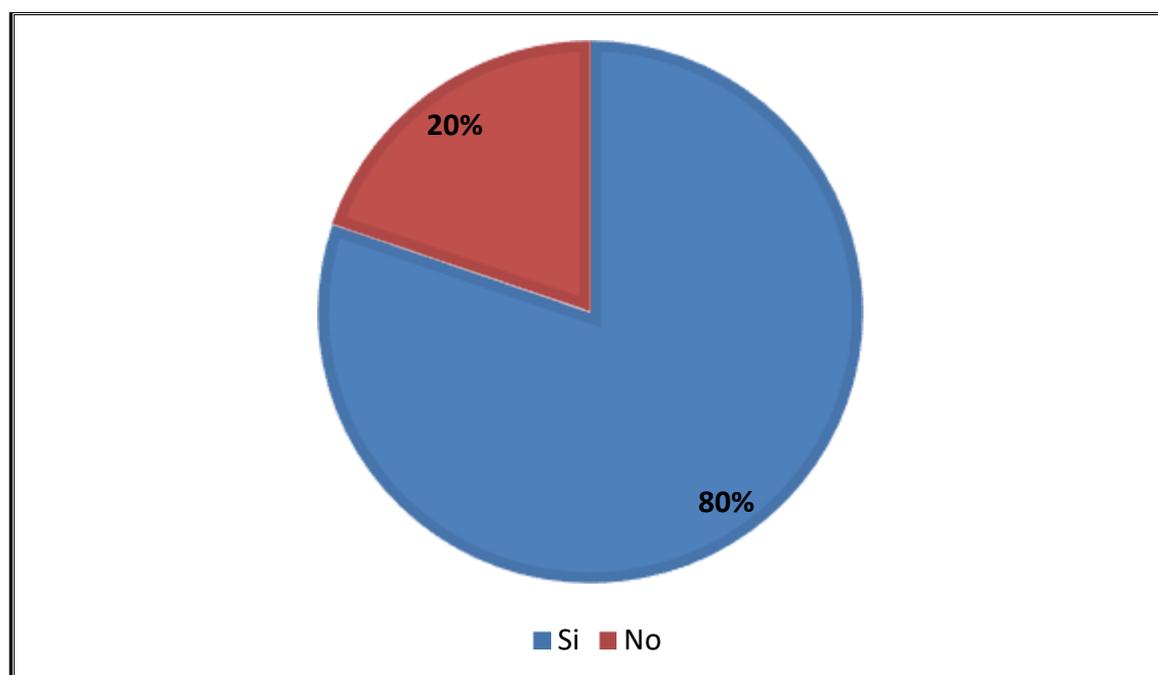
Tabla 16

¿Ha utilizado el servicio de concesiones?

Alternativa	f	%
Si	126	80.00
No	31	20.00
Total	157	100.00

Figura 15

¿Ha utilizado el servicio de concesiones?

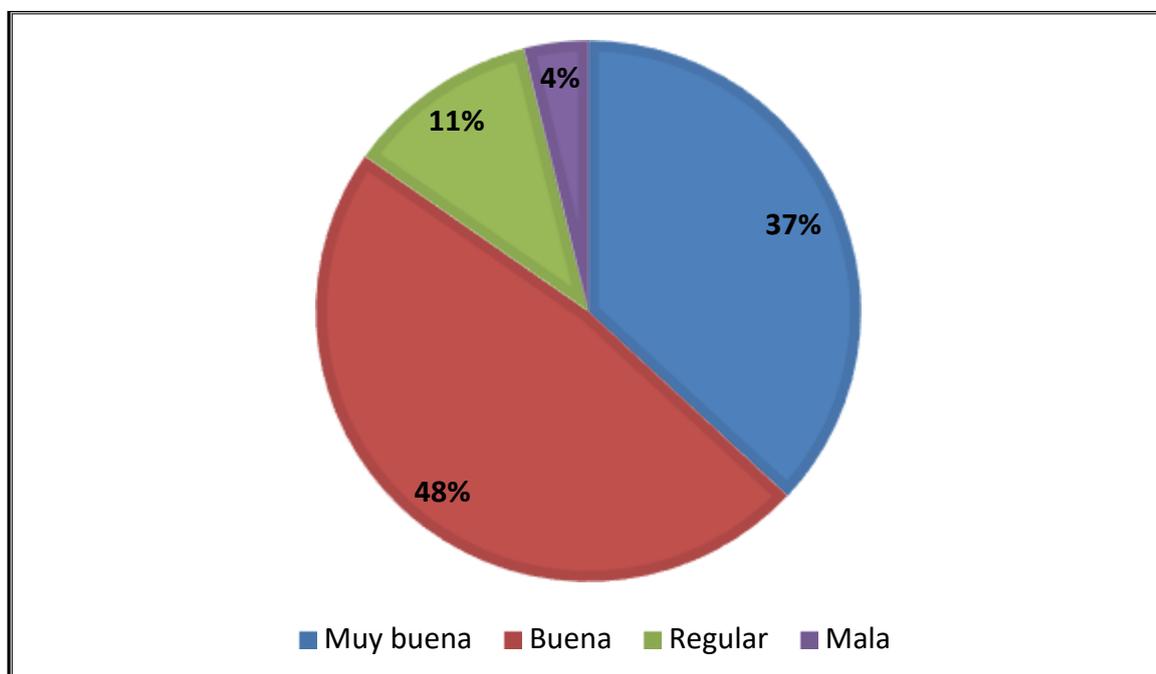


Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 15, con respecto: ha utilizado el servicio de concesiones con un 80% manifiesta que sí han utilizado el servicio y con un 20% indican no han utilizado el servicio.

Tabla 17*¿Cómo calificaría su experiencia en Servicios Concesiones?*

Alternativa	f	%
Muy buena	58	37.00
Buena	75	48.00
Regular	18	11.00
Mala	6	4.00
Total	157	100.00

Figura 16*¿Cómo calificaría su experiencia en Servicios Concesiones?*

Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 16, con respecto: ¿Cómo calificaría su experiencia en servicios de concesiones?, ha utilizado el servicio de concesiones con un 48% manifiesta que el servicio de concesiones fue buena, con un 37% manifiesta que el servicio fue muy buena, con un 11% manifiesta que el servicio de concesiones fue regular y finalmente con un 4% manifiesta que fue mala.

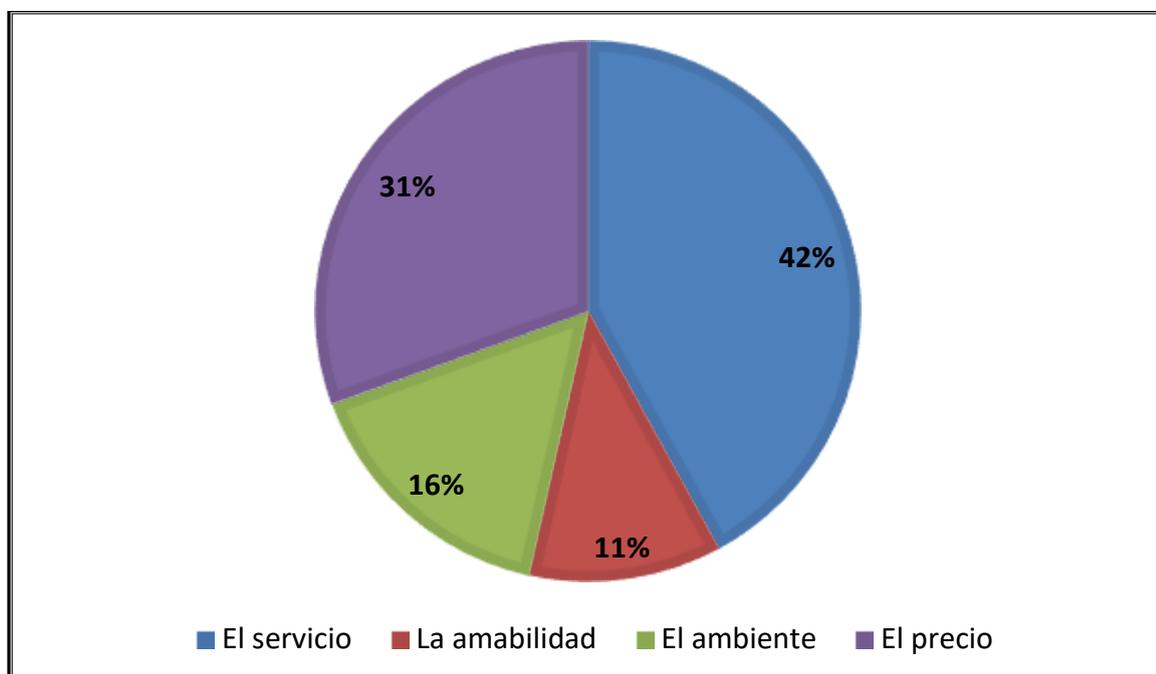
Tabla 18

¿Qué es lo que más le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?

Alternativa	f	%
El servicio	66	42.00
La amabilidad	18	11.00
El ambiente	25	16.00
El precio	48	31.00
Total	157	100.00

Figura 17

¿Qué es lo que más le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 17, con respecto: ¿Qué es lo que más le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?, con un 42% manifiesta que le gustó más el servicio, con un 31% manifiesta que le ha gustado que el precio es justo, con un 16% manifiesta que le gustó el ambiente y por último, con un 11% manifiesta que le ha gustado la amabilidad.

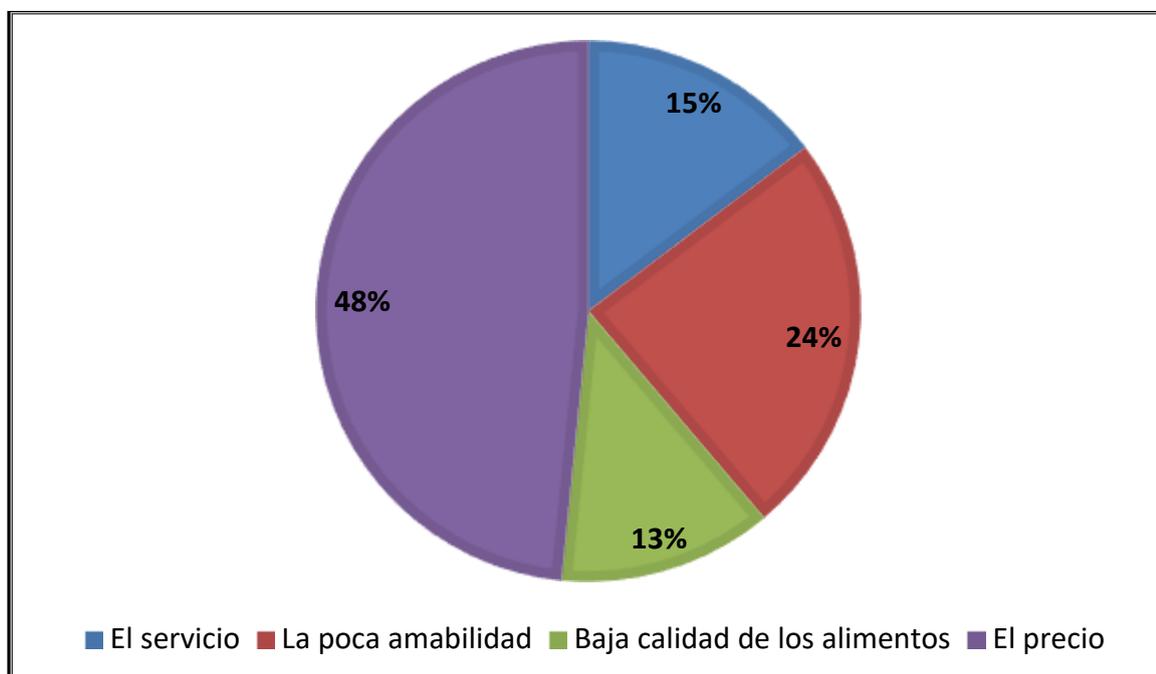
Tabla 19

¿Qué es lo que menos le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?

Alternativa	f	%
El servicio	23	15.00
La poca amabilidad	38	24.00
Baja calidad de los alimentos	20	13.00
El precio	76	48.00
Total	157	100.00

Figura 18

¿Qué es lo que menos le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 18, con respecto: ¿Qué es lo que menos le ha gustado de la atención en Servicios de Concesiones?, con un 48% manifiesta que le gusto menos la atención es el precio, con un 24% manifiesta que le gusto menos la atención es la poca amabilidad, con un 15% manifiesta que le gusto menos la atención es el servicio y por último, con un 13% manifiesta que le gusto menos la baja amabilidad.

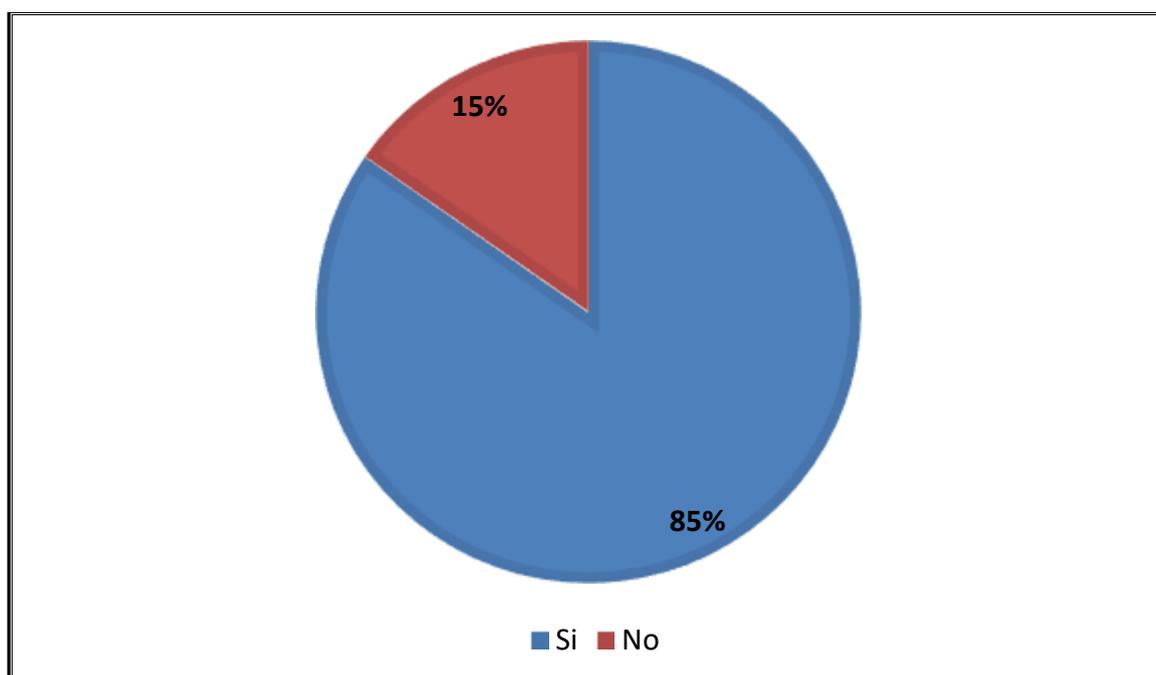
Tabla 20

¿Le gustaría una sucursal de Servicios de Concesiones en el lugar donde trabaja?

Alternativa	f	%
Si	133	85.00
No	24	15.00
Total	157	100.00

Figura 19

¿Le gustaría una sucursal de Servicios de Concesiones en el lugar donde trabaja?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 19, con respecto: ¿Le gustaría una sucursal de Servicios de Concesiones en el lugar donde trabaja?, con un 85% manifiesta que sí, le gustaría una sucursal de servicios de concesiones, con un 24% manifiesta que no, le gustaría una sucursal.

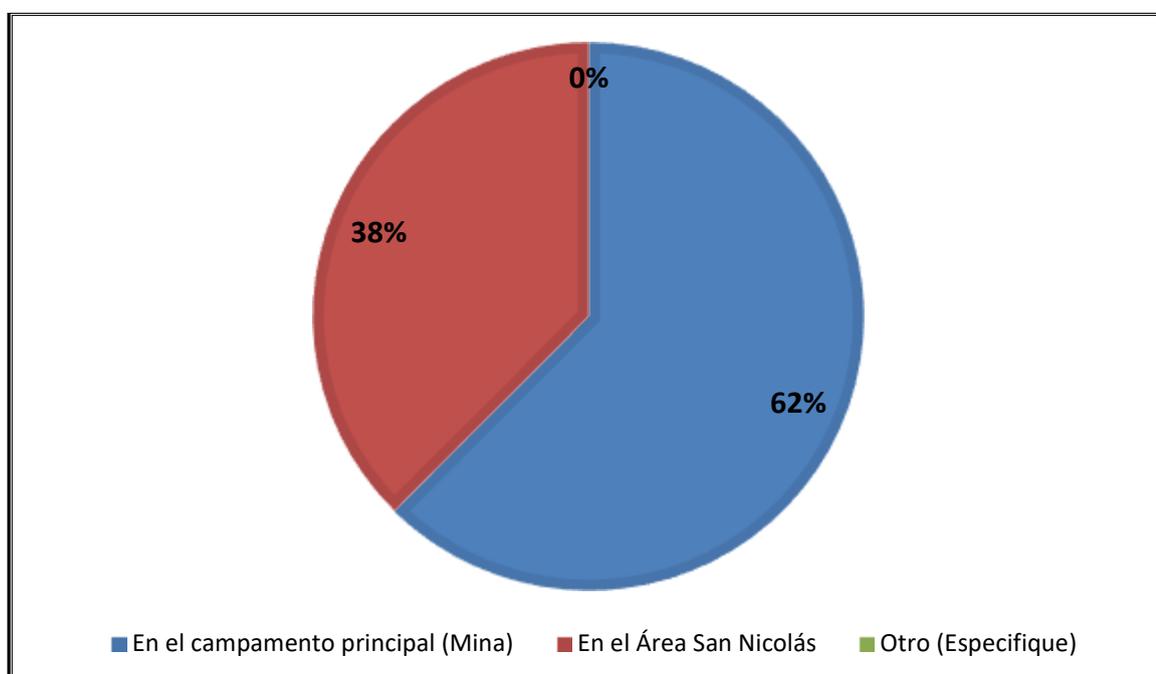
Tabla 21

¿Dónde le gustaría que está situada una sucursal Servicios Generales de Concesiones EIRL en el Centro Minero?

Alternativa	f	%
En el campamento principal (Mina)	98	62.00
En el Área San Nicolás	56	38.00
Otro (Especifique)	0	0.00
Total	157	100.00

Figura 20

¿Dónde le gustaría que está situada una sucursal Servicios Generales de Concesiones EIRL en el Centro Minero?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 20, con respecto: *¿Dónde le gustaría que está situada una sucursal Servicios Generales de Concesiones EIRL en el Centro Minero?*, con un 62% manifiesta que debería estar ubicada en el campamento principal, con un 38% manifiesta que debería encontrarse en el Área San Nicolás.

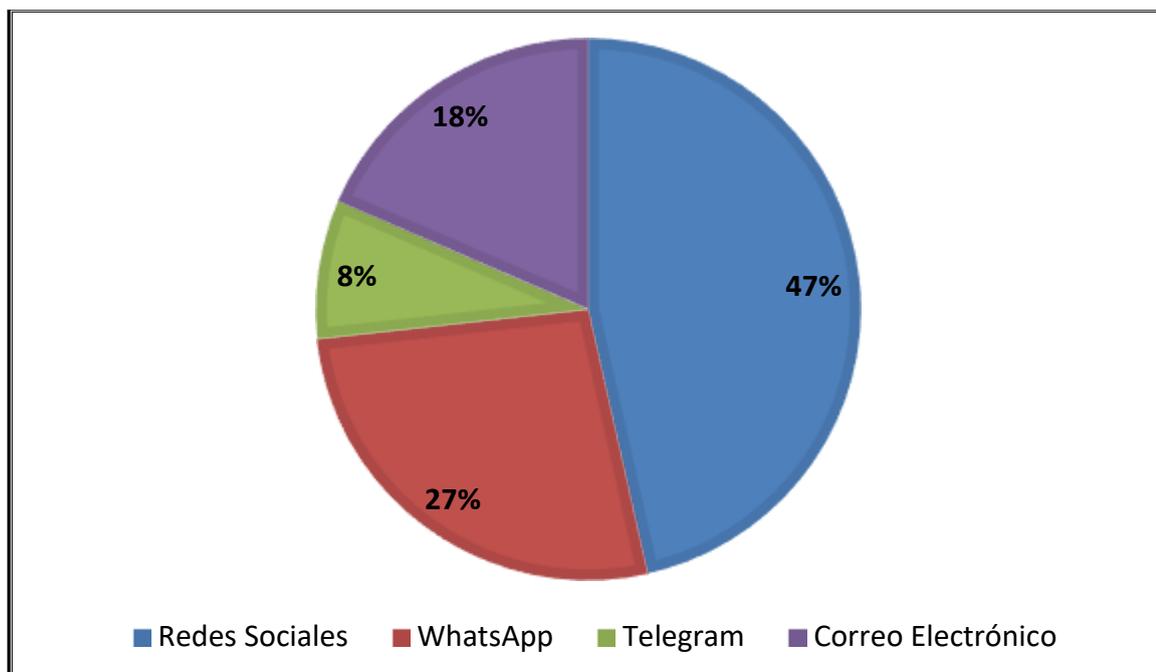
Tabla 22

¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del detalle de los almuerzos y cenas a brindar del día?

Alternativa	f	%
Redes Sociales	73	47.00
WhatsApp	42	27.00
Telegram	13	8.00
Correo Electrónico	29	18.00
Total	157	100.00

Figura 21

¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del detalle de los almuerzos y cenas a brindar del día?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 21, con respecto: *¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del detalle de los almuerzos y cenas a brindar del día?*, con un 47% manifiesta que prefieren el detalle por redes sociales, con un 27% manifiesta que prefieren el detalle por el WhatsApp, con un 18% manifiesta que prefieren el detalle por el correo electrónico y finalmente con un 8% manifiesta que prefieren el detalle por Telegram.

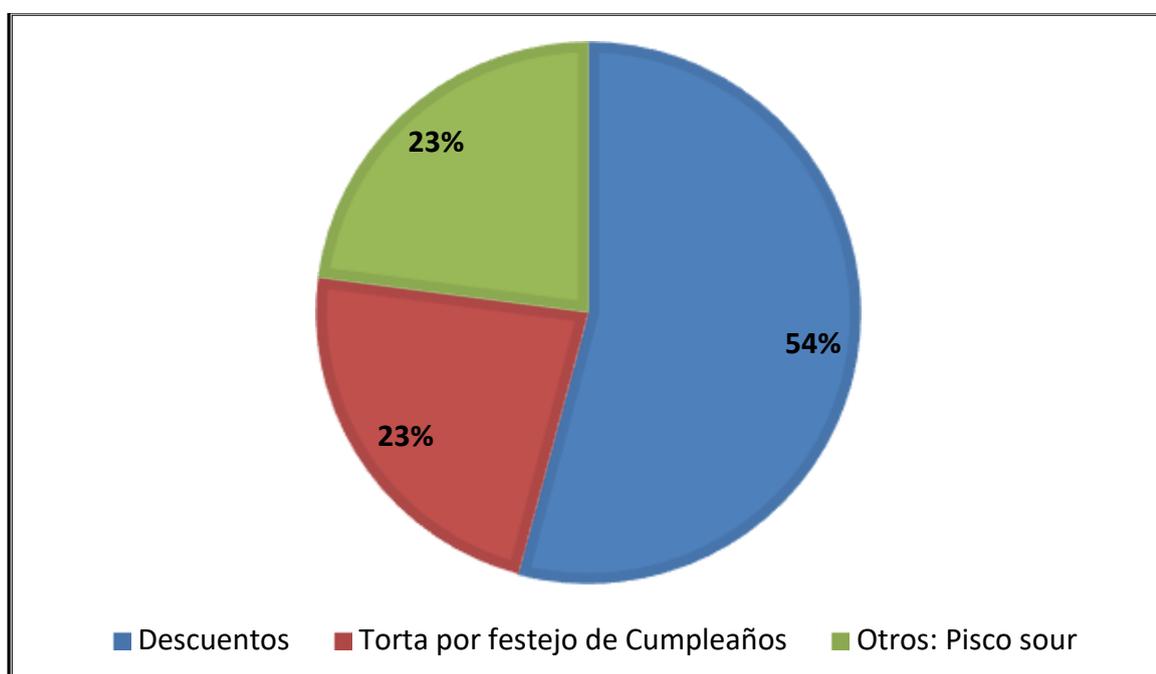
Tabla 23

¿Qué tipos de ofertas le gustaría recibir como cliente de Servicios de Concesiones?

Alternativa	f	%
Descuentos	85	54.00
Torta por festejo de Cumpleaños	36	23.00
Otros: Pisco sour	36	23.00
Total	157	100.00

Figura 22

¿Qué tipos de ofertas le gustaría recibir como cliente de Servicios de Concesiones?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 22, con respecto: ¿Qué tipos de ofertas le gustaría recibir como cliente de Servicios de Concesiones?, con un 54% manifiesta que prefieren el detalle por redes sociales, con un 27% manifiesta que prefieren el detalle por el WhatsApp, con un 18% manifiesta que prefieren el detalle por el correo electrónico y finalmente con un 8% manifiesta que prefieren el detalle por Telegram.

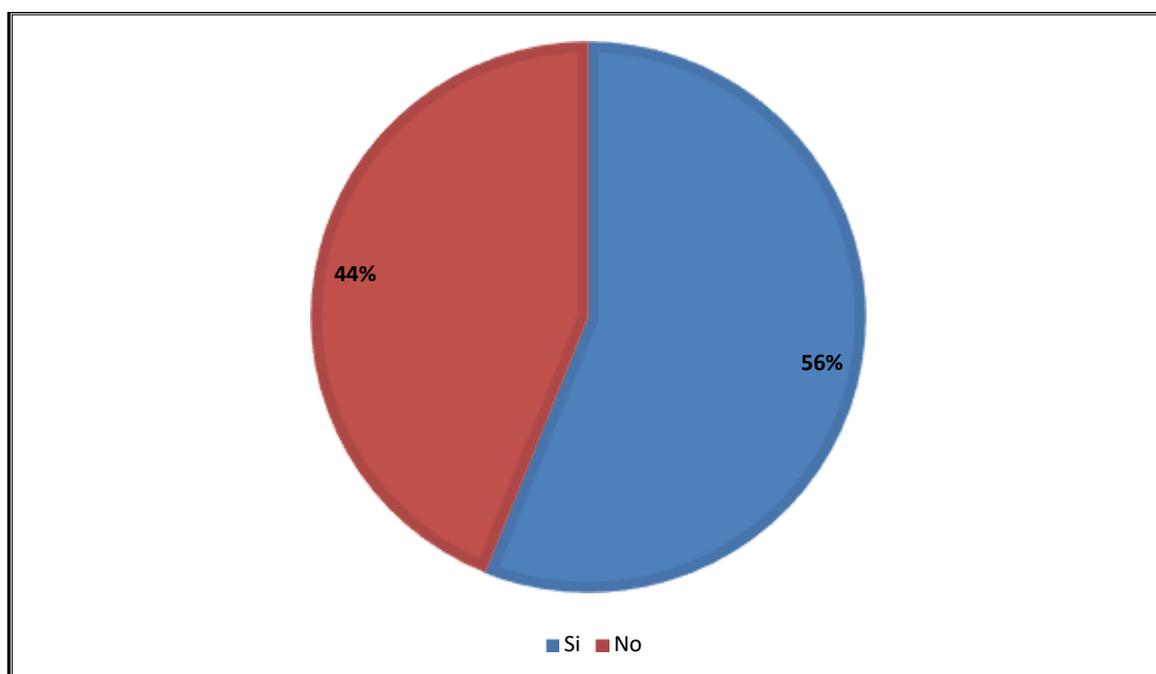
Tabla 24

¿Tiene conocimiento que Servicios de Concesiones, tiene Atención de alimentos en otras empresas?

Alternativa	f	%
Si	88	56.00
No	69	44.00
Total	157	100.00

Figura 23

¿Tiene conocimiento que Servicios de Concesiones tiene Atención de alimentos en otras empresas?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 22, con respecto: ¿Tiene conocimiento que Servicios de Concesiones tiene Atención de alimentos en otras empresas?, con un 56% manifiesta que sí, tiene conocimiento de los servicios de concesiones, con un 44% manifiesta que no, tiene conocimiento de los servicios de concesiones.

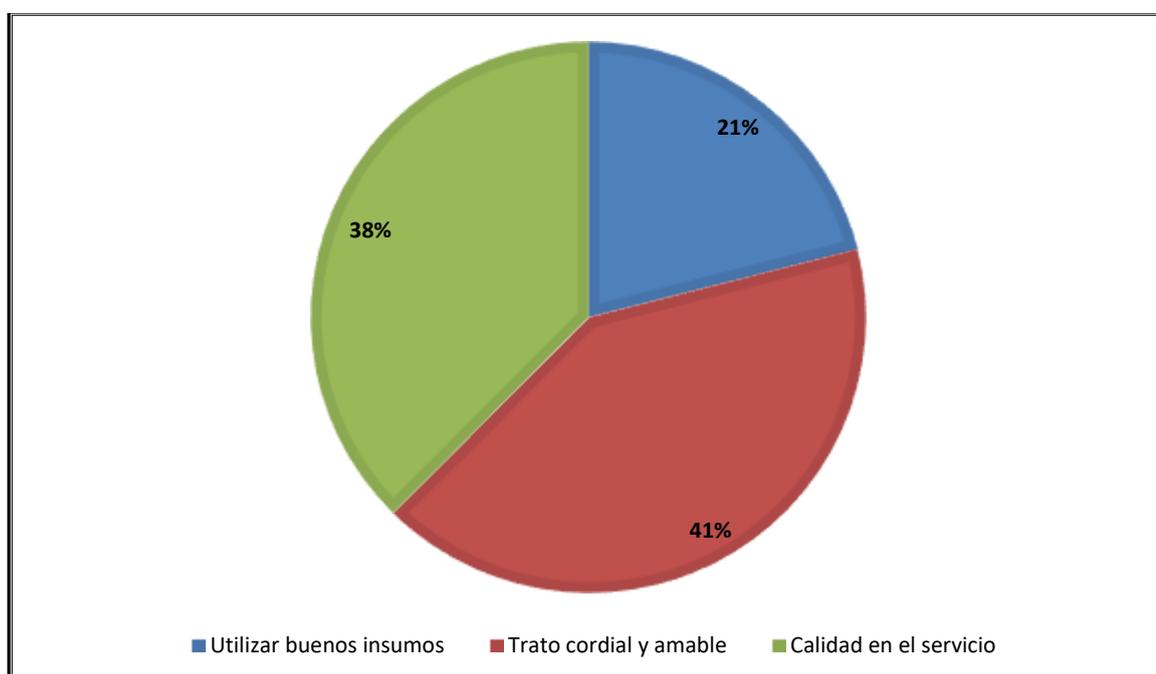
Tabla 25:

¿Qué cree que se debería hacer para lograr su fidelidad como cliente?

Alternativa	f	%
Utilizar buenos insumos	33	21.00
Trato cordial y amable	65	41.00
Calidad en el servicio	59	38.00
Total	157	100.00

Figura 24

¿Qué cree que se debería hacer para lograr su fidelidad como cliente?



Nota. Datos obtenidos a través del cuestionario aplicado

Según la tabla y figura 24, con respecto: ¿Qué cree que se debería hacer para lograr su fidelidad como cliente?, con un 41% manifiesta que los servicios de concesiones para lograr su fidelidad ser un trato cordial y amable, con un 38% manifiesta que los servicios de concesiones para lograr su fidelidad deben tener una calidad en el servicio y finalmente, con un 21% manifiesta que debe utilizar buenos insumos.

CAPÍTULO IV

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

4.1. Mercado

El presente capítulo, está compuesto por: la segmentación demográfica, geográfica y socioeconómica. Con esta segmentación es donde encontramos a los clientes de la concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, quienes participarán en el mercado de organización de la concesionaria alimentaria. A continuación, detallaremos los puntos de cada Segmentación.

4.1.1. Segmentación Geográfica

Se refiere a la ubicación geográfica, del prospecto que estará expuesto para realizar la venta. La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, es una empresa peruana que operará en el área de San Juan de Marcona.

Se encuentra aproximadamente a 25 kilómetros al este de la ciudad de San Juan de Marcona. Allí trabajan para extraer minerales en el sistema de tajo abierto y producirlos a gran escala, principalmente para exportarlos a Asia.

Tabla 26:

Segmentación geográfica

	Ubicación
País	Perú
Departamento	Ica
Provincia	Nazca
Distrito	San Juan Marcona

Nota. La tabla muestra la segmentación geográfica.

4.1.2. Segmentación demográfica

Se considera, las características físicas del cliente, como la edad y el género. En este caso, el cliente incluye ambos géneros, ya que no se brindan servicios específicos de género. En cuanto a la edad, los clientes tenían entre 25 y 65 años y más y tenían un trabajo o una vida financiera estable.

4.1.3. Segmentación socioeconómica

Los niveles socioeconómicos se utilizan para indicar las subdivisiones socioeconómicas. Los grados se dividen en A, B, C y D, de los cuales A y B tienen mayores ingresos económicos. Las calificaciones asignadas a este programa son C y D. Se excluyen los niveles A y B porque las personas que integran estos niveles suelen tener servicios domésticos y no pueden contratar los servicios prestados por la concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL.

4.1.4. Segmentación Psicográfica

Se ha observado que las personas que tienen una cultura de limpieza e higiene del hogar y utilizan este tipo de servicio lo mantienen de acuerdo a sus hábitos.

4.2. Marketing Mix

4.2.1. Servicio

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, tiene el propósito de brindar un servicio de alimentos de calidad, la cual se servirá en diversas presentaciones garantizando un servicio eficaz y de alta satisfacción para el cliente.

La carta de presentación tendrá, una calidad sobresaliente, cabe destacar que los platos serán elaborados con ingredientes de calidad, que son populares entre los consumidores, creando un valor agregado para el producto, manteniéndolo siempre en un alto nivel. Una vez que se llegue a un acuerdo con estas empresas mineras, debemos comenzar con la captación de sus clientes, a través de charlas de nutrición con las especialistas, nuestro producto afectará positivamente sus vidas y sus trabajos y las diferentes formas de membresías que ofreceremos.

Servicio seguro: La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, garantiza una alimentación adecuada para las empresas, utilizando productos de primera calidad y que cumplan con los protocolos y reglamentos de la empresa.

Servicio beneficioso: los beneficios de una alimentación saludable para particulares y profesionales y la posibilidad de que esto se traduzca en una producción rentable para las empresas.

Servicio Flexible: Cada contrato con cada empresa puede tener características diferentes dependiendo del método de pago y las políticas implementadas por cada empresa a la que atenderemos.

Servicio confiable: los afiliados de la empresa asociada tendrán la confiabilidad del servicio para miembros proporcionado por su empresa.

Figura 25

Logo de la concesionaria *SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL (SEGCONEIRL)*



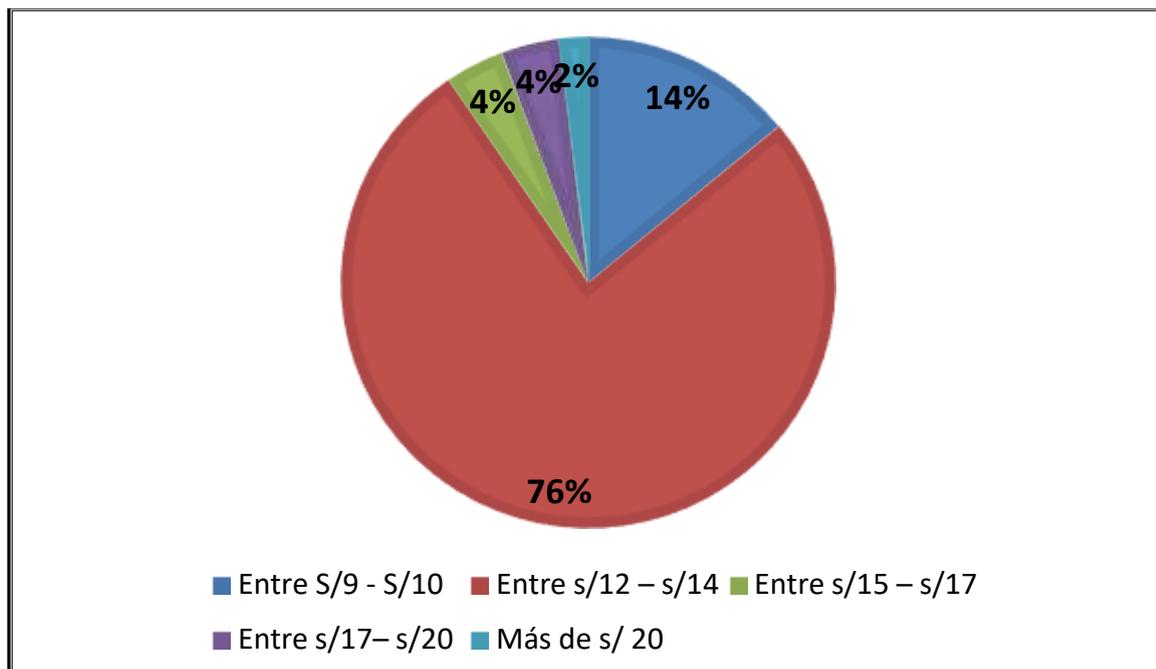
Nota: La figura muestra el logo de la concesionaria *SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL*

4.2.2. Precio

La concesionaria *SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL*, brinda su servicio a un precio justo. De acuerdo al análisis de la encuesta como se muestra en la siguiente figura.

Figura 26

¿Los costos asumidos la última vez que utilizó el servicio?



Nota. La figura muestra el rango de precio de la encuesta

Se puede observar que el rango de precio con mayor preferencia es de 12 a 14 soles, en seguida de 9 a 10 soles, calculando un aproximado de 11.50 soles.

4.2.3. Plaza

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL., ofrece sus servicios, por medio de llamadas, de forma presencial, las redes sociales y en el local. Se manejará también, la página web, para los pedidos exclusivos y al público externo.

4.2.4. Promoción

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, da a conocer su servicio de alimentación del consumo humano a través de promociones publicados en las redes sociales y las relaciones públicas.

CAPÍTULO V

PLAN DE TÉCNICO

Está diseñado para identificar los factores operativos del día a día que son críticos para el éxito del negocio. Actividades que componen; convertir una idea en un producto o servicio que luego se vende a un cliente.

5.1. Localización de la empresa

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL., estará ubicada en la Av. Bolognesi S/N Marcona Nazca Ica, cabe indicar que este ubicado la empresa, mediante la cual se podrá recepcionar documentación y los productos que va a ser comercializados.

a. Macro localización

Tabla 27

Análisis de la Macrolocalización

FACTORES	PONDERACIÓN	Zona 1		Zona 2		Zona 3	
		Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.
Cercanía a fuentes de abastecimiento	0.35	9	3.15	3	1.05	8	2.8
Disponibilidad de la mano de obra	0.20	10	2	4	0.8	8	1.6
Que cuente con servicios completos	0.20	9	1.8	8	1.6	7	1.4
Precios de Alquileres	0.25	5	1.25	5	1.25	8	2.00
TOTAL	1	33	8.2	20	4.7	31	7.8

Nota. Elaboración propia

La tabla, permite idéntica la Zona 1 como la más rentable con 8.2, por lo que partiendo de dicha conclusión se realiza la siguiente matriz establecida acerca de la Microlocalización.

b. Microlocalización

Tabla 28

Análisis de la Microlocalización

FACTORES	PONDERACIÓN	Zona 1		Zona 2		Zona 3	
		Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.	Calif.	Ponder.
Cercanía a fuentes de abastecimiento	0.35	8	2.8	5	1.75	5	1.75
Disponibilidad de la mano de obra	0.20	10	2	10	2	10	2
Que cuente con servicios completos	0.20	10	2	10	2	10	2
Precios de Alquileres	0.25	10	2.5	8	2	6	1.5
TOTAL	1	38	9.3	33	7.75	31	7.25

Nota. Elaboración propia

Se ha considerado 3 localizaciones que muestra en la siguiente tabla, los valores que cada zona que fueron de una escala del 1 al 4, siendo 4 el mayor puntaje:

Zona 1: Bolognesi S/N Marcona Nazca Ica

Zona 2: San Juan, Marcona

Zona 3: Cercado, Marcona

Figura 28

Localización de Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL



Nota. La figura muestra la ubicación con una vista cercana de la Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL

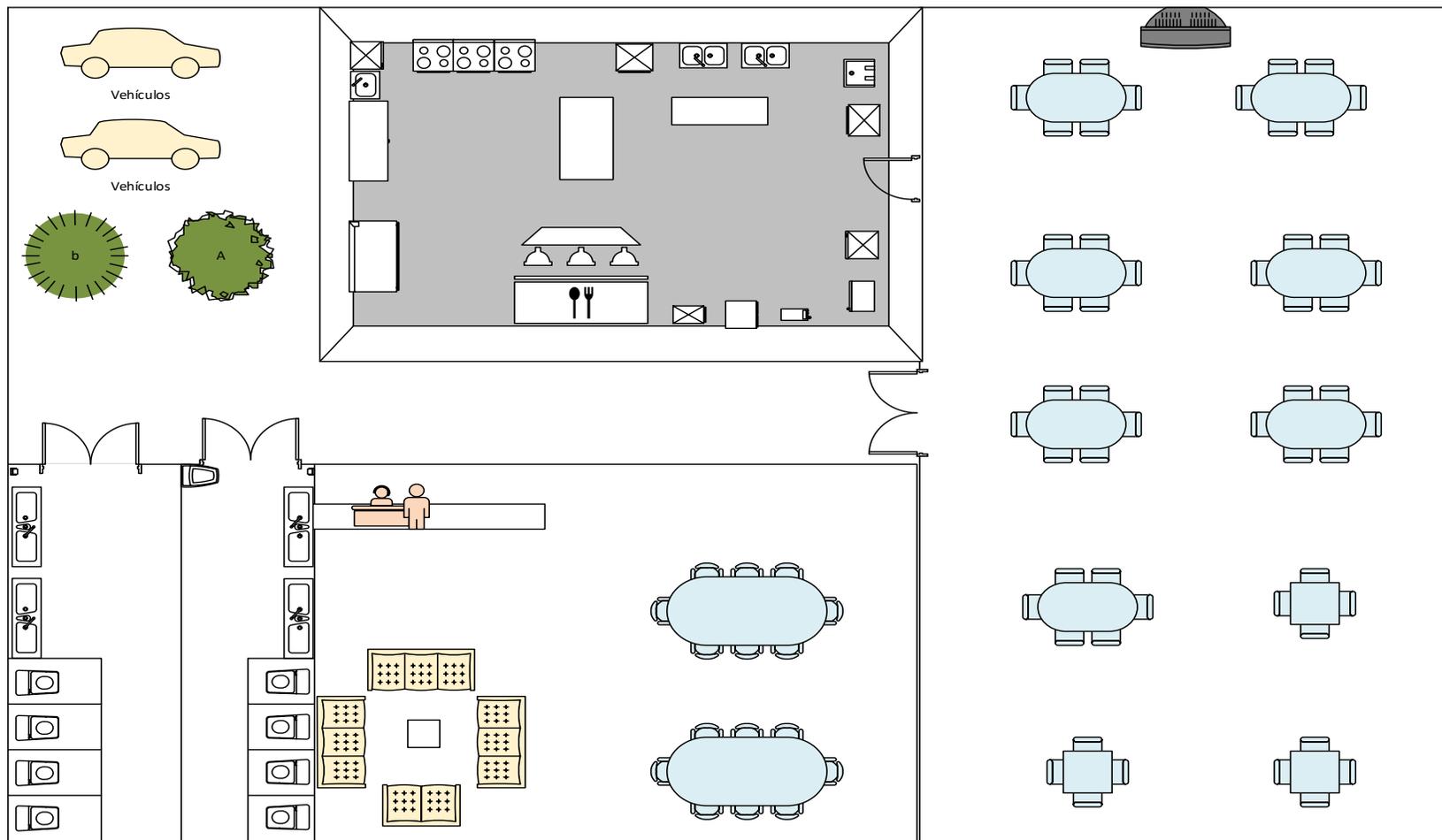
5.2. Tamaño del negocio

Atenderá 2.400 servicios al mes y 28.750 servicios al año, funcionará las 8 horas diarias y brindará toda la infraestructura confortable.

A continuación, se elaboró el diseño general de la instalación de la Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL con una superficie de 120 metros cuadrados. La infraestructura incluirá la cocina, la primera incluye sala de espera, el estacionamiento, comedor para los comensales, los servicios higiénicos y almacén.

Figura 29

Localización de Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL



Nota. Muestra el plano de 120m2 de la Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL

5.3. Necesidades

Se desarrolla los requerimientos de activos tangible e intangibles del negocio.

Tabla 29

Requerimientos de Activos Tangibles

DESCRIPCIÓN	COSTO (S/.)
I. INVERSIÓN FIJA	
1.1. Inversión Fija Tangible	
- Terreno / Edificaciones	-
-Muebles y enseres	8,835.00
- Maquinaria y equipo	16,100.00
-Equipos de cómputo	3,500.00
-Vehículos	-
Total Inv. Fija Tangible	28,435.00

Nota. Elaboración Propia

Tabla 30

Requerimientos de Activos Intangibles

DESCRIPCIÓN	COSTO (S/.)
1.2. Inversión Fija Intangible	
-Búsqueda de nombre	6.00
-Reserva de nombre	22.00
-Registro de marca	535.00
-Acto constitutivo (minuta)	200.00
-Escritura pública	400.00
-Registros Públicos	539.50
-Licencia de funcionamiento	150.00
Total Inv. Fija Intangible	1,852.50

Nota: Elaboración Propia

5.4. Costos

El costo se expresa por lo que los inversores gastan en el producto y su empaque, que nuevamente se desglosa en costos administrativos y de venta. A continuación, se muestran los costos y gastos estimados de 5 años con una tasa de inflación esperada de 6.4% por año. Diciembre 2021.

Tabla 31

Costos y Gastos proyectados en S/.

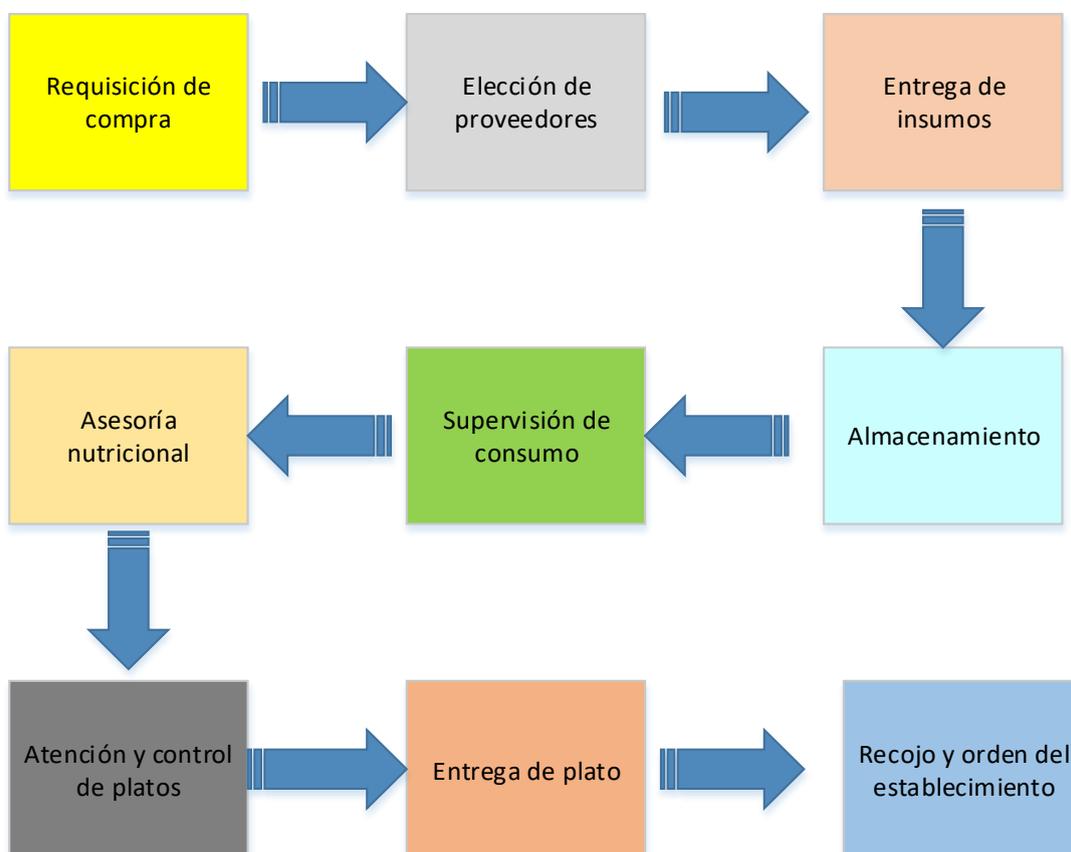
Rubros	2022	2023	2024	2025	2026
1. Costos del servicio	154,207.88	155,913.33	157,644.93	159,403.08	161,188.19
<u>Costos Directos</u>	153,692.53	155,397.98	157,129.58	158,887.73	160,672.84
Materiales e insumos	111,235.20	112,940.65	114,672.25	116,430.40	118,215.50
Mano de obra directa	42,457.33	42,457.33	42,457.33	42,457.33	42,457.33
<u>Costos Indirectos</u>	515.35	515.35	515.35	515.35	515.35
Mantenimiento	515.35	515.35	515.35	515.35	515.35
2. Gastos administrativos	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50
Personal administrativo	186,509.00	186,509.00	186,509.00	186,509.00	186,509.00
Energía eléctrica	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00
Agua potable	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Telefonía / Internet	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Útiles de oficina / Limpieza	2,968.80	2,968.80	2,968.80	2,968.80	2,968.80
EPPs	2,312.70	2,312.70	2,312.70	2,312.70	2,312.70
Lavandería	1,920.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00
3. Gastos de Ventas	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33
Promoción y publicidad	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Personal de ventas	37,908.33	37,908.33	37,908.33	37,908.33	37,908.33
4. Gastos de deprec. / amort.	3,028.75	3,028.75	3,028.75	3,028.75	3,028.75
Deprec. Tangibles	2,843.50	2,843.50	2,843.50	2,843.50	2,843.50
Amortización Intangibles	185.25	185.25	185.25	185.25	185.25
5. Gastos financieros	1,979.02	71.43	-2,217.67	-4,964.59	-8,260.89
Interés del financiamiento	1,979.02	71.43	-2,217.67	-4,964.59	-8,260.89
COSTO TOTAL	400,674.28	400,674.28	400,674.28	400,674.28	400,674.28

Nota. Elaboración Propia

5.5. Proceso de producción u operación

Figura 30

Proceso de producción



Nota. Elaboración Propia

5.6. Certificaciones necesarias

Su sitio web debe tener un certificado SSL para proteger los datos del usuario, verificar la propiedad del sitio web, evitar que los atacantes creen versiones falsas de su sitio web y aumentar la confianza del usuario. Un certificado SSL es un certificado digital que verifica la identidad de un sitio web y proporciona una comunicación cifrada. SSL significa Secure Sockets Layer y es un protocolo seguro que establece conexiones encriptadas entre servidores web y navegadores web. Los certificados SSL protegen información como información de inicio de sesión, transacciones de tarjetas de crédito,

información de cuentas bancarias, nombres, direcciones, información de identificación personal como fecha de nacimiento y números de teléfono, documentos y contratos legales, historial médico e información financiera.

5.7. Impacto en el medio ambiente

Como participantes activos en la economía y la sociedad, la concesionaria se esfuerza no solo por generar ganancias y satisfacer las necesidades de los consumidores, sino también por ser responsables con el medio ambiente e identificar las necesidades de desarrollo ambiental de sus comunidades.

Las empresas que utilizan “MAIA ON LINE” no fabrican materiales ni consumibles peligrosos, y no provocan ruido ni corrosión, por lo que ofrecemos productos que utilizan materiales respetuosos con el medio ambiente. Se envían materiales ecológicos y biodegradables para combatir y reducir la posible contaminación. Las bolsas usadas están hechas de papel reciclado.

CAPÍTULO VI

PLAN DE FINANCIERO

Está diseñado para identificar los factores operativos del día a día que son críticos para el éxito del negocio. actividad compuesta; convertir una idea en un producto o servicio que luego se vende a un cliente.

6.1. Inversiones

La estructura de inversión de la compañía es la siguiente:

- Inversiones fijas: inversiones tangibles e intangibles
- Capital de trabajo: materiales directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, gastos generales, otros gastos y suministros.

6.1.1. Inversión fija

Las propiedades, planta y equipo y los activos intangibles están identificados y tienen una vida útil de más de un año. La propiedad, planta y equipo son activos que son fácilmente identificables como propiedad, planta y equipo, mientras que los activos intangibles son gastos insignificantes previos al negocio, como tarifas, licencias y registros.

A. Inversión fija tangible. Los activos físicos que necesita una concesionaria para llevar a cabo sus actividades incluyen:

Destaca la compra de mobiliario y enseres, mesas, vajillas, etc. Todo esto por el valor de S/. 8 835,00.

Tabla 32

Costo de muebles y enseres

Muebles y Enseres	Costo Unitario	Cantidad		Costo total
Mesas central de trabajo	900.00	2	S/	1,800.00
Mesas laterales de acero Inox	480.00	2	S/	960.00
Estante de aluminio	200.00	2	S/	400.00
Rejilla metal	500.00	1	S/	500.00
Vajillas platos	2.50	150	S/	375.00
Vajillas cubiertos	2.00	150	S/	300.00
Ollas sartenes	150.00	10	S/	1,500.00
Mesas y sillas	150.00	20	S/	3,000.00
TOTAL				S/. 8,835.00

Nota. Precios recogidos de Sodimac.com

Se observa los costos de maquinarias y equipos, compuesta por la cocina industrial, licuadoras, congeladora, equipo de almacenamiento y transporte de

alimentos de CAMBRO y finalmente la refrigeradora; cuyo monto asciende a S/. 16100.00.

Tabla 33:

Costo de maquinarias y equipos

Maquinarias y equipos	Costo Unitario	Cantidad	Costo total
Balanza electrónica 100kg	S/ 550.00	1	S/ 550.00
Cocina industrial de seis hornillas	S/ 500.00	2	S/ 1,000.00
Licadoras	S/ 250.00	2	S/ 500.00
Horno	S/ 850.00	1	S/ 850.00
Campaña extractora	S/ 250.00	2	S/ 500.00
Congeladora	S/ 1,500.00	1	S/ 1,500.00
Televisor de 50"	S/ 1,500.00	1	S/ 1,500.00
Equipo almacén transp CAMBRO	S/. 3,600.00	2	S/ 7,200.00
Refrigeradora	S/ 2,500.00	1	S/ 2,500.00
TOTAL			S/. 16,100.00

Nota. Máquinas cotizadas por la empresa EDIPESA.

Los costos de equipos de cómputo, conforma por una laptop e impresora multifuncional, asciende a un valor de S/. 3,500.

Tabla 34

Costo de equipos de cómputo

Equipos de cómputo	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Laptop Acer	2,500.00	5	2,500.00
Impresora multifuncional	1,000.00	3	1,000.00
TOTAL			S/. 3,500.00

Nota. Cotizado en Sodimac.com

B. Inversión Fija Intangible. Por el nombre, productos y demás intangibles recibidos por la empresa como producto de la fase piloto, todos requieren S/.1 850.50

Tabla 35

Costos de activos fijos intangibles

DESCRIPCIÓN	Valor Unitario
Búsqueda de nombre	6.00
Reserva de nombre	20.00
Registro de marca	535.00
Acto constitutivo (minuta)	200.00
Escritura pública	400.00
Costos Registrales y adicionales	539.50
Licencia de funcionamiento	150.00
TOTAL	S/. 1,850.50

Nota: Elaboración propia

6.1.2. Capital de trabajo

El proyecto consta de todo el capital financiero necesario para que el negocio de franquicia inicie o mantenga el negocio, así como los costos de servicio (compra de materiales y materias primas directas, costos indirectos y mano de obra directa) y también los gastos de operación por dos meses de trabajo.

El abastecimiento de materia prima y materiales, se realiza en base a los requerimientos mensuales esperados, por lo tanto, de estos materiales se deben determinar las cantidades necesarias para la elaboración de 80 productos alimenticios diarios de alta calidad, teniendo en cuenta las cantidades utilizadas para cada uno de estos, materiales y materias primas.

El precio de compra de materiales y materias primas, los suministros se configuran en S/. 32.972,23. Mano de obra directa consistente en 2 meses de salario y dietas para el responsable del servicio de limpieza, generando gastos de S/ para 10 trabajadores. 3.538,11.

Costos indirectos consistentes únicamente en el mantenimiento de activos tangibles. Se calcula anualmente, pero se estima que el costo sea de S/ dos meses. 42.95.

Gastos administrativos, es decir, la cantidad necesaria para pagar 2 meses de salario administrativo, facturas de servicios públicos, equipo de protección personal, etc.; es S/. 16.462,54.

Los gastos de venta, incluyendo los gastos de dos meses incurridos por el pago de salarios de vendedores y honorarios de publicidad, suman S/. 3.538,11.

Tabla 36

Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN		Costo Total
Materiales e insumos	<i>*Dos meses</i>	9,269.60
Mano de obra directa	<i>*Dos meses</i>	3,538.11
Costos indirectos	<i>*Dos meses</i>	42.95
Gastos administrativos	<i>*Dos meses</i>	16,462.54
Gastos de ventas	<i>*Dos meses</i>	3,659.03
TOTAL		S/. 32,972.23

Nota: Elaboración propia

Sumando las inversiones fijas (tangibles e intangibles), activos circulantes y fondos para contingencias, los proyectos de la concesionaria requieren una inversión total de S/76,580.83 para iniciar su actividad.

Tabla 37

Inversión total

DESCRIPCIÓN	COSTO (S/.)
I. INVERSIÓN FIJA	
1.1. Inversión Fija Tangible	
- Terreno / Edificaciones	-
- Muebles y enseres	8,835.00
- Maquinaria y equipo	16,100.00
-Equipos de cómputo	3,500.00
-Vehículos	-
Total Inv. Fija Tangible	28,435.00
1.2. Inversión Fija Intangible	
-Búsqueda de nombre	6.00
-Reserva de nombre	20.00
-Registro de marca	535.00
-Acto constitutivo (minuta)	200.00
-Escritura pública	400.00
-Registros Públicos	539.50
-Licencia de funcionamiento	150.00
Total Inv. Fija Intangible	1,852.50
II. INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
-Dinero para Gastos Administrativos	16,462.54
-Dinero para Gastos de Ventas	3,659.03
-Materiales e insumos	9,269.60
-Mano de obra directa	3,538.11
-CIF	42.95
Total Inv. En Capital de Trabajo	32,972.23
III. IMPREVISTOS (2%)	1,252.15
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	64,522.88
<i>Nota. Resumen de las inversiones e imprevistos</i>	

6.2. Ingresos y egresos

Esta sección detalla el cálculo de los ingresos y gastos incurridos durante los 10 años de vida del franquiciado como resultado de las actividades operativas. Los costos se muestran primero, luego las ganancias.

6.2.1. Egresos

Compone los gastos y costos obligatorios para llevar a cabo los negocios normales de la empresa, así como los costos y gastos relacionados con el financiamiento.

6.2.1.1. Costos del servicio.

Esto incluye todos los montos dependientes del servicio ya que se pagan directamente. Se dividen en costos directos (materias primas y equipos y mano de obra directa) y costos indirectos (mantenimiento de activos).

Disponemos de todos los artículos que necesita para su servicio de limpieza incluyendo esponjas, paños de limpieza, bolsas, baldes, escobas, aspiradoras y cepillos. Algunas de estas herramientas son para 1 ración solamente, otras para 2 raciones, e incluso hay algunas que se compran mensualmente, como escobas y aspiradoras. Se determina la cantidad de ingredientes necesarios para el mes, por lo que, si la demanda esperada en el primer año es de 28.800 porciones, eso significaría una necesidad mensual de 2.400 porciones de alimentos y bebidas.

Tabla 38

Costo de los materiales – 1° año

Detalle	Cantidad	Precio s/.	Costo x mes	Costo anual
Esponja de baño	12	S/ 6.90	82.80	993.60
Esponja x 10 Scotch Brite	12	S/ 15.90	190.80	2,289.60
Pack franelas 70 x 40 cm x 2 unid	12	S/ 11.50	138.00	1,656.00
Bolsa de basura 70L - 50 Unidades	12	S/ 16.90	202.80	2,433.60
Balde plástico de 15 L+ trapeador	6	S/ 53.50	321.00	3,852.00
Balde de 10 L con pico	3	S/ 12.20	36.60	439.20
Escoba VIRUTEX La poderos	6	S/ 14.90	89.40	1,072.80

Batea Canoa #40	3	S/ 12.90	38.70	464.40
Recogedor de plástico	6	S/ 8.20	49.20	590.40
Escobilla plástica	6	S/ 4.80	28.80	345.60
Plumero fino	3	S/ 13.50	40.50	486.00
Jarra graduadora de 1L	18	S/ 7.00	126.00	1,512.00
TOTAL			1,344.60	16,135.20

Nota. Costos para brindar 2,400 servicios mensuales o 28,800 en el primer año.

Insumos. Son aquellos objetos útiles para ser consumidas en los servicios de limpieza como la esponja de baño, pack de franela, bolsas de basura, balde para la limpieza, escoba, bates canoa, recogedor, escobillas plásticas, plumero y jarra graduadora donde se utilizó mensualmente que asciende S/. 7925.00 y realizando para un costo anual asciende S/. 95100.00

Tabla 39

Costo de los insumos - 1° año

DETALLE	Cantidad	Precio s/.	Costo x mes	Costo anual
Mandiles	25	S/ 25.00	S/ 625.00	S/ 7,500.00
Tocas	10	S/ 15.00	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Guantes de silicona	10	S/ 25.00	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Botas de cocinero	10	S/ 15.00	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Uniforme cocinero	25	S/ 50.00	S/ 1,250.00	S/ 15,000.00
Papel toalla, higiénico y servilleta	60	S/ 25.00	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
Gas 10kg	10	S/ 50.00	S/ 500.00	S/ 6,000.00
Útiles de aseo (detergente, lejía, recogedor, etc.)	20	S/ 150.00	S/ 3,000.00	S/ 36,000.00
Bolsas de plásticos	20	S/ 25.00	S/ 500.00	S/ 6,000.00
TOTAL			S/ 7,925.00	S/ 95,100.00

Nota: Costos para brindar 2,400 servicios mensuales o 28,800 en el primer año.

Mano de obra directa. Consiste en los honorarios de 2 auxiliares de limpieza y sus correspondientes prestaciones sociales, teniendo en cuenta que la franquicia de servicios generales está amparada por un régimen especial de trabajo (Remype). El

mencionado sistema de fuerza de trabajo prevé el pago de CTS (salario promedio mensual por cada año de trabajo), aguinaldo (1 salario mensual por año), EsSALUD, vacaciones (salario promedio por 1 año de trabajo) y prestaciones por hijo.

Tabla 40*Costo de mano de obra directa*

Detalle	Rem. Bruta	Essalud 9%	Asig. Famil	Vacacio. (15 días)	Gratificac.	CTS	ONP (13%)	Costo total anual	Costo total mensual
Auxiliares de limpieza	2,800.00	252.00	-	1,400.00	2,800.00	1,633.33	364.00	42,457.33	3,538.11

Nota. Son 2 auxiliares de limpieza con una remuneración bruta mensual de S/. 1,400.00.

Mantenimiento de activos. Representa el único gasto indirecto, para extender la vida útil del edificio y mantener la confiabilidad y seguridad de los equipos, consideramos que la vida útil de la estructura es de 10 años. Para ello se establece un porcentaje, multiplicado por el monto invertido, para aportar el monto destinado al mantenimiento anual.

Tabla 41

Porcentajes para el mantenimiento anual

ACTIVOS	AÑOS	
	1 - 5	6 - 10
Edificaciones	2.00%	3.00%
Muebles y enseres	1.00%	2.00%
Maquinarias y equipos	2.00%	2.00%
Equipos de cómputo	3.00%	3.00%
Vehículos	2.00%	3.00%

Nota. Elaboración propia.

Tabla 42

Gastos de mantenimiento

ACTIVOS	AÑOS	
	1 - 5	6 - 10
Edificaciones	-	-
Muebles y enseres	88.35	176.70
Maquinarias y equipos	322.00	322.00
Equipos de cómputo	105.00	105.00
Vehículos	-	-
TOTAL	515.35	603.70

Nota. Elaboración propia.

6.2.1.2. Depreciación y amortización de activos fijos.

Una vez que una empresa comienza a operar, los activos tangibles tienden a perder valor con el tiempo y experimentan un desgaste tangible que conduce a la depreciación. En caso contrario, los elementos intangibles se amortizarán. Estas dos pérdidas son compensadas y deducidas del impuesto a la renta, por lo tanto, que reconocen con un gasto al Estado de Resultados.

Tabla 43

Depreciación de los activos fijos

DESCRIPCIÓN	Inversión total	% de depreciación	Anual 1 - 10
- Edificaciones	-	5%	-
- Muebles y enseres	8,835.00	10%	883.50
- Maquinarias y herramientas	16,100.00	10%	1,610.00
- Equipos de cómputo	3,500.00	10%	350.00
- Vehículos	-	10%	-
Total Depreciación			2,843.50

Nota. Depreciado bajo el método de línea recta.

Tabla 44

Amortización de intangibles

DESCRIPCIÓN	Inversión total	% de amortización	Anual 1 - 10
- Búsqueda de nombre	6.00	10%	0.60
- Reserva de nombre	20.00	10%	2.00
- Registro de marca	535.00	10%	53.50
- Acto constitutivo (minuta)	200.00	10%	20.00
- Escritura pública	400.00	10%	40.00
- Registros Públicos	539.50	10%	53.95
- Licencia de funcionamiento	150.00	10%	15.00
Total Amortización	1850.50		185.05

Nota. Elaboración propia.

6.2.1.3. Gastos de operación.

Gastos administrativos. Esto incluye los costos incurridos por la empresa para realizar actividades rutinarias pero que no son de prestación de servicios tales como remuneración del personal administrativo, electricidad, agua potable, servicios telefónicos y de telefonía e Internet. También otros conceptos como material de oficina, equipos de protección personal y lavandería.

Tabla 45

Gastos administrativos del proyecto

DESCRIPCIÓN	Gasto mensual	AÑO 1	AÑO 2	...	AÑO 10
Personal administrativo	15,542.42	186,509.00	186,509.00	186,509.00	186,509.00
Energía eléctrica	120.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00
Agua potable	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Telefonía / Internet	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Útiles de oficina	247.40	2,968.80	2,968.80	2,968.80	2,968.80
EPP	192.73	2,312.70	2,312.70	2,312.70	2,312.70
Lavandería	160.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00
TOTAL	16,462.54	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50

Nota. Estos gastos son fijos durante los 10 años de vida del proyecto.

Esta tabla muestra los costos administrativos que normalmente se requieren para un proyecto, pero además de aquellos que no necesitan calcularse por adelantado, algunos costos se desglosan y detallan para que el personal administrativo, que incluye 5 trabajadores, desde el gerente general, jefe de logística, administrador, contador, cocinero y ayudante de cocina además de las recompensas, los correspondientes beneficios sociales que incrementan sus gastos.

Tabla 46*Gastos del personal administrativo*

Detalle	Rem. Bruta	Essalud 9%	Asig. F	Vacaci o. (15 días)	Gratific.	CTS	ONP (13%)	Costo total anual	Costo total mensual
Gerente General	3,000.00	270.00	-	1,500.0	3,000.0	1,750.0	390.00	45,490.00	3,790.83
Jefe de logística	1,500.00	135.00	-	750.0	1,500.0	875.0	195.00	22,745.00	1,895.42
Administrador	2,000.00	180.00	-	1,000.0	2,000.0	1,166.67	260.00	30,326.67	2,527.22
Contador	1,500.00	135.00	-	750.0	1,500.0	875.00	195.00	22,745.00	1,895.42
Cocinero	2,500.00	225.00	-	1,250.0	2,500.0	1,458.33	325.00	37,908.33	3,159.03
Ayudante de cocina	1,800.00	162.00	-	900.0	1,800.0	1,050.00	234.00	27,294.00	2,274.50
TOTAL	12,300.0							186,509.00	15,542.42

Nota. En el régimen laboral especial no se paga asignación familiar.

A cambio, se realizan pagos mensuales para comprar suministros de oficina, incluidos artículos como papel bond, lapiceros y útiles escritorio, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 47*Gastos de útiles de oficina*

Útiles de oficina / limpieza	Canti dad	Precio	Gasto mensual	Gasto anual
Papel fotocopia millenium 80GR A-4 PQT500	2	18.10	36.20	434.40
Lápiz Grafito 2B ARTESCO Caja 12un	1	5.30	5.30	63.60
Memoria USB 3.2 Kingston Data Traveler				
Exodia DTX 64GB de capacidad	1	44.90	44.90	538.80
File manila A4 GRAFIP 25uni	1	9.90	9.90	118.80
Cinta de Embalaje Industrial Transparente 4.8 cm x 182 m	2	12.90	25.80	309.60
Engrapador metal 25 hojas Faber Castell	1	10.70	10.70	128.40
Faber-Castell perforador 20 hojas	1	14.40	14.40	172.80
BOLÍGRAFO TRIMAX 35F X 4 (AZ-NEG-ROJ) ARTESCO	3	3.20	9.60	115.20
Botella de Tinta Original Negra HP GT53	1	39.90	39.90	478.80
CLIPS JUMBO WINGO (CAX100)	2	5.30	10.60	127.20
RESALTADOR ARTLINE SUPREM X4 COL EPF-600	2	15.20	30.40	364.80
GRAPAS ARTESCO 26/6 CAJA 5000	1	3.90	3.90	46.80
BLIST. CORRECTOR COLORS 6ML X 2UND	2	2.90	5.80	69.60
TOTAL			247.40	2,968.80

Nota. Precios reales cotizados en TAY LOY.

Finalmente, se compra EPP para dos personas de limpieza para que puedan realizar sus funciones sin poner en peligro sus puestos de trabajo. Entre ellos se encuentran guantes multiusos, gorros, zapatos (2 piezas/semana/trabajador), mascarillas, overoles blancos (3 piezas/año/trabajador), zapatos sanitarios (2 piezas/año/trabajador), etc.

Tabla 48
Gastos en EPP

Equipo de protección personal	Cantidad	Precio	Gasto mensual	Gasto anual
Guante multiuso T8	6	S/ 7.90	47.40	S/ 568.80
Toca	3	S/ 4.90	14.70	S/ 176.40
Mascarillas (pack 50)	6	S/ 14.90	89.40	S/ 1,072.80
Overol Drill Azul Talla L	3	S/ 64.90	16.23	S/ 194.70
Calzado sanitario	3	S/ 100.00	25.00	S/ 300.00
TOTAL			192.73	2,312.70

Nota. Los EPP se han cotizado en Sodimac.

Gastos de ventas. Representado por estos esfuerzos financieros para permitir la venta de servicios. Este grupo incluye costos de personal de ventas y costos de promoción y publicidad pactados con S/. 500.00 por mes y gana popularidad en medios locales y redes sociales.

Tabla 49
Gastos de ventas del proyecto

DESCRIPCIÓN	Gasto mensual	AÑO 1	AÑO 2	...	AÑO 10
Promoción y publicidad	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Mozos	3,159.03	37,908.33	37,908.33	37,908.33	37,908.33
TOTAL	3,159.03	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33

Nota. Estos gastos son fijos y constantes.

El personal de ventas tiene solo dos mozos para atención al cliente, facturación y otras actividades relacionadas. Además de la remuneración, recibimos beneficios sociales estipulados por ley.

Tabla 50*Gastos del personal de ventas*

Detalle	Rem. Bruta	Essalud 9%	Asig. Familiar	Vacaciones (15 días)	Gratificación	CTS	ONP (13%)	Costo total anual	Costo total mensual
Mozo 1	1,250.00	112.50	-	625.00	1,250.00	729.17	162.50	18,954.17	1,579.51
Mozo 2	1,250.00	112.50	-	625.00	1,250.00	729.17	162.50	18,954.17	1,579.51
TOTAL								37,908.33	3,159.03

Nota. El sueldo mínimo es S/. 1,250.00.

Gastos financieros. Expresado en intereses devengados por el Banco Continental (BBVA) y con una duración prevista de 18 meses. Estos montos tienden a disminuir de un año y medio que el monto del capital pagado disminuye a medida que se amortiza la deuda.

Tabla 51*Gastos financieros del proyecto*

AÑO	INTERESES
1	229.64
2	218.46
3	207.12
4	195.59
5	183.89
6	172.02
7	159.96
8	147.71
9	135.28
10	122.66
11	109.84
12	96.83
13	83.62
14	70.21
15	56.59
16	42.76

17	28.73
18	14.47
TOTAL	2,275.40

Nota. Intereses a pagar por el préstamo con el BBVA.

6.2.2. Ingresos

La concesionaria Servicios Generales EIRL, tiene una única fuente de ingresos: la prestación de servicios de alimentación. La utilidad por la venta de este servicio es la demanda anual esperada multiplicada por el precio final de venta determinado de la siguiente manera: Primero, calculamos el precio unitario de cada servicio.

Por lo que se hizo una división entre el costo total (S/.400,674.48) y la cantidad de servicios requeridos por la población (37,840) para obtener la cantidad de S/. 10.59. A este precio unitario se le otorga un margen de utilidad del 22% por un monto de S/. 3.49. Luego se suma el precio unitario y el margen de utilidad, resultando S/. 14.08; lo que al redondearlo indica que el precio final de venta es de S/. 15:00

Tabla 52

Cálculo del precio de venta

Descripción	Monto
Costos Totales	S/ 400,674.48
Servicios	37,840
Costo Unitario	S/ 10.59
Margen de Utilidad	S/ 3.49
P. V	S/ 14.08
Precio de venta final	S/ 15.00

Nota. Elaboración propia.

Una vez que se conoce el precio de venta, el presupuesto de ingresos se realiza tratando la demanda anual como volumen de ventas. Así vemos que en el primer año la empresa SEGCON genera una utilidad bruta de S/. 37,042, este volumen experimentó

un pequeño incremento anual explicado por una mayor demanda. 555,630 en el último año del proyecto.

Tabla 53

Ingresos por ventas

AÑOS	Volumen de ventas	Precio Unitario	Ingreso Total
1	37,840	S/. 15.00	S/. 567,600
2	38,420	S/. 15.00	S/. 576,300
3	39,009	S/. 15.00	S/. 585,135
4	39,607	S/. 15.00	S/. 594,105
5	40,214	S/. 15.00	S/. 603,210
6	40,831	S/. 15.00	S/. 612,465
7	41,457	S/. 15.00	S/. 621,855
8	42,092	S/. 15.00	S/. 631,380
9	42,738	S/. 15.00	S/. 641,070
10	43,393	S/. 15.00	S/. 650,895

Nota. Elaboración propia.

6.3. Deuda

El empresario asume que la inversión inicial consiste en una combinación de capital y deuda, con proporciones de propiedad del 25% y 75% respectivamente, y si la facturación anual supera las 150 UIT y no supera las 1700 UIT, se clasifica como pequeña empresa. Como préstamo depende de usted. Para empresas de este tamaño, las instituciones financieras ofrecen las siguientes tasas activas:

Tabla 54

Tasas anuales para pequeñas empresas

Tasa Anual	BBVA	Crédito	Scotiabank
Pequeñas empresas	15.92	20.25	16.36
Descuentos	19.42	16.74	11.74
Préstamos hasta 30 días	18.07	13.22	11.92

Préstamos de 31 a 90 días	19.32	10.93	13.07
Préstamos de 91 a 180 días	17.92	11.55	13.17
Préstamos de 181 a 360 días	18.39	15.78	16.67
Préstamos a más de 360 días	20.00	20.50	16.50

Nota. Extraído de la SBS-Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

La inversión total requerida para implementar el proyecto. Prevemos buscar financiamiento bancario por un monto de S/ 64,522.88. Una entidad financiera con una relación préstamo-valor de S/ 15.000,00 representa una carga financiera menor, pagada en 18 meses para igualar la duración del proyecto. Este préstamo tiene las siguientes características:

- Banco Continental - (BBVA)
- Frecuencia de Pago: Mensual
- Tiempo total: 18 meses
- Plan de Amortización: Francia
- Tasa de eficiencia anual: 20%
- Capital: S/. 15,000.00
- Tasa de eficiencia mensual: 1,531%
- Paquete Mensual: S/.959.74

En base a las características anteriores, se determina un cuadro de amortización de acuerdo a la solicitud de préstamo de BBVA, mostrando el calendario de pagos, fechas de vencimiento y pagos pendientes.

Tabla 55*Cuadro de amortización*

Me s	Saldo de capital	Amortiz.	Intereses	CUOTA	Saldo Final
1	15,000.00	730.10	229.64	959.74	14,269.90
2	14,269.90	741.28	218.46	959.74	13,528.62
3	13,528.62	752.63	207.12	959.74	12,775.99
4	12,775.99	764.15	195.59	959.74	12,011.84
5	12,011.84	775.85	183.89	959.74	11,235.99
6	11,235.99	787.73	172.02	959.74	10,448.26
7	10,448.26	799.79	159.96	959.74	9,648.48
8	9,648.48	812.03	147.71	959.74	8,836.44
9	8,836.44	824.46	135.28	959.74	8,011.98
10	8,011.98	837.09	122.66	959.74	7,174.90
11	7,174.90	849.90	109.84	959.74	6,325.00
12	6,325.00	862.91	96.83	959.74	5,462.08
13	5,462.08	876.12	83.62	959.74	4,585.96
14	4,585.96	889.54	70.21	959.74	3,696.43
15	3,696.43	903.15	56.59	959.74	2,793.27
16	2,793.27	916.98	42.76	959.74	1,876.29
17	1,876.29	931.02	28.73	959.74	945.27
18	945.27	945.27	14.47	959.74	0.00
	15,000.00	2,275.40	18,235.14		

Nota. Amortización + Intereses = Cuota.

Esta tabla muestra que el préstamo se amortiza en 18 meses. Los pagos mensuales se realizan en cuotas fijas, a partir del monto solicitado a BBVA. De S/ 959.74. Esta cuota fija consiste entonces en una dotación deducible e intereses a efectos del

IRPF, creando lo que se conoce como ahorro fiscal. El deslinde divide los años, y al final de la vida del proyecto, la concesionaria Servicios Generales Concesiones EIRL con un desembolso de S/ 18.235 con intereses.

6.4. Flujo de caja

Este informe revela los ingresos y costos netos estimados a 10 años del Proyecto Concesionaria Servicios de Concesiones EIRL. Teniendo en cuenta el flujo resultante de las deducciones de costos y gastos, y teniendo en cuenta el capital de inversión inicial, se hace posible realizar una evaluación de la viabilidad del proyecto.

El flujo de caja económico-financiero se muestra porque se reduce la deuda. De lo contrario, solo se muestran los flujos de efectivo económicos. En este flujo, al interpretarse como una inversión 100% pagada por la empresa, no existe deducción por costos de financiamiento (intereses), por lo que el impuesto a la renta se determina sobre la utilidad antes de la deducción de intereses.

En otras palabras, cuando se recibe e identifica un préstamo bancario, se genera un flujo de efectivo financiero que resulta en una asignación de capital e intereses sobre el préstamo. No obstante, este beneficio es deducible en la base imponible de la declaración de la renta. No se devenga impuesto sobre la renta por esta deducción y se conoce como impuesto o ahorro financiero. Esto significa que el monto real del impuesto sobre la renta registrado en el estado de resultados debe declararse y pagarse al contribuyente de la diferencia entre el impuesto sobre la renta determinado por el flujo de caja económico y el impuesto ahorrado.

Tabla 56

Flujo de caja económico financiero

FLUJO DE CAJA											
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS	-	567,600.00	576,300.00	585,135.00	594,105.00	603,210.00	612,465.00	621,855.00	631,380.00	641,070.00	650,895.00
VENTAS		567,600.00	576,300.00	585,135.00	594,105.00	603,210.00	612,465.00	621,855.00	631,380.00	641,070.00	650,895.00
EGRESOS	64,355.38	432,038.61	435,807.46	439,634.56	443,520.20	447,464.68	451,534.98	455,602.42	459,729.57	463,925.59	468,181.94
INVERSIONES	64,355.38										
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00										
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00										
(Capital de Trabajo)	32,972.23										
(Imprevistos 2%)	1,265.15										
COSTOS DEL SERVICIO		154,207.88	155,913.33	157,644.93	159,403.08	161,188.19	163,089.01	164,929.27	166,797.75	168,694.87	170,621.08
GASTOS ADMINISTRATIVOS		197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50
GASTOS DE VENTAS		43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33
IMPUESTO A LA RENTA		36,371.90	38,435.29	40,530.79	42,658.29	44,817.66	46,987.14	49,214.31	51,472.99	53,771.88	56,102.03
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-64,355.38	135,561.39	140,492.54	145,500.44	150,584.80	155,745.32	160,930.02	166,252.58	171,650.43	177,144.41	182,713.06
FINANCIAMIENTO NETO											
PRÉSTAMO	15,000.00										
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		9,537.92	11,445.50	13,734.60	16,481.52	19,777.82	23,733.39	28,480.06	34,176.06	41,011.29	49,213.55
INTERESES		1,979.02	71.43	-2,217.67	-4,964.59	-8,260.89	-12,216.45	-16,963.13	-22,659.14	-29,494.36	-37,696.62
AHORRO FISCAL		583.81	21.07	-654.21	-1,464.55	-2,436.96	-3,603.85	-5,004.12	-6,684.45	-8,700.84	-11,120.50
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49,355.38	124,628.27	128,996.69	133,329.30	137,603.31	141,791.43	145,809.23	149,731.53	153,449.05	156,926.64	160,075.62

Nota. La depreciación no aparece en el flujo de caja porque sólo se considera salidas concretas de dinero.

6.5. Evaluación económica y financiera

Para estimar los flujos y determinar si un proyecto es viable, primero se debe determinar el costo de capital promedio ponderado (WACC) al cual se descuentan los flujos de capital futuros. son activos y pasivos.

Ambos fondos cobran una comisión por las aportaciones, por lo que el propietario cobra el coste de oportunidad del capital (COK) y el banco cobra el coste de la deuda (Kd). Se sabe que el costo de la deuda es del 20%, pero al calcular el costo del aporte propio se debe tomar en cuenta el riesgo estatal (1,48%) y el interés que refleja la rentabilidad de la inversión. Invertir en otros proyectos (22,20%). Entonces COK se calcula de la siguiente manera:

$$\text{COK} = [(1 + \text{Riesgo País}) * (1 + \text{ROP})] - 1$$

$$\text{COK} = [(1 + 1.48\%) * (1 + 22.20\%)] - 1$$

$$\text{COK} = 24.01\%$$

Una vez que se conocen las tasas requeridas para ambas fuentes, se puede usar una fórmula predeterminada para determinar el costo promedio ponderado de las dos fuentes.

$$\text{WACC} = \frac{D}{(D+K)} * (k_d) * (1-t_x) + \frac{K}{(D+K)} * (\text{COK})$$

$$\text{WACC} = 15,000.00 / 64,355.38 * 20\% * (1-29.5\%) + 49,355.38 / 64,355.38 * 24.01\%$$

$$\text{WACC} = 3.29\% + 18.41\%$$

$$\text{WACC} = 21.70\%$$

El porcentaje de ambos fondos que financian el proyecto es del 21,70%, lo que significa que el valor es el coste asociado a la capacidad de la organización para financiarse con fondos propios y de terceros.

6.5.1. Evaluación económica

Esta sección considera los flujos reales generados por el proyecto concesionario Servicios Generales Concesiones EIRL, asumiendo que no hay financiamiento externo y, por lo tanto, ignorando préstamos, amortizaciones e intereses.

Los indicadores de evaluación del flujo de caja económico son el Valor Actual Neto, la tasa interna de retorno, la relación costo-beneficio y el período de recuperación de inversión.

A. Valor Actual Neto (VANE). Esto es lo que ganará el concesionario en 10 años, actualizado por WACC a la fecha (26,29%). Si la métrica es mayor a 0, el artículo será aceptado, de lo contrario será rechazado. Si es igual a 0, no importa.

Tabla 57

Flujo neto económico

AÑO	FLUJO ECONÓMICO
0	-49,355.38
1	124,628.27
2	128,996.69
3	133,329.30
4	137,603.31
5	141,791.43
6	149,809.23
7	149,731.53
8	153,449.05
9	156,926.64
10	160,075.62

Nota. Extraído del flujo de caja económico

VAN = S/. 448,947.71

El cálculo del VAN económico se realiza en una hoja de cálculo de Excel mediante la función VAN. Los resultados muestran que, al recuperar la inversión, la empresa obtendrá una utilidad adicional de S/. 448.947,71; por lo tanto, el proyecto fue aceptado en base a los criterios de decisión.

Tabla 58

Cálculo del VAN Económico en Excel

INGRESOS	-
VENTAS	
EGRESOS	64,355.38
INVERSIONES	64,355.38
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00
(Capital de Trabajo)	32,972.23
(Imprevistos 2%)	1,265.15
COSTOS DEL SERVICIO	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
GASTOS DE VENTAS	
IMPUESTO A LA RENTA	
FINANCIAMIENTO NETO	
PRÉSTAMO	15,000.00
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	
INTERESES	
AHORRO FISCAL	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	49,355.38
IMPUESTO A LA RENTA	29.50%
COK	30.00%
Kd	20.00%
WACC	26.29%
VAN ECONÓMICO	S/ 448,947.71
TIR ECONÓMICO+	214.24%

Nota. Se actualizan al WACC los flujos positivos y luego se resta el negativo

B. **Tasa Interna de Retorno (TIRE).** El coeficiente refleja el crecimiento de los flujos económicos durante un período de 10 años, actualizado al año 0, teniendo en cuenta también las inversiones en proyectos. Como resultado de esta relación, el VAN es cero, por lo que si la TIRE es mayor que la WACC, se debe aceptar el proyecto, de lo contrario, si la cifra es menor a este porcentaje, se rechaza el proyecto.

Usando la hoja de Excel (función TIR) obtengo un porcentaje TIR de 214.24%. Este valor está muy por encima del costo de capital promedio ponderado, por lo que se acepta el proyecto de la concesionaria.

Tabla 59

Cálculo del TIR Económico en Excel

INGRESOS	-
VENTAS	
EGRESOS	64,355.38
INVERSIONES	64,355.38
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00
(Capital de Trabajo)	32,972.23
(Imprevistos 2%)	1,265.15
COSTOS DEL SERVICIO	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
GASTOS DE VENTAS	
IMPUESTO A LA RENTA	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-64,355.38
FINANCIAMIENTO NETO	
PRÉSTAMO	15,000.00
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	
INTERESES	
AHORRO FISCAL	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49,355.38
IMPUESTO A LA RENTA	29.50%
COK	30.00%
Kd	20.00%
WACC	26.29%
VAN ECONÓMICO	S/ 448,947.71
TIR ECONOMICO+	214.24%

Nota. Se toma en conjunto el flujo negativo con los positivos.

C. **Relación Beneficio/Costo (B/C E).** Esta razón muestra la relación entre el valor presente de los beneficios futuros y el valor presente de los gastos. Esto significa que los ingresos se actualizan según el WACC y se dividen por los gastos, que también se actualizan según el tipo de cambio promedio. La ecuación es:

$$BC = \frac{VAN \text{ de los ingresos}}{VAN \text{ de los egresos}}$$

Si el resultado es mayor a 1, se puede considerar que el proyecto es rentable y genera ganancias. En cambio, si es menor, no es posible y debe rechazarse. El cálculo actualiza los ingresos y gastos (la función VPN de las dos corrientes del flujo de caja económico) y el resultado es S/. 1.34. Con base en este indicador, es claro que el proyecto está generando ingresos, y se puede interpretar que, por cada sol invertido, la empresa gana S/. 0.34

Tabla 60

Cálculo del B/C Económico en Excel

INGRESOS	-
VENTAS	
EGRESOS	64,355.38
INVERSIONES	64,355.38
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00
(Capital de Trabajo)	32,972.23
(Imprevistos 2%)	1,265.15
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-64,355.38
FINANCIAMIENTO NETO	
PRÉSTAMO	15,000.00
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	
INTERESES	
AHORRO FISCAL	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49,355.38
IMPUESTO A LA RENTA	29.50%
COK	30.00%
Kd	20.00%
WACC	26.29%
VAN ECONÓMICO	S/ 448,947.71
TIR ECONÓMICO+	214.24%
BENEFICIO/ COSTO	S/ 1.34
BENEFICIOS ACTUALIZADOS	S/2,033,778.60
COSTOS ACTUALIZADOS	S/1,520,475.52

Nota. Tanto los beneficios como los costos se actualizaron al WACC

D. **Periodo de recuperación de la inversión (PRIE).** Usando este indicador, puede establecer el tiempo requerido para recuperar su inversión inicial. Cabe señalar que este no es un indicador muy confiable, ya que solo trata de saber el tiempo de recuperación e ignora el siguiente. Tampoco tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

$$\text{PRI} = \frac{A+(B-C)}{D}, \text{ donde:}$$

- A = Año previo al que se recupera la inversión.
- B = Inversión inicial.
- C = Flujo de efect. acumulado del año previo (A).
- D = Flujo de efect. del año de recuperación.

$$\text{PRI} = \frac{1+(64,355.38-135,561.39)}{140,492.54} = \mathbf{0.4932}$$

La inversión se recupera en 5 meses y 27 días.

6.5.2. Evaluación financiera

Se crea cuando se procesa el préstamo, por lo que son los reembolsos y los intereses. Esto significa que el flujo real generado por el proyecto de concesión de servicio total se reduce por financiamiento. Los indicadores de evaluación en esta parte son los mismos que se utilizan en la evaluación económica, a saber: VAN, TIR, PRI.

A. Valor Actual Neto (VANF). Para obtener esta cifra se debe actualizar el flujo de fondos a la WACC (26,29%) y menos la inversión, que en este caso es la diferencia entre la inversión total y el monto del préstamo.

El resultado aclara y comprende la capacidad del proyecto, teniendo en cuenta el préstamo, lo que significará el verdadero flujo del propietario.

Tabla 61

Flujo Neto Financiero

AÑO	FLUJO FINANCIERO
0	-49,355.38
1	124,628.27
2	128,996.69
3	133,329.30
4	137,603.31
5	141,791.43
6	145,809.23
7	149,731.53
8	153,449.05
9	156,926.64
10	160,075.62

Nota. Se desprende del flujo de caja financiero.

Cuando el flujo de efectivo se actualiza a WACC (usando la función NPV), se encuentra que el VANF es S/. 418.167.54, una puntuación superior a VANE, lo que significa que los préstamos bancarios crean valor para los propietarios.

Tabla 62

Cálculo del VAN Financiero en Excel

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	-	567,600.00	576,300.00	585,135.00
VENTAS		567,600.00	576,300.00	585,135.00
EGRESOS	64,355.38	432,038.61	435,807.46	439,634.56
INVERSIONES	64,355.38			
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00			
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00			
(Capital de Trabajo)	32,972.23			
(Imprevistos 2%)	1,265.15			
COSTOS DEL SERVICIO		154,207.88	155,913.33	157,644.93
GASTOS ADMINISTRATIVOS		197,550.50	197,550.50	197,550.50
GASTOS DE VENTAS		43,908.33	43,908.33	43,908.33
IMPUESTO A LA RENTA		36,371.90	38,435.29	40,530.79
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-64,355.38	135,561.39	140,492.54	145,500.44
FINANCIAMIENTO NETO				
PRÉSTAMO	15,000.00			
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		9,537.92	11,445.50	13,734.60
INTERESES		1,979.02	71.43	2,217.67
AHORRO FISCAL		583.81	2107	-654.21
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49,355.38	124,628.27	128,996.69	133,329.30

IMPUESTO A LA RENTA	29.50%
COK	30.00%
Kd	20.00%
WACC	26.29%
VAN ECONOMICO	S/ 448,947.71

COK	24.01%
Kd	16.07%
WACC	26.29%
VAN FINANCIERO	S/ 418,167.54

Nota. Elaboración propia.

A. **Tasa Interna de Retorno (TIRF).** El proceso de cálculo es el mismo que se observa en la determinación de la TIR, usando la función TIR en Excel arroja un porcentaje de 255.95%. Este valor porcentual es superior a la tasa de descuento (WACC) y por lo tanto indica que el proyecto SEGCON es factible y rentable.

Tabla 63

Cálculo del TIR Financiero en Excel

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	-	567,600.00	576,300.00	585,135.00
VENTAS		567,600.00	576,300.00	585,135.00
EGRESOS	64,355.38	432,038.61	435,807.46	439,634.56
INVERSIONES	64,355.38			
(Activo Fijo Tangible)	28,435.00			
(Activo Fijo Intangible)	1,683.00			
(Capital de Trabajo)	32,972.23			
(Imprevistos 2%)	1,265.15			
COSTOS DEL SERVICIO		154,207.88	155,913.33	157,644.93
GASTOS ADMINISTRATIVOS		197,550.50	197,550.50	197,550.50
GASTOS DE VENTAS		43,908.33	43,908.33	43,908.33
IMPUESTO A LA RENTA		36,371.90	38,435.29	40,530.79
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-64,355.38	135,561.39	140,492.54	145,500.44
FINANCIAMIENTO NETO				
PRÉSTAMO	15,000.00			
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		9,537.92	11,445.50	13,734.60
INTERESES		1,979.02	71.43	2,217.67
AHORRO FISCAL		583.81	2107	-654.21
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-49,355.38	124,628.27	128,996.69	133,329.30

IMPUESTO A LA RENTA	29.50%
COK	30.00%
Kd	20.00%
WACC	26.29%
VAN ECONÓMICO	S/ 448,947.71
TIR ECONOMICO	214.24%

Nota. Elaboración propia.

COK	24.01%
Kd	16.07%
WACC	26.29%
VAN FINANCIERO	S/ 418,167.54
TIR FINANCIERO	255.95%

B. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRIF). Usando el mismo proceso que se usa para calcular el PRIF, se puede saber cuándo se recuperará la inversión solo del flujo de caja, sabiendo que la inversión es el resultado de restar el monto del préstamo de la inversión original.

$$\text{PRI} = \frac{A+(B-C)}{D}, \text{ donde:}$$
$$\text{PRI} = \frac{0+(49,355.38-0)}{124,628.27} = \mathbf{0.3960}$$

La inversión de la empresa se recuperará en 4 meses y 20 días.

6.6. Estados financieros proyectados

El informe muestra las ganancias y pérdidas que tiene o tendrá la concesionaria Servicios Generales Concesiones EIRL, correspondientes a su ciclo de vida de 10 años, es una de las cuatro principales cuentas señaladas por las NIIF e indica que los resultados se mantendrán positivos, después de deducir todos los costos y gastos, incluido el impuesto sobre la renta. Cabe señalar que la empresa Servicios Generales Concesiones EIRL, calcula el impuesto anterior de tal forma que las primeras 15 UIT de utilidad antes de impuestos tributan al 10% y la utilidad al 29.5%.

Tabla 64*Estado de resultados proyectado*

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	567,600.00	576,300.00	585,135.00	594,105.00	603,210.00
COSTOS DEL SERVICIO	154,207.88	155,913.33	157,644.93	159,403.08	161,188.19
UTILIDAD BRUTA	413,392.12	420,386.67	427,490.07	434,701.92	442,021.81
GASTOS ADMINISTRATIVOS	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50	197,550.50
GASTOS DE VENTAS	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33	43,908.33
UTILIDAD OPERATIVA	171,933.28	178,927.83	186,031.23	193,243.08	200,562.98
DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN	3,028.55	3,028.55	3,028.55	3,028.55	3,028.55
UTILIDAD ANTES DE INTERESES	168,904.73	175,899.28	183,002.68	190,214.53	197,534.43
GASTOS FINANCIEROS	1,979.02	71.43	-2,217.67	-4,964.59	-8,260.89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	166,925.72	175,827.85	185,220.35	195,179.12	205,795.32
IMPUESTO A LA RENTA	6,900.00	6,900.00	6,900.00	6,900.00	6,900.00
	28,888.09	31,514.22	34,285.00	37,222.84	40,354.62
UTILIDAD NETA	131,137.63	168,927.85	178,320.35	188,279.12	198,895.32

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, va a ser una organización de especializada en la prestación de servicios de catering, lavandería, mucama, cafetería y limpieza, dirigidos a los sectores industrial, minera y gubernamentales, creación pública. Tiene la finalidad de nutrir a sus empleados de manera digna y sana y brindarles tranquilidad y confort conforme con los requerimientos recientes y el futuro de su conjunto laboral, brindando programas de calidad, buenas prácticas de cuidado, programas de estabilidad alimentaria y programas de salud ocupacional, asegurando la entrega de diferentes servicios, enmarcados en un lugar de trabajo sana y seguro para nuestros propios consumidores, ayudantes y el medio ambiente.

Hoy en día, la ciudad de Marcona existe una gran variedad y cantidad de competidores con años de experiencia que brindan un servicio similar como: Puerto San Juan, La Capitana y Dixmar. Por otro lado, existe productos sustitutos que

adquiere el cliente con el ceviche, pollo a la brasa.

Se analizó el estudio de mercado, brinda un servicio de alimentación de calidad, puntualidad y eficiente de acuerdo con los requerimientos y estándares de los clientes, elaborados con productos de calidad, determinar el precio, la demanda del producto, estimar la proyección de la demanda, analizar la oferta y crear estrategias comerciales. La concesionaria la Capitana y Dyxmar, son competidores fuertes que tienen años de servicio en el rubro y cumplen con las expectativas del cliente y del sector minero. Se consideró la técnica de recolección la encuesta, compuesta por 22 preguntas abiertas realizando a una población de 157 trabajadores.

En el plan de comercialización, La concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL es una empresa peruana que realizará sus operaciones en el distrito de San Juan de Marcona. Ubicado a unos 25 km al este de la ciudad de San Juan de Marcona. La explotación del mineral se realiza en el sistema de tajo abierto y se produce a gran escala, siendo exportado principalmente al Asia. Se visualiza el rango de precio con mayor preferencia es de 12 a 14 soles, en seguida de 9 a 10 soles, calculando un aproximado de 11.50 soles.

En el plan técnico, la microlocalización de la Concesionaria SERVICIOS GENERALES DE CONCESIONES EIRL, el valor acumulado mayor le correspondió a San Juan de Marcona con un 8.2, es decir, la concesionaria estará ubicado en el centro de Marcona. Tendrá un tamaño de 120m². Manifiestan los costos y gastos planeados en 5 años tomado como criterio la proyección de tasa inflacionaria a diciembre del 2022 que asciende un 6,4%.

En el plan financiero, se encuentra la inversión fija tangible de S/ 20,985.00, la inversión fija intangible de S/ 1683.00 y un capital de trabajo de S/ 50,831.73. con una inversión total del proyecto de S/ 74,969.72.

7.2. Recomendaciones

Se recomienda, recibir una charla de manipulación de alimentos para tener mayor conocimiento sobre calidad, transporte y almacenamiento de los productos.

Se recomienda, realizar un plan estratégico, para mejorar el negocio y expresar el objetivo trazado

Se recomienda, realizar un plan de estratégico de marketing para que planifiquen las metas de estudio para el negocio sea competitivo en su entorno.

