INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NIVEL FORMATIVO PROFESIONAL TECNICO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE POR DELIVERY EN LA CIUDAD DE TACNA, 2021"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

PROFESIONAL TÉCNICO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES:

ROSBEL HUISA LLAMOCA
ESTHER LEONOR TICAHUANCA GUTIERREZ

DOCENTES ASESORES:

DOCENTE GUÍA ERNESTO ALESSANDRO LEO ROSSI
DOCENTE INFORMANTE JORGE GUSTAVO QUIÑONEZ CORNEJO
DOCENTE OBSERVANTE PEDRO MIGUEL HUAMAN SOTO

TACNA – PERÚ
2021

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

DEDICATORIA:

Esta tesis va dedicada primeramente a Dios, por darme fuerzas para seguir adelante y no rendirme ante los problemas, a nuestras familias que directa e indirectamente fueron parte del proceso, amigos, compañeros y a cada uno de nuestros profesores que a lo largo de esta carrera nos han apoyado, guiado, contribuyendo a ser de nosotros mejores personas y en consecuencia ser mejores profesionales, con visión compromiso y responsabilidad social.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO..... 1

ABSTRACT EXECUTIVE 2

INTRODUCCIÓN..... 3

CAPITULO I..... 5

1.1. Título del Tema 5

1.2. Origen del Tema 5

1.3. Formulación del Problema 5

1.4. Objetivo General 6

1.5. Objetivos Específicos..... 6

1.5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio. 6

1.5.2. Proponer el modelo de negocios..... 6

1.5.3. Determinar la viabilidad del mercado 6

1.5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa 6

1.5.5. Determinar la Propuesta Organizacional..... 6

1.5.6. Determinar la Propuesta Legal..... 6

1.5.7. Evaluar la Propuesta Económica. 6

1.6. Metodología 6

1.6.1. Hipótesis base del negocio. 6

1.6.2. Proponer el modelo de negocios..... 7

1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado. 7

1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa. 7

1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional..... 7

1.6.6. Determinar la Propuesta Legal..... 7

1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica. 8

1.7. Limitaciones del Estudio 8

CAPITULO II..... 9

2.1. La Problemática Identificada..... 9

2.2. Nuestra Hipótesis..... 9

2.2.1. ¿Cómo es la experiencia actual? 10

2.2.2. ¿Qué problemas presenta?..... 10

2.2.3. ¿Quiénes están involucrados?..... 10

2.2.4. ¿Posibles soluciones?..... 11

2.3. Concepto Final..... 11

2.3.1 Nombre 11

2.3.2 ¿Qué es? 12

2.3.3 ¿Como funciona?..... 12

2.3.4 ¿Porque es Especial? 12

2.3.5 Prototipo..... 13

2.4. El Propósito Estratégico..... 13

2.5. La Misión..... 14

2.6. La Visión 14

2.7. Los Promotores..... 14

2.8. Modelo de Negocios (Modelo de negocios Canvas "Q'umara) 16

CAPITULO III..... 17

3.1 Estudio de Mercado 17

3.1.1. Análisis del Mercado 17

3.1.2. Estrategia del Producto o Servicio 26

3.1.3. Estrategia de Comunicación 29

3.1.4. Estrategia del Comercialización 30

3.1.5. Estrategias de Ingresos..... 31

3.2 Estudio Técnico 32

3.2.1. Especificaciones Técnicas 32

3.2.2. Flujo del Proceso 32

3.2.3. Localización del Proyecto..... 37

3.2.4. Capacidad Instalada Estimada..... 39

3.2.5. Infraestructura 39

3.2.6. Equipamiento 41

3.3 Estudio Organizacional 43

3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa 43

3.3.2. Descripción de los puestos 44

3.3.3. Requerimiento e inversión de personal 47

3.4 Estudio Legal 47

3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica..... 47

3.4.2. Selección del Régimen Tributario 48

3.4.3. Otros Tramites 49

3.5 Estudio Financiero 51

3.5.1. Inversión Inicial 51

3.5.2. Valor de Venta (sin IGV) 52

3.5.3. Ingresos Proyectados en Unidades 52

3.5.4. Ingresos Proyectados en Soles..... 52

3.5.5. Costos Proyectados por Unidad..... 52

3.5.6. Costos Proyectados en Soles 53

3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos..... 53

3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización..... 53

3.5.9. Flujo Económico..... 54

3.5.10. Análisis Económico 55

CAPITULO IV 56

4.1. Decisión de Inversión..... 56

4.2. Recomendaciones 56

CONCLUSIONES 57

BIBLIOGRAFÍA 59

ANEXOS 60

INDICE DE FIGURAS

figura 1 Logo empresa "Q'umara"..... 12

figura 2 Prototipo de producto referencial..... 13

figura 3 Prototipo de servicio referencial..... 13

figura 4 Estadística Poblacional de la provincia de Tacna..... 17

figura 5 Menú Especial "Q'umara" 28

figura 6 Prototipo de producto "Q'umara" 28

figura 7 Ubicación de restaurante Q'umara 38

figura 8 Distribución de planta 41

figura 9 Estructura organizacional Q'umara..... 43

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Inversión de los socios..... 51

Cuadro 2 Inversión Inicial 51

Cuadro 3 Valor de Venta 52

Cuadro 4 Ingresos proyectado en unidades 52

Cuadro 5 Ingreso proyectado en soles 52

Cuadro 6 Costo unitario del producto 52

Cuadro 7 Costos Proyectados en Soles 53

Cuadro 8 Gastos Proyectados Administrativos 53

Cuadro 9 Gastos Proyectados de Comercialización 53

Cuadro 10 Flujo económico proyectado 54

Cuadro 11 Inversión en Activos Producción 62

Cuadro 12 Inversión en Activos Administrativos..... 62

Cuadro 13 Inversión en Activos de comercialización 63

Cuadro 14 Trámites legales..... 63

Cuadro 15 Proyección de ingresos en unidades 63

Cuadro 16 Proyección de ingresos en unidades -Año 1..... 64

Cuadro 17 Proyección de ingresos en unidades - Año 2..... 64

Cuadro 18 Proyección de ingresos en unidades - Año 3..... 64

Cuadro 19 Proyección de ingresos en unidades - Año 4..... 64

Cuadro 20 Proyección de ingresos en unidades - Año 5..... 65

Cuadro 21 Costo Unitario Producto Menú Qumara Ejecutivo..... 65

Cuadro 22 Costo Unitario Producto Menú Qumara Proteico..... 66

Cuadro 23 Costo Unitario Producto Menú Qumara especial..... 66

Cuadro 24 Costos Fijos 67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de negocios Canvas "Q'umara" 16

Tabla 2 Prototipo de Almuerzo Q'umara..... 27

Tabla 3 Flujograma Q'umara 35

Tabla 4 Equipamiento de área de Producción..... 41

Tabla 5 Equipamiento de cocina 42

Tabla 6 Equipamiento de área y recepción 43

Tabla 7 Descripción de puesto Administrador 44

Tabla 8 Descripción de función del Cocinero 45

Tabla 9 Descripción de funciones Asistente de cocina..... 46

Tabla 10 Descripción de funciones agente motorizado 46

Tabla 11 Inversión de personal 47

Tabla 12 Descripción tipo de Sociedad Anónima Cerrada 47

Tabla 13 Régimen laboral Microempresa..... 48

Tabla 14 Gasto de Otros Tramites 50

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Genero 20

Gráfico 2 Edad 20

Gráfico 3 Distrito 21

Gráfico 4 ¿Por qué motivo consumiría alimentos saludables? 21

Gráfico 5 ¿Con qué frecuencia consumiría? 22

Gráfico 6 ¿Qué elementos influyen en su elección de un restaurante? 22

Gráfico 7 ¿Le gustaría un almuerzo que combine distintos productos saludables? 23

Gráfico 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo saludable? 23

Gráfico 9 ¿A qué hora preferiría comerlo? 24

Gráfico 10 ¿En dónde le gustaría contactar un servicio de almuerzo saludable? 24

Gráfico 11 ¿Estaría dispuesto a realizar un pedido de servicio de almuerzo saludable Q'umara por Delivery? 25

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio es una alternativa de inversión ya que el estudio de mercado demuestra que existe un segmento de mercado que necesita una alternativa de un menú saludable por delivery, además de ello se detalla que el segmento de mercado está dispuesto a pagar el precio por el producto pero que estas estén realizadas con insumos en mayor porcentaje orgánicos, que sean de sabor agradable separándose un poco del concepto insípido que presentan los restaurantes vegetarianos, estas afirmaciones tomadas de las encuestas, consultas a conocedores de nutrición y al modelo Canvas.

El presente plan de negocio cuenta con una capacidad instalado de 30 a 40 platos por día, además dispone de un personal capacitado y todos en planilla. El proyecto esta acogido al régimen tributario RER, que es adecuada para el plan de negocio, siendo 1.5% de las ventas.

El estudio financiero realizado demuestra que el plan de negocio es viable y rentable para un horizonte de 5 años. con un costo de oportunidad del capital COK de 13%, también obteniendo un VAN de S/. 59,363.88 y un TIR de 48%; estos resultados demuestran que existe una oportunidad de inversión.

Palabras clave: Alimentación saludable, nutricional, Servicio, Delivery.

ABSTRACT EXECUTIVE

This business plan is an investment alternative since the market study shows that there is a market segment that needs an alternative of a healthy menu for delivery, in addition to that, it is detailed that the market segment is willing to pay the price for the product but that these are made with inputs in a higher percentage organic, that are pleasant in taste, separating a bit from the insipid concept presented by vegetarian restaurants, these statements taken from surveys, consultations with nutrition experts and the Canvas model.

This business plan has an installed capacity of 30 to 40 dishes per day, it also has a trained staff and all on the payroll. The project is covered by the RER tax regime, which is adequate for the business plan, accounting for 1.5% of sales.

The financial study carried out shows that the business plan is viable and profitable for a 5-year horizon. with an opportunity cost of capital COK of 13%, also obtaining a NPV of S/. 59,363.88 and an IRR of 48%; These results demonstrate that there is an investment opportunity.

Keywords: Healthy eating, nutritional, Service, Delivery.

INTRODUCCIÓN

El contexto que atravesamos nos muestra un escenario donde las personas valoran más el cuidado de la salud. Por ello, se propone implementar el servicio de un restaurante de comida saludable con el nombre de Q'umara, que brinde almuerzos saludables con productos orgánicos a precios razonables.

En su libro (Mullin, 2016) nos dice: ” La microflora intestinal, que es el vasto ecosistema que habita en tus intestinos, es un factor crucial en el aumento de peso y el desarrollo de enfermedades, y es la clave para la pérdida de peso permanente y la buena salud”. Es por esto que nuestro servicio de almuerzos saludables por delivery tiene la ventaja competitiva, en la capacidad de lograr un alto nivel de calidad de los productos, que no solo sean nutritivos, sino también logren la mejor experiencia deliciosa del buen comer sin culpas.

Por otro lado, en los últimos años existe una tendencia mundial de las personas hacia la obesidad, y otros problemas a causa de la mala alimentación. Al no contar con los conocimientos necesarios, ni el tiempo para prepararlos, según (Camus, 2017) nos dice : “Muchas personas les pasa que, cuando abren algún libro atractivo de cocina saludable, lo único que encuentran son recetas con los más altos estándares gourmet, verdaderas hazañas culinarias, como si tuviéramos todo el tiempo del mundo para lucirnos con complejas comidas elaboradas”. Adoptar estos hábitos de alimentación saludable otorga a las personas una sensación de bienestar físico y emocional, lo que permitirá a futuro

llevar una vejez tranquila y con menos preocupaciones por las enfermedades que son propias de la edad.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1. Título del Tema

"FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE POR DELIVERY EN LA CIUDAD DE TACNA, 2021"

1.2. Origen del Tema

Iniciativa propia al observar la falta de no contar con un servicio de comida saludable que brinde una dieta rica en nutrientes, sabor y precio accesible. Además de ello el grupo de investigadores cuenta con conocimientos en nutrición y elaboración de comidas equilibradas, participación en diversos grupos de nutrición en la localidad. Así también cuenta con conocimientos en temas administrativos y todo referido a realizar un negocio nuevo en el mercado.

1.3. Formulación del Problema

Existen evidencias que demuestran que comer una dieta no saludable, acídica en mayor porcentaje, tiene altos riesgos de ocasionar varias enfermedades al acumularse toxinas y desequilibrios en el organismo.

1.4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de un restaurante de comida saludable por Delivery en la ciudad de Tacna, 2021.

1.5. Objetivos Específicos

1.5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.

1.5.2. Proponer el modelo de negocios

1.5.3. Determinar la viabilidad del mercado

1.5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa

1.5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

1.5.6. Determinar la Propuesta Legal

1.5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

1.6. Metodología

1.6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según (Brown, 2020), actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una

estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado".

1.6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de CANVAS.

El modelo CANVAS es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios. (Osterwalder, 2015)

1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

1.6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

1.7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.

b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

2.1. La Problemática Identificada

En la región Tacna según el ministerio de salud (MINSA) revelo que Tacna es la región con más sobrepeso debido al consumo de alimentos altos en calorías, acídicos, grasas saturadas y falta de actividad física, a ello sumando la cuarentena por la coyuntura actual de COVID-19. (Maydana, 2019) refirió: “En los niños, es recomendable fomentar hábitos alimenticios saludables, una dieta apropiada y rica en proteínas, con el fin de cuidar su salud”.

El decano del colegio de Nutricionistas del Perú, Antonio Castillo Carrera, alertó que la obesidad aumenta el riesgo de muerte y complicaciones en pacientes covid-19 positivos, disminuye la función pulmonar a través de una mayor resistencia en las vías respiratorias y causa dificultad para expandir los pulmones, además de alterar el sistema inmunológico. (Carrera, 2021)

2.2. Nuestra Hipótesis

Existe un mercado de demanda en el cual busca alternativas más saludables a la hora de almorzar, que le brinde el servicio por Delivery y garantice la seguridad de que el producto es de calidad, y accesible.

2.2.1. ¿Cómo es la experiencia actual?

un restaurant por delivery, no ofrece el servicio de comida nutritiva alcalina en mayor porcentaje acorde a la necesidad alimenticia y a su vez de un sabor agradable, variado y a un precio accesible. Y de ser el caso son de precio elevado.

2.2.2. ¿Qué problemas presenta?

- Las alternativas a la hora de almorzar son mayormente platos bajos en valor nutricional.
- Los restaurantes vegetarianos o veganos tienen platos de sabor no muy agradable y de precio elevado.
- Envases no adecuados a la hora de enviar los productos.

2.2.3. ¿Quiénes están involucrados?

- Personas que tienen un conocimiento en cocina vegetariana o natural.
- Personas que sufren de malnutrición
- Personas que quieren tener una vida más saludable
- Personas que desean almorzar deliciosamente saludable a un precio justo.

2.2.4. ¿Posibles soluciones?

- Servicio de Entrega de almuerzos balanceados, nutritivos y ricos.
- Precios Justos y accesibles con opciones a escoger en el menú
- Enviados en envases biodegradables e innovadores.

2.3. Concepto Final

Un restaurante comida saludable por delivery, que ofrezca el servicio de comida nutritiva alcalina en mayor porcentaje acorde a la necesidad alimenticia y a su vez de un sabor agradable, variado y a un precio accesible. Promoviendo la prevención de la salud mediante la alimentación saludable con publicidad en las redes sociales como Facebook e Instagram para realizar pedidos y entregadas a domicilio. Para así hacerle frente a la pandemia que venimos atravesando y otras posibles enfermedades.

2.3.1 Nombre

Q'umara (Aymara) significa Fuerza, Salud Integral, Vitalidad y Energía, todo esto como una sola unidad integrativa como estado pleno de satisfacción.

Éste es el objetivo de nuestro negocio, traer alimentos orgánicos y agroecológicos y difundir una alimentación consciente para lograr una mejor calidad de vida.

figura 1 Logo empresa "Q'umara"

2.3.2 ¿Qué es?

Servicio por Delivery dedicado a la venta de Almuerzos saludables altos en nutrientes y sabor, con un precio justo y accesible.

2.3.3 ¿Como funciona?

Un restaurante de comida saludable que oferte una dieta sana y equilibrada a precios razonables en su carta digital. Brindando planes alimenticios mensuales, semanales. Los cuáles serán promocionados por las redes sociales.

2.3.4 ¿Porque es Especial?

Porque brindara la experiencia única de comer algo saludable y rico a la vez, con la elaboración de comida altamente alcalina, usando productos orgánicos.

2.3.5 Prototipo

figura 2 Prototipo de producto referencial

figura 3 Prototipo de servicio referencial

2.4. El Propósito Estratégico

El fin de desarrolla el restaurante de comida saludable “QUMARA” por delivery en la ciudad de Tacna es contribuir a la buena salud de las personas de manera adecuada, además que ellos puedan sentir que cuentan con nosotros para su salud.

2.5. La Misión

Somos una empresa responsable que busca incentivar el hábito de comer sano, a través de un servicio innovador, con socios estratégicos y personal comprometido.

2.6. La Visión

Ser reconocido a nivel regional como una empresa Tacneña promotora de la alimentación saludable, presentando productos ricos en su valor nutricional y sabor. Siendo la primera alternativa para nuestros clientes.

2.7. Los Promotores

Los estudiantes en cargadas de llevar a cabo el plan de negocio de restaurant comida saludable “KUMARA” por delivery son:

ROSBEL HUISA LLAMOCCA: Conocimientos y habilidades en ventas directas y telefónicas, conocimientos en finanzas, gestión de procesos y en temas administrativos. Que serán de gran aporte para el plan de negocio.

ESTHER LEONOR TICAHUANCA GUTIERREZ: Conocedora de la salud humana, además de los distintos tipos de comida saludable.

Conocimiento en temas legales y administrativos que aportaran valor a plan de negocio.

2.8. Modelo de Negocios (Modelo de negocios Canvas "Q'umara)

Socios clave

Proveedores de insumos orgánicos

- Bio ferias, Eco tiendas, Eco ferias. Productores de alimentos orgánicos.
- Convenios con Gimnasios Golden.
- Convenio con empresa de Delivery

Actividades Clave

Gestión de compra de insumos orgánicos.

Elaboración de comida altamente alcalina.

Manejo de publicidad en redes.

Cuidar la presentación y entrega de nuestro servicio.

Fidelización atención

Recursos Clave

Ubicación estratégica
Convenios
Conocimientos en nutrición
Personal capacitado

Propuesta de valor

La experiencia única de comer algo saludable rico a la vez, con información nutricional para satisfacer a nuestros clientes.

Elaboración de comida altamente alcalina, usando productos orgánicos.

Cocinero especialista en alimentación saludable.

Relaciones con el cliente

Servicio de Entrega y asesoramiento nutricional.

Visitas a empresas capacitaciones de nutrición, campañas y promociones.

Canales

Atención recepción de pedidos a través de llamadas, redes sociales, plataformas
Reparto tercerizado a empresas de entrega
Delivery motorizado

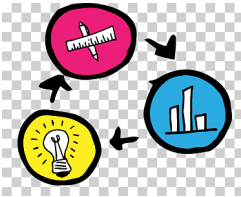
Segmento de clientes

Dirigido a personas de 20 a 50 años que se interesen por la alimentación saludable

Personas que desean alimentarse adecuadamente y prevenir enfermedades.

Estructura de costos

- Alquiler de local
- Pago a proveedores
- Empleados
- Impuestos
- Mantenimiento de equipos
- Publicidad/ capacitación.



Flujo de Ingresos

- Venta y servicio de comercialización de alimentos alcalinos.
- Ventas corporativas.
- Medio de pago: efectivo, Tarjetas de crédito/ debito, por medios electrónico financieros como, Yape, Plin, Tunky. Interbank, BCP.

Tabla 1 Modelo de negocios Canvas "Q'umara"

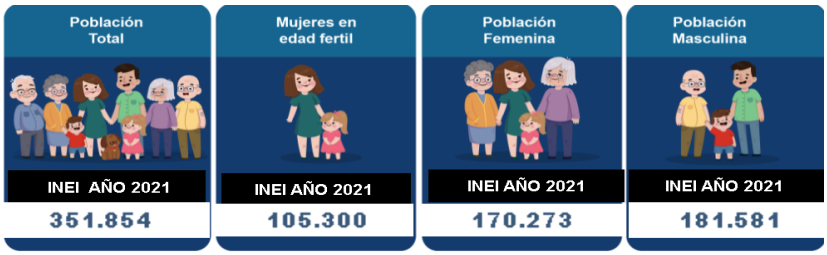
CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.1 Estudio de Mercado

3.1.1. Análisis del Mercado

Según el (Ministerio de salud, 2021), La Provincia de Tacna cuenta con una población cercana de 351.854 mil habitantes. Dentro de cual se ubica un segmento de personas que les gusta lo sano y natural, es muy probable que nuestro servicio sea bien recibido por personas en un rango de edad entre 20 a 50 años, además del adulto mayor. que quieran recibir el producto en su lugar de trabajo o domicilio y estén ubicados en la ciudad de Tacna específicamente el cercado y zonas aledañas y parte de los distritos; Gregorio Albarracín, Alto de la Alianza, Pocollay y la Natividad.



CUADRO N°01: POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD SEGÚN **INEI**, DEL DEPARTAMENTO DE **TACNA**, PROVINCIA DE **TACNA**, DISTRITO DE **Todo** AÑO **2021**

00-04a	05-09a	10-14a	15-19a	20-59a	60a y +
23.968	23.321	23.693	24.030	210.834	46.008

figura 4 Estadística Poblacional de la provincia de Tacna

En este punto se realizará un análisis de los resultados hallados en la encuesta elaborada por la empresa y aplicada a 100 potenciales clientes. Nuestro objetivo es ver el alcance que tiene el producto que ofrecemos, es decir, platos a la carta a base de insumos naturales y de alto contenido nutricional.

Procesamiento de datos Para el desarrollo de las encuestas virtuales se ha utilizado la plataforma Google. Para elaborar la ficha técnica y los gráficos se ha utilizado el programa de Microsoft Excel.

3.3.2.1. Resultados de las encuestas

En la Provincia de Tacna, para poder realizar la encuesta, se optó por hacer una muestra, considerando un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, obteniendo como resultado nuestro tamaño de muestra equivalente a 100 personas.

$$n = \frac{\mathrm{N} \times \mathrm{Z}^2 \times \mathrm{p} \times \mathrm{q}}{\mathrm{e}^2 \times (\mathrm{N}-1) + \mathrm{Z}^2 \times \mathrm{p} \times \mathrm{q}}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de Confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e^2 = Margen de error

$$n = \frac{325{,}731 \times 1.65^2 \times 0.5^2}{0.10^2\,(325{,}731 - 1) + 1.65^2 x\ 0.5^2}$$

$$n = \frac{221{,}700.66}{3{,}257.98}$$

$$\mathbf{n = 68.04 \cong 68}$$

Pregunta 01: ¿Género?:

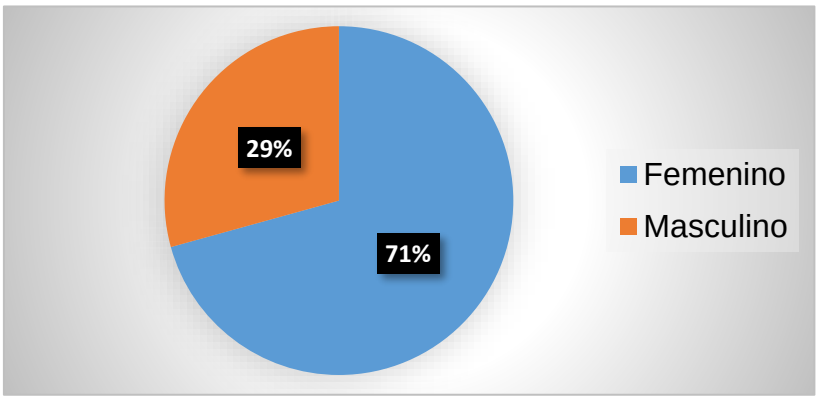


Gráfico 1 Genero

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 29 % de los encuestados son hombres y el 71 % son mujeres, por lo que nuestro producto está orientado para hombres y mujeres por tratarse de platos nutritivos.

Pregunta 02: ¿Edad?

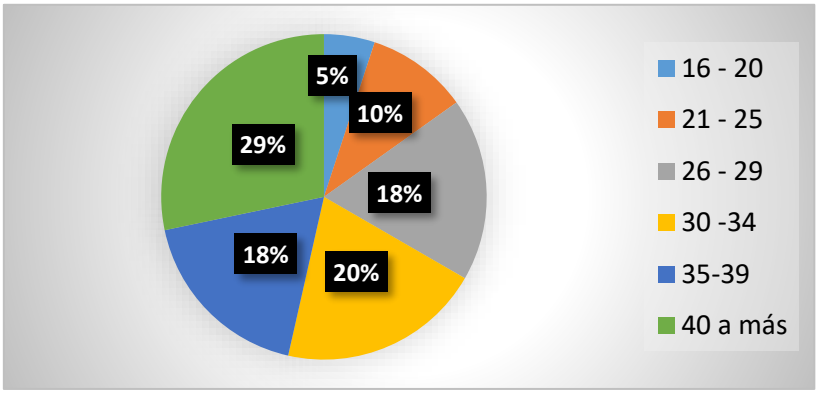


Gráfico 2 Edad

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el rango de edad de 40 años a más. Por lo tanto, nuestro mercado objetivo se concentra entre los adultos de 20 a 50 años aproximadamente.

Pregunta 3: ¿Distrito?

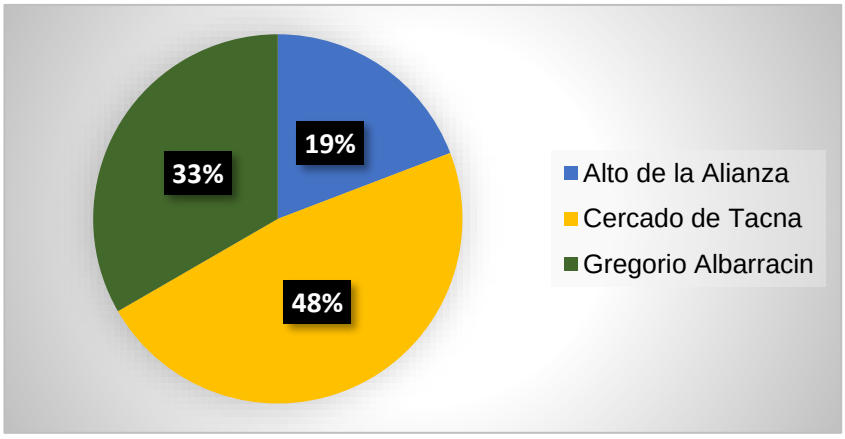


Gráfico 3 Distrito

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 48 % de los encuestados viven en el cercado de Tacna, en el distrito de Gregorio Albarracín el 33% y el 19% en el distrito de Alto de alianza.

Pregunta 4: ¿Por qué motivo consumiría alimentos saludables?

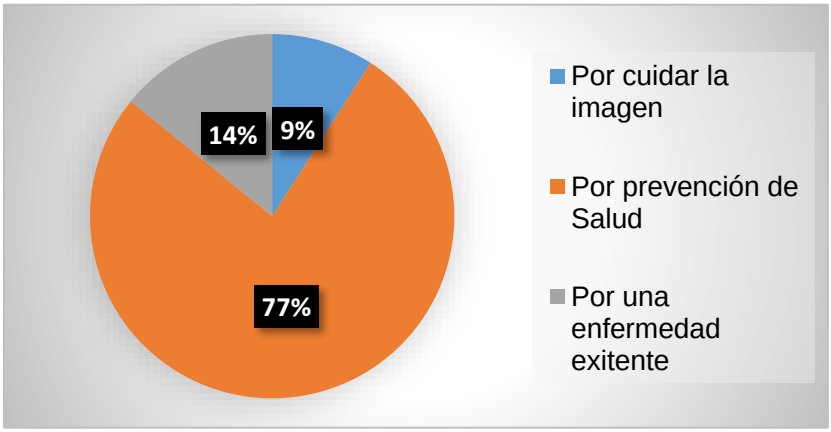


Gráfico 4 ¿Por qué motivo consumiría alimentos saludables?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Análisis: Se observa que el 77% de los encuestados prefiere comer comida saludable mayormente por salud, el 14% por una enfermedad existente y el 9% por cuidar la imagen.

Pregunta 5: ¿Con que frecuencia consumiría?

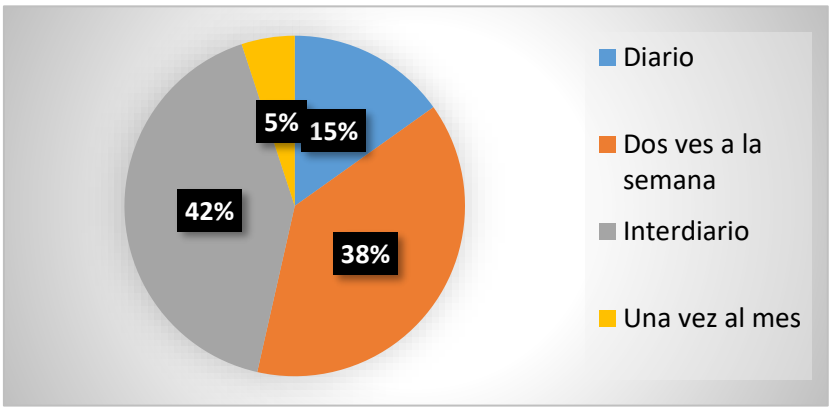


Gráfico 5 ¿Con qué frecuencia consumiría?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 42% compraría Inter diariamente, mientras que 38% lo haría dos veces a la semana.

Pregunta 6: ¿Qué elementos influyen en su elección de un restaurante?

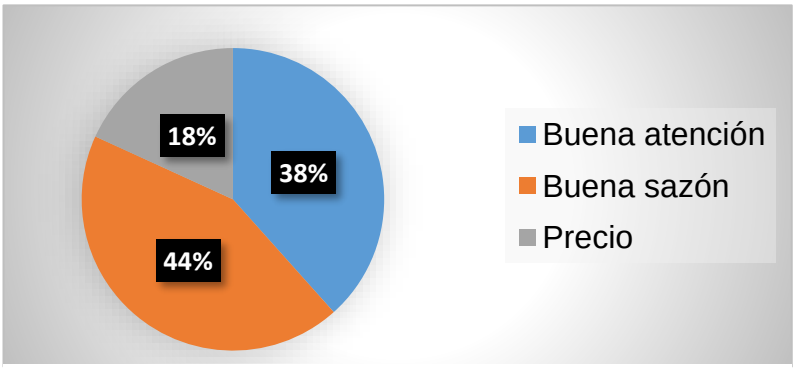


Gráfico 6 ¿Qué elementos influyen en su elección de un restaurante?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 44 % prefiere una buena sazón, el 38% buena atención y el 18 % precio.

Pregunta 7: ¿Le gustaría un almuerzo que combine distintos productos saludables?

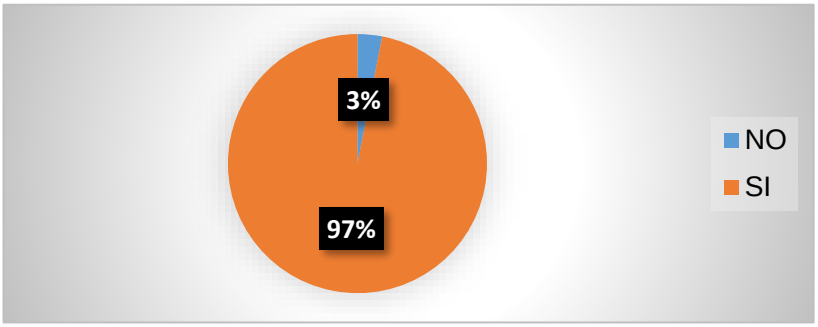


Gráfico 7 ¿Le gustaría un almuerzo que combine distintos productos saludables?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 97 % de los encuestados tiene una preferencia por un plato de comida que combine distintos productos saludables.

Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo saludable?

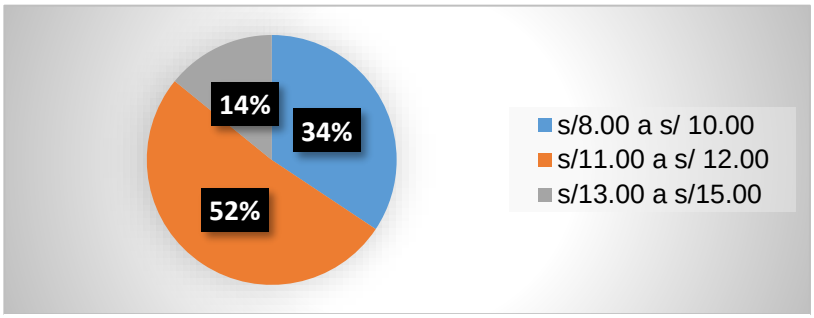


Gráfico 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo saludable?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que el 52% de los encuestados está dispuesto a pagar entre 11 a 12 soles por una porción de plato grande y 34 % está dispuesto a pagar de 8 a 10 soles, un 14% está dispuesto a pagar entre 13 a 15 soles.

Pregunta 9: ¿A qué hora preferiría comerlo?

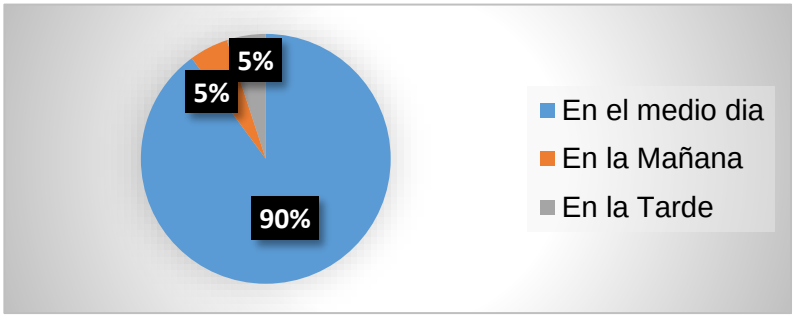


Gráfico 9 ¿A qué hora preferiría comerlo?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Análisis: Se observa que el 90% de los encuestados prefiere consumir nuestros platos a la carta al mediodía.

Pregunta 10: ¿En dónde le gustaría contactar un servicio de almuerzo saludable?

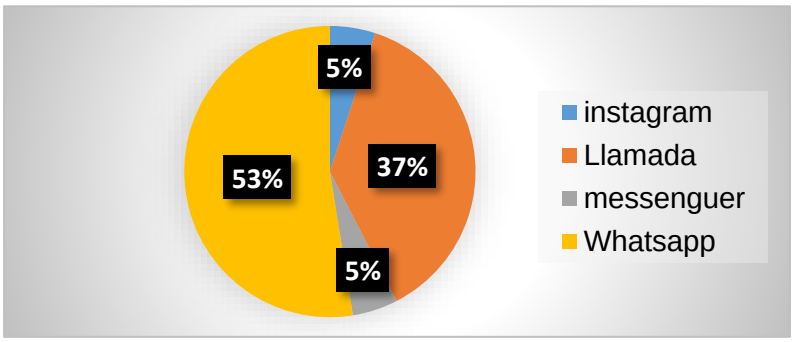


Gráfico 10 ¿En dónde le gustaría contactar un servicio de almuerzo saludable?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a realizar un pedido de servicio de almuerzo saludable Q'umara por Delivery?

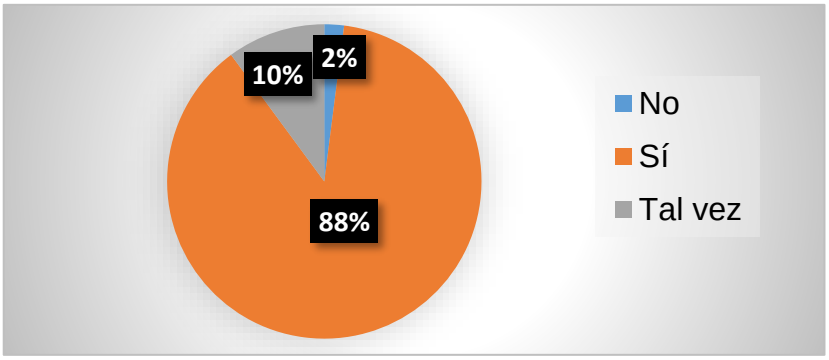


Gráfico 11 ¿Estaría dispuesto a realizar un pedido de servicio de almuerzo saludable Q'umara por Delivery?

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Se observa que un 88% de personas encuestadas estarían dispuestos a solicitar y/o realizar un pedido de almuerzo Q'umara, un 10% lo está pensando y solo un 2% no lo haría.

3.3.2.2. El Segmento del Mercado

Nuestro segmento pertenece al público en general preocupado por el bienestar de su salud, que no cuenta con el conocimiento o el tiempo adecuado para preparase un almuerzo adecuado variado y nutritivo. Clientes que es de entre 20 y 50 años, del género femenino y masculino. Que vivan en la ciudad de Tacna.

3.3.2.3. El Futuro del Mercado

Nuestros clientes estarán dispuestos a invertir en una dieta saludable para su alimentación.

Incremento de personas que cuiden su salud en la ciudad de Tacna en personas adultas y jóvenes es por ello que optarán por nuestro servicio.

Incrementará el crecimiento económico en el mercado tacneño por el cual las personas tendrán mayor acceso a adquirir más productos que ayuden al cuidado y prevención de salud.

3.1.2. Estrategia del Producto o Servicio

Ofrece como producto, alimentos elaborados con insumos de calidad, frescos, orgánicos, sin azúcar refinada, ni preservantes, buscando ser una opción saludable que permita tener un producto alimenticio balanceado, además contribuir a la prevención de enfermedades de los consumidores sin que esto signifique un sacrificio a la hora de alimentarse sino por el contrario brindamos una experiencia llena de sabor y satisfacción.

3.3.2.4. Innovación

Nos hemos propuesto lanzar al mercado estos platos saludables preparados con insumos naturales de la región Tacna con el plus de que sean accesibles a nuestro público, Pues al utilizar productos de nuestra región reducimos gastos de traslado y operacionales, además de contribuir y ser socios con productores de la zona, generando una red que nos permite potencializar el valor agregado de nuestro producto. Brindando la información nutricional en la carta virtual, lo cual le permitirá al cliente comer sin culpas.

3.3.2.5. Prototipo del producto

Plataforma Q'umara, se encontrarán nuestros menús, en los cuales el cliente escogerá el de su preferencia, de acuerdo a sus requerimientos de salud o de nutrición. En la página web están disponibles nuestros menús, información de contacto y formas de pago online.

Tipo de Almuerzo	Contenido	Precio
Menú ejecutivo K'umara	1 almuerzo nutritivo (chaufa de quinua referencial)	12.00
Menú proteico K'umara	1 entrada + Almuerzo Proteína a escoger (Quinoa, Arroz integral, etc.)	13.00
Menú especial K'umara	1 entrada + Almuerzo Q'umara+ una bebida a la carta	15.00

Tabla 2 Prototipo de Almuerzo Q'umara

figura 5 Menú Especial "Q'umara"

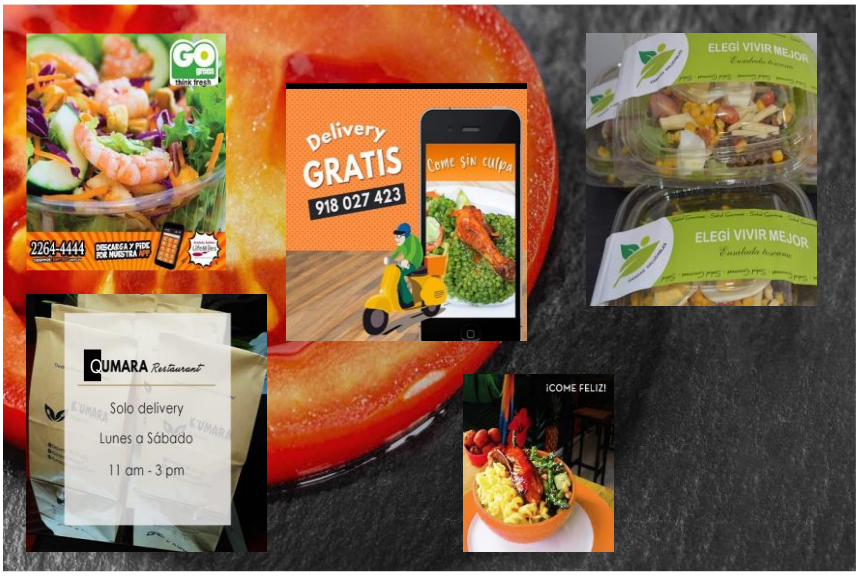


figura 6 Prototipo de producto "Q'umara"

A diferencia de restaurantes vegetarianos que mayormente lo relacionan a una dieta sana, la cual suele ser insípida, de colores opacos y de un aspecto poco apetitoso, nuestros platos, sin importar la condición de nuestro cliente

se caracterizan por su exquisito sabor, su atractivo para nuestros consumidores, sin dejar de lado nuestro enfoque hacia el cuidado de la salud, estando siempre preparados con los mejores ingredientes para un plato final de la máxima calidad y del mayor agrado. De igual forma, nuestro ideal ecológico nos impulsa a utilizar empaques biodegradables, pero que nunca pierdan la premisa de frescura y calidad en el producto.

3.3.2.6. Relación con el Cliente

Nuestra relación con el cliente será directa (vendedor - cliente) y lo fidelizaremos de la siguiente manera:

- ✓ Horario de atención - De 10am a 3pm.
- ✓ Comunicación mediante redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, etc.) para poder registrar los pedidos.

3.1.3. Estrategia de Comunicación

Se creará la página web de nuestra empresa donde presentaremos toda la información necesaria para que nuestro público nos identifique como: mapa de cómo llegar a nuestro local, la carta y los precios de los platos nutritivos que ofrecemos y nuestros números de celular y WhatsApp. Asimismo, se aplicará una estrategia SEO y SEN en los textos de nuestra página web

para que cuando un usuario busque comida saludable o platos nutritivos en Google pueda encontrar nuestra empresa entre las primeras alternativas de dicho buscador.

En este punto también seguiremos participando activamente en las redes sociales ya mencionadas con anterioridad (Facebook e Instagram) porque son las de mayor uso por nuestro mercado objetivo, entonces nos permitirá siempre estar conectados con ellos y ofrecer nuestros platos nutritivos y novedades de forma continua.

Información, a través de un fan page y redes sociales se promocionarán las ofertas, y brindando información de horarios de servicio, ubicación, carta de productos.

3.1.4. Estrategia del Comercialización

Pedidos por llamadas poniendo un horario de recepción se les ofrecerá planes semanales para que puedan elegir anticipadamente, también se habilitarán canales de comunicación digital, tal como la aplicación WhatsApp Business y Facebook Chat, los pedidos se realizarán siguiendo el formato de un fast food o restaurant de comida rápida, que se identifica por ser un proceso ágil. Carta digital, además de describir los productos y de indicar el precio, tendrá información como cantidad de calorías, beneficios, etc.

Pago, los medios de pago disponibles será pago en efectivo o pago con tarjeta de crédito/ débito emitiendo el respectivo comprobante de pago.

3.1.5. Estrategias de Ingresos

Nos hemos propuesto lanzar al mercado estos platos saludables preparados con insumos naturales de la región Tacna con el plus de que sean accesibles a nuestro público, por ello cada plato a la carta en promedio entre los 10 a 15 soles. Pues al utilizar productos de nuestra región reducimos gastos de traslado y operaciones, además de contribuir y ser socios con productores de la zona, generando una red que nos permite potencializar el valor agregado de nuestro producto. Todo lo anteriormente mencionado nos permitirá tener una acogida rápida en nuestro mercado meta y nos podremos hacer conocidos en toda la región Tacna.

También ofreceremos entrega por delivery a personas que ubicadas en el cercado y que accedan a un plan semanal o mensual, vales de descuento a aquellos clientes regulares para fidelizarlos, de tal manera que sean portavoces de nuestra marca con otros conocidos suyos.

3.2 Estudio Técnico

3.2.1. Especificaciones Técnicas

- Nombre: Q'umara
- Descripción del Servicio: Venta de comida saludable por delivery en la ciudad de Tacna.
- En que consiste el servicio: Elaboración de comida altamente alcalina, usando productos orgánicos. La experiencia única de comer algo saludable y rico a la vez, con información nutricional para satisfacer a nuestros clientes, brindando el servicio de almuerzos saludables por Delivery.

3.2.2. Flujo del Proceso

3.2.2.1. Materias Primas

Listado de las materias prima o insumos que se requieren para elaborar el bien o servicio y las características de estas.

Vegetales:

Lechuga orgánica

Tomate orgánico

Brócoli

Zanahoria

Ajos

Cebolla china

Beterraga

Pepino

Proteínas:

Pechuga de Pavo Granja

Pechuga de Pollo de Granja

Trucha/ Pescado

Carne de Alpaca

Huevos de Granja

Carbohidratos:

Salvado de trigo/ Arroz Integral

Quinoa

Camote/ racacha / Yuca

Grasas:

Aceite de Oliva

Aceite de coco

Palta

Pecana, Linaza o chía.

Almendras

Aceitunas negras y verdes.

Otros:

Sal Marina

Orégano

Vinagre de Manzana

Pimienta negra

Kion

3.2.2.2. Producción del Bien o Servicio

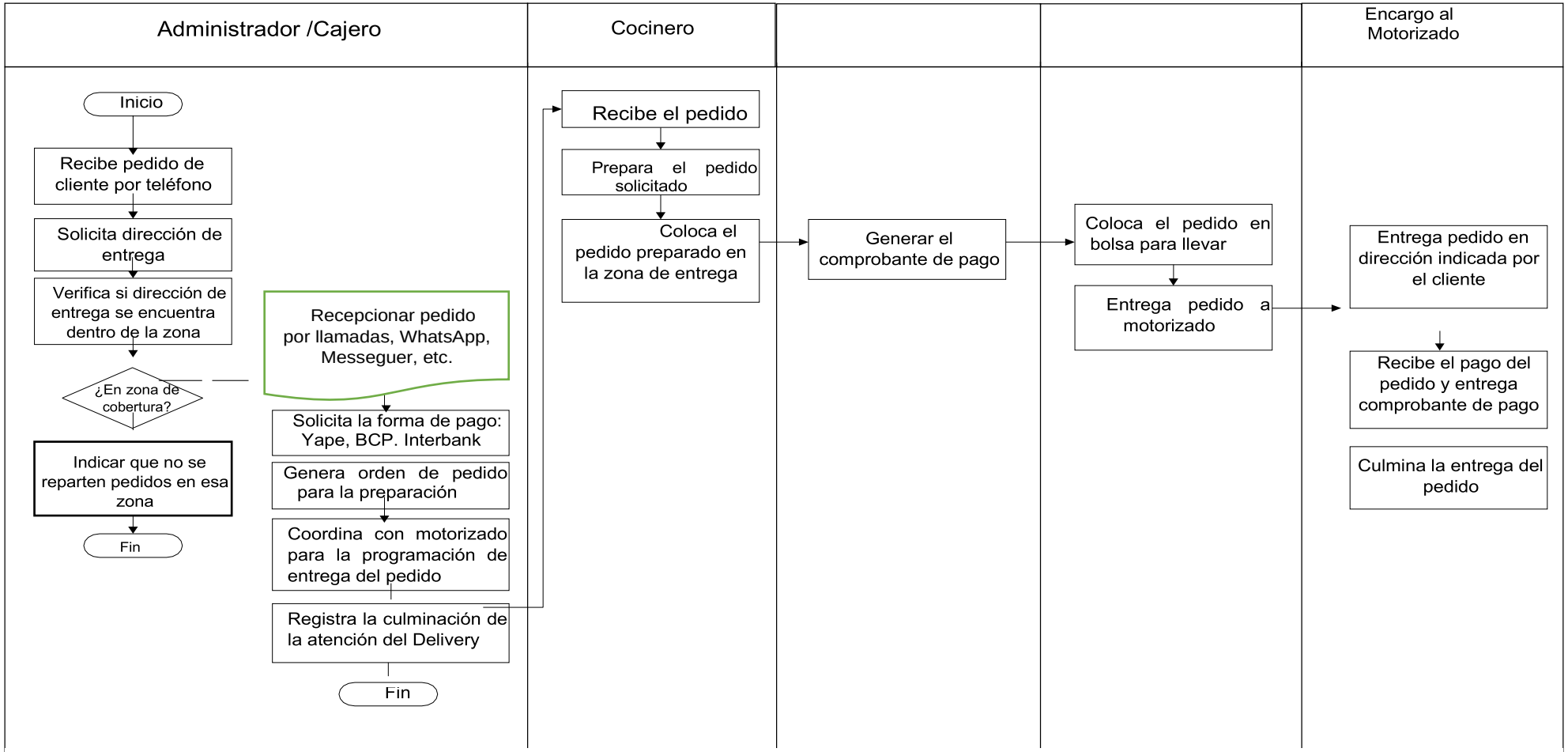


Tabla 3 Flujograma Q'umara

Inicio: Iniciamos con el cliente que ingresa a nuestra tienda online.

Dudas o comentarios:

(SI)

Dudas de producción: Respondemos inmediatamente las dudas del cliente de acuerdo a los ingredientes, la porción, los beneficios de consumirlo diario, etc.

Dudas Técnicas: Respondemos las dudas del cliente de acuerdo a la navegación del sitio web (Fan page, WhatsApp, Llamadas telefónicas), el modo de pago (Efectivo, Yape, Tarjeta crédito, transferencia bancaria), etc.

Duda resuelta.

(NO)

Colocación del pedido: El cliente coloca el pedido y paga.

Ingreso de pedido: Nos llega automáticamente una Alerta por (Messenger, WhatsApp, llamadas telefónicas) de que hay un pedido en puerta, viene hacer un pedido (firme) que ya está pagado, el sistema nos avisa exactamente el plato seleccionado por el cliente.

Validad del pedido: Nosotros validamos que el pedido sea el correcto a la orden hecha en la plataforma con los datos del cliente y verificamos el pago.

Orden de producción: Una vez el pedido validado, avisamos para que preparen una orden de producción, mandamos los detalles

recibidos del cliente con respecto al plato deseado, ingredientes admitidos, las cantidades (1, 2,3), etc., todo lo necesario para preparar el pedido.

Confirmar fecha y producción: Nosotros avisamos al cliente la fecha de entrega de la producción del pedido. (25 a 30 minutos) tiendo de demora

Recibe confirmación: Cliente recibe la confirmación de que ya está aceptado su pedido

y el tiempo que debe de esperar para tener su pedido a la puerta de su casa.

Envió: Nosotros empezamos a embolsar el producto para su posterior envió vía Delivery.

Monitoreo y recepción: Nosotros monitoreamos la trayectoria del envió.

Final: Finalmente el cliente recibe el producto.

Termina el ciclo.

3.2.3. Localización del Proyecto

3.2.3.1 Macro localización

Restaurante Q'umara se ubicará en la Provincia de Tacna, cercado, distritos cercanos como el Distrito Gregorio Albarracín y parte de otros distritos cercanos.

Donde se elige la zona más atractiva cerca del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible; además, cuenta con todos los servicios básicos para el funcionamiento del proyecto

3.2.3.2 Micro localización

Que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

El local de operaciones del Restaurante Saludable Q'UMARA estará ubicado Calle. Modesto Basadre 502. Zona rápida y accesible para envíos de los pedidos, familiar muy allegado a uno de los socios, el cual pone a disposición el alquiler del local a precio módico, siendo de rápida entrada a cualquier distrito. La investigación de mercado realizada demostró una mayor fluidez en la entrega de los pedidos realizados. Siendo una ubicación estratégica.

figura 7 Ubicación de restaurante Q'umara

3.2.4. Capacidad Instalada Estimada

La capacidad de venta de almuerzos saludables se estima al iniciar, y previa promoción por redes sociales será aproximadamente 35 platos diarios; la mayoría de estos se prepararán diariamente, ya que algunos insumos tendrán una duración máxima de 2 días.

3.2.5. Infraestructura

3.2.5.1. Área de recepción

El diseño del local de operaciones del Restaurante Saludable Q'UMARA será distribuido en 4 áreas, siendo sus dimensiones del local un total de 120 m2, el aforo total de personas 12 personas.

3.2.5.2. Área de Producción

Con la finalidad de una preparación rápida y llegada al cliente, Área 2 (Vestuarios y empaquetamiento y almacén), Área 3 (Cocina y preparación), Área 4 (Lavado, utensilios).

El área de la cocina estrictamente distribuido, con facilidad en su tránsito para lograr la mayor eficiencia en la preparación de los platillos a selección del cliente, evitando el caos dentro de dicha área.

El área de almacén para la materia prima, insumos refrigerados, colocados de manera ordenada con un control en su expiración y orden en su guardado, con la finalidad de una rápida disposición para los cocineros.

El área de lavado y desechos distantes al área de preparación de alimentos, para asegurar un sistema de higiene optimo y organizado.

3.2.5.3. Área de Administrativas

Contaremos con el Área de 1 (Recepción de pedidos y oficina. “Orden y Organización”, desde el pedido la preparación y la selección de los insumos todo en su lugar y orden, manteniendo una organización en su preparación.

3.2.5.4. Área de Comercialización

En primera instancia tenemos el área 1 para la recepción de pedidos y reunión de equipo, oficina principal.

3.2.5.5. Distribución de la Planta

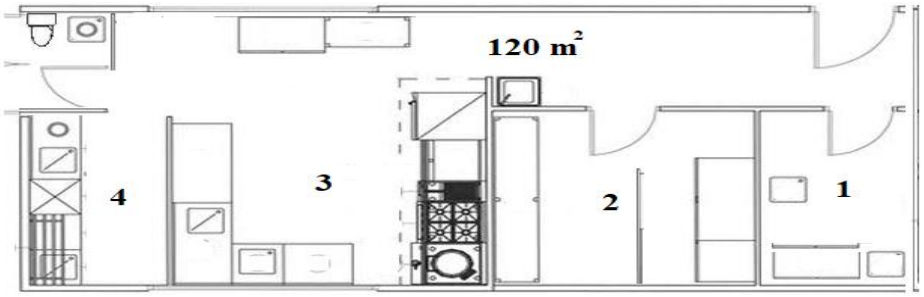


figura 8 Distribución de planta

3.2.6. Equipamiento

Equipamiento Área de Producción

Infraestructura	Imagen	Precio
Alquiler Pequeño 120m2 (calle. Modesto Basadre 502)		S/ 600
Infraestructura Total		**S/600**

Tabla 4 Equipamiento de área de Producción

Equipamiento Área de cocina

Equipos de Cocina	Imagen	Unid.	Precio c/u	Precio Total
Cocina Bosch Pro 425 IX 4 Hornillas - Acero		1	S/350	S/ 350

Refrigeradora Mabe No Frost 400 Litros RMP400FYPU-Silver		1	S/900	S/900
Mesa de Trabajo de uso comercial - 60 x 36, Cubierta de Madera comprimida		2	S/150	S/300
Sillas de madera		4	S/50	S/200
Licuadora Oster 1.25 Litros 4655 Plateado		1	S/300	S/300
Campana Extractora Mabe CMU6020PIO 60cm		1	S/100	S/100
Set de Ollas Suprema Classic Acero Inoxidable 14PC		5	S/30	S/150
Sartén Antiadherente 26cm Rojo			S/35	S/35
tabla para picar 35x24		1	S/15	S/15
utensilios de cocina		1	S/60	S/60
Horno Microondas Oster 20 Litros POGG3702		1	S/250	S/250
Equipos de Cocina Total			**S/2075**	**S/2325**

Tabla 5 Equipamiento de cocina

Equipamiento Área de oficina y recepción

Equipos de Oficina	**Imagen**	**Und.**	**Precio c/u**	**Precio Total**
Laptop Lenovo g570		1	S/1500	S/1500
Celular Huawei Y6 2019 6.088 pantalla 32GB Brown		1	S/350	S/350
Equipos de Oficina Total			**S/1850**	**S/1850**

Tabla 6 Equipamiento de área y recepción

3.3 Estudio Organizacional

3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa

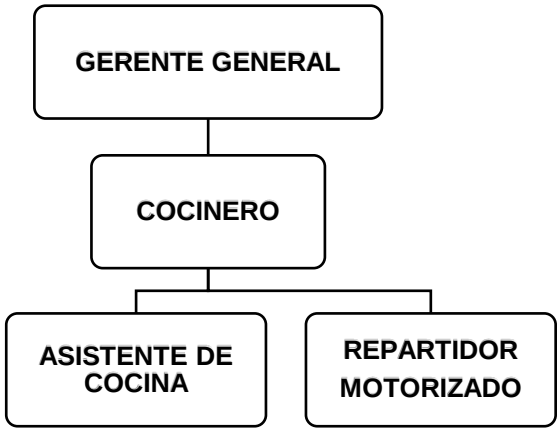


figura 9 Estructura organizacional Q'umara

3.3.2. Descripción de los puestos

3.3.2.1. Administrador / cajero

El administrador recibirá el pedido del cliente por teléfono o redes sociales afiliadas y solicitará la información necesaria para realizar la entrega si se encuentra dentro de la zona de cobertura, posteriormente solicitará la forma de pago, generará la orden a enviar al área de cocina, coordinará con el motorizado para la recepción y reparto del pedido solicitado.

FUNCIÓN	REQUISITO
▪ Dirigir y supervisar las operaciones del negocio. ▪ Asegurar que se brinde un trato amable a los clientes y que resuelvan sus consultas. ▪ Velar por el cumplimiento del protocolo de atención. ▪ Proponer y ejecutar la implementación de actividades comerciales (descuentos, promociones, entre otros). ▪ Coordinar y delegar tareas a sus subordinados. ▪ Realizar la promoción por las diversas plataformas virtuales, los platos asignados del mes. ▪ Publicidad, y captación de clientes.	▪ Técnico en Administración de empresas, ▪ Contar con 2 años de experiencia como mínimo en el rubro. ▪ Medición de indicadores. ▪ Conocimiento de Office.

Tabla 7 Descripción de puesto Administrador

3.3.2.2. Cocinero

El cocinero será quien se encargue de la preparación del pedido solicitado por el cliente según la carta disponible de la semana; asimismo, colocará el pedido preparado en la zona de entrega y verificación.

FUNCIÓN	REQUISITO
▪ Responsable de elaboración de platos. ▪ Elaborar solicitudes de insumos para las preparaciones diarias. ▪ Cumplir las buenas prácticas de manufactura antes, durante y después de la preparación de platos. ▪ Control de calidad de los insumos. ▪ Velar por la limpieza y buen estado de los equipos de cocina y utensilios. ▪ Apoyar en las actividades que su jefe inmediato le asigne. ▪ Asistir a las capacitaciones y cumplir las políticas de la empresa.	▪ Estudios técnicos de cocina concluidos. ▪ Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares. ▪ Conocimiento sobre salud y nutrición.

Tabla 8 Descripción de función del Cocinero

3.3.2.3. Asistente de cocina

El asistente de cocina tendrá la responsabilidad de colocar el pedido en el empaque diseñado según el platillo elaborado, verificará que se encuentre en óptimas condiciones y finalmente entregará el pedido al motorizado.

FUNCIÓN	REQUISITO
▪ Ejecutar las tareas que el cocinero le asigne. ▪ Apoyar en las labores de limpieza y en el manejo del almacén. ▪ Apoyar en restituir los productos de las vitrinas de exhibición. ▪ Apoyar en las actividades de atención al cliente de ser necesario.	▪ Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares. ▪ Conocimiento sobre salud y nutrición.

Tabla 9 Descripción de funciones Asistente de cocina

3.3.2.4. Agente Motorizado

Tendrá la tarea de repartir los almuerzos a aquellos clientes que cuenten con un plan alimenticio, ellos promocionaran la empresa el logo Q'umara, el cual estará impresa en la caja repartidora.

FUNCIÓN	REQUISITO
▪ Entregar los pedidos de forma segura y a tiempo a todos nuestros comensales. ▪ Reportes de llegada y salida del pedido. ▪ Apoyar en el proceso alistar el producto para ser entregado. ▪ Apoyar en las actividades de promoción y publicidad de la empresa.	▪ Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares. ▪ Conocimiento de calles y rutas que permitan entregar el pedido a tiempo y de forma segura. ▪ Licencia de conducir.

Tabla 10 Descripción de funciones agente motorizado

3.3.3. Requerimiento e inversión de personal

Área	Cargo	N° de Funcionarios	Modalidad De Contratación	Inversión
Gerente General	Administrador Community Manager Cajero	1	Tiempo parcial Planilla	1000
Operaciones y atención al cliente	Cocinero	1	Tiempo completo Planilla	1000
	Asistente	1	Tiempo parcial Planilla	475
	Repartidor Motorizado	1	Tiempo Parcial	475

Tabla 11 Inversión de personal

3.4 Estudio Legal

3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Se ha seleccionado el tipo de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), es de persona jurídica lo que significará que los socios u accionistas no respondan personalmente con su patrimonio, si no con el patrimonio de la empresa, en caso que la empresa presente deudas esta no afectará al patrimonio personal.

CANTIDAD DE ACCIONISTAS/ SOCIOS	ORGANIZACIÓN	CAPITAL Y ACCIONES	EJEMPLO
Mínimo:2 Máximo: 20	Se debe establecer: • Junta general de accionistas. • Gerencia • Directorio (opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el registro de Matrículas de Acciones.	Patrón Moda S.A.C.

Tabla 12 Descripción tipo de Sociedad Anónima Cerrada

3.4.2. Selección del Régimen Tributario

Nuestro negocio se acogerá al Régimen Especial de Renta (RER) ya que por nuestros ingresos anuales proyectados no superamos el monto límite de S/ 525,000, el valor de nuestros activos fijos tampoco supera los S/ 126,000, y además no excedemos el límite de trabajadores.

Los únicos libros contables que estará obligado a llevar son: Registro de Compras y Registro de Ventas. Con un costo de s/ 20 cada uno.

Por otro lado, no estaremos obligados a presentar declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta.

El régimen laboral al que nos acogimos es el de microempresa ya que no excedemos las 150 UIT de nuestras ventas anuales, teniendo como siguientes derechos:

MICROEMPRESA
• Remuneración Mínima Vital (RMV) • Jornada de trabajo de 8 horas y tiempo parcial. • Descanso semanal y en días feriados • Remuneración por trabajo en sobretiempo • Descanso vacacional de 15 días calendarios • Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con tope de 90 días de remuneración)

Tabla 13 Régimen laboral Microempresa

3.4.3. Otros Tramites

- Identificación de la razón social: Tramitar el Certificado de Búsqueda Mercantil y Solicitud de Reserva de Razón Social. El costo de este trámite es de s/ 22.
- Elaboración de la minuta: Este documento permite solicitar al Notario la inscripción de la empresa para su posterior inscripción en Registros Públicos. Este trámite es realizado mediante un abogado colegiado por un costo de 200.00 soles.
- Inscripción ante SUNAT: Registrar a la empresa como contribuyente y poder obtener un número de identificación tributaria, lo que permitirá a la empresa emitir comprobantes de pago, conocer los tipos de impuestos, montos y cronograma de pagos.
- Legalización de libros contables ante notario: Es indispensable la legalización, de libros, debo efectuarla ante notario. Legalización de los libros contables es por un costo de 25 por cada uno.

DETALLE	Montos referenciales
Búsqueda y reserva de nombre (SUNARP)	S/. 22.00
Elaboración de la minuta	S/. 200.00
Ingreso a Registros Públicos (SUNARP)	S/. 90.00
Escritura publica	S/. 200.00
Libros contables de registro de venta y compras	S/. 40.00

Legalización de Libros contables	S/. 50.00
Licencia de funcionamiento	S/. 170.00
Carnet de Sanidad	S/. 50.00
Otros gastos	S/. 100.00

Tabla 14 Gasto de Otros Tramites

3.5 Estudio Financiero

3.5.1. Inversión Inicial

N°		AREA		NS/.
1	Inversión en Activos			S/ 22,603.05
	1	Inversión en el Área de Producción	S/ 11,860.05	
	1	Inversión en el Área de Administración	S/ 4,180.00	
	1	Inversión en el Área de Comercialización	S/ 6,563.00	
2		Tramites Legales		S/ 922.00
3		Imprevistos (10%)		S/ 2,352.51
			Total	**S/ 25,877.56**

4	Capital de Trabajo	S/ 11,685.75
	Total	**S/ 37,563.31**

Cuadro 2 Inversión Inicial

INVERSIÓN			
SOCIO A	50%	S/	18,781.65
SOCIO B	50%	S/	18,781.65

Cuadro 1 Inversión de los socios

3.5.2. Valor de Venta (sin IGV)

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menú Ejecutivo Q'umara	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17
Menú Protéico Q'umara	11.02	11.02	12.71	12.71	12.71
Menú Especial Q'umara	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71

Cuadro 3 Valor de Venta

3.5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Menú Ejecutivo Q'umara	3,450	4,150	4,668	6,009	6,330
Menú Protéico Q'umara	2,850	3,550	3,999	4,668	4,701
Menú Especial Q'umara	2,250	2,950	3,331	3,999	3,798
Total	**8,550**	**10,650**	**11,998**	**14,676**	**14,829**

Cuadro 4 Ingresos proyectado en unidades

3.5.4. Ingresos Proyectados en Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Menú Ejecutivo Q'umara	S/ 35,084.75	S/ 42,203.39	S/ 47,471.19	S/ 61,108.47	S/ 64,372.88
Menú Protéico Q'umara	S/ 31,398.31	S/ 39,110.17	S/ 50,834.75	S/ 59,338.98	S/ 59,758.47
Menú Especial Q'umara	S/ 28,601.69	S/ 37,500.00	S/ 42,343.22	S/ 50,834.75	S/ 48,279.66
Total	**S/ 95,084.75**	**S/ 118,813.56**	**S/ 140,649.15**	**S/ 171,282.20**	**S/ 172,411.02**

Cuadro 5 Ingreso proyectado en soles

3.5.5. Costos Proyectados por Unidad

El detalle de los costos unitarios se encuentra en el anexo: cuadro 21,22,23 y 24

Productos	Costo Unitario
Menú Ejecutivo Q'umara	S/ 4.36
Menú Protéico Q'umara	S/ 4.98
Menú Especial Q'umara	S/ 4.79

Cuadro 6 Costo unitario del producto

3.5.6. Costos Proyectados en Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Menú ejecutivo Q'umara	S/ 24,007.17	S/ 27,056.16	S/ 29,312.41	S/ 35,153.40	S/ 36,551.58
Menú proteico Q'umara	S/ 23,158.75	S/ 26,641.25	S/ 28,875.03	S/ 32,203.30	S/ 32,367.48
Menú especial Q'umara	S/ 19,757.95	S/ 23,111.09	S/ 24,936.16	S/ 28,136.01	S/ 27,173.18
Total	**S/ 66,923.87**	**S/ 76,808.50**	**S/ 83,123.59**	**S/ 95,492.71**	**S/ 96,092.24**

Cuadro 7 Costos Proyectados en Soles

3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos

Item		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal				**S/ 12,000.00**
	1.1	Gerente General	1	S/ 12,000.00	**S/ 12,000.00**
	1.2				
2	Gastos Operacionales				**S/ 2,610.00**
	2.1	Capacitación	3	S/ 50.00	**S/ 150.00**
	2.3	Servicios básicos (agua, luz, internet)	12	S/ 40.00	**S/ 480.00**
	2.4	Gastos de declaración	12	S/ 150.00	**S/ 1,800.00**
	2.5	SIS	12	S/ 15.00	**S/ 180.00**
				Total	**S/ 14,610.00**

Cuadro 8 Gastos Proyectados Administrativos

3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

Item		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal				**S/ 5,700.00**
	1.1	Motociclista	1	S/ 5,700.00	**S/ 5,700.00**
	1.2				
2	Gastos Operacionales				**S/ 2,880.00**
	2.1	Mantenimiento de la moto	2	S/ 50.00	**S/ 100.00**
	2.2	Capacitación al personal	2	S/ 100.00	**S/ 200.00**
	2.3	SIS	12	S/ 15.00	**S/ 180.00**
	2.3	Combustible de la moto	12	S/ 200.00	**S/ 2,400.00**
				Total	**S/ 8,580.00**

Cuadro 9 Gastos Proyectados de Comercialización

3.5.9. Flujo Económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/ 95,084.75	S/ 118,813.56	S/ 140,649.15	S/ 171,282.20	S/ 172,411.02
Costos		S/ 66,923.87	S/ 76,808.50	S/ 83,123.59	S/ 95,492.71	S/ 96,092.24
Utilidad Bruta		S/ 28,160.88	S/ 42,005.06	S/ 57,525.56	S/ 75,789.49	S/ 76,318.78
Gastos Administrativos		S/ 14,610.00	S/ 14,610.00	S/ 14,610.00	S/ 14,610.00	S/ 14,610.00
Gastos de Comercialización		S/ 8,580.00	S/ 8,580.00	S/ 8,580.00	S/ 8,580.00	S/ 8,580.00
Utilidad Operativa		S/ 4,970.88	S/ 18,815.06	S/ 34,335.56	S/ 52,599.49	S/ 53,128.78
Impuesto Renta	1.5%	S/ 1,426.27	S/ 1,782.20	S/ 2,109.74	S/ 2,569.23	S/ 2,586.17
Inversión	-S/ 25,877.56					
Capital de Trabajo	-S/ 11,685.75					
Utilidad Neta	**-S/ 37,563.29**	**S/ 3,544.61**	**S/ 17,032.86**	**S/ 32,225.83**	**S/ 50,030.26**	**S/ 50,542.62**

				COK	
COK	13%	A	50%	10%	5%
VAN	S/59,363.88	B	50%	13%	7%
TIR	48%		100%		12%

Cuadro 10 Flujo económico proyectado

3.5.10. Análisis Económico

La proyección de 5 años del plan de negocio propuesto con una tasa mínima de retorno de capital de los inversionistas del 13% se obtiene el VAN y en TIR en el flujo económico.

- VAN: Nos indica que una vez pagada la inversión hecha en el plan de negocio propuesto tendrán una ganancia S/ 59,363.88 para los inversionistas.

- TIR: Nos indica que el proyecto es viable, quiere decir que los inversionistas del proyecto propuesto tendrán una tasa de retorno del capital de 48%.

CAPITULO IV

DECISIÓN DE INVERSION Y RECOMENDACIONES

4.1. Decisión de Inversión

La decisión es “SI” ya que el proyecto plan de negocio de restaurante de comida saludable “Q’umara” por delivery, demostró que el negocio es viable para un horizonte del proyecto de 5 años, ya que se obtuvo un VAN de S/ 59,363.88 y un TIR de 48%, nos muestra una rentabilidad y viabilidad positiva para un inversionista, además de ello en la investigación encontramos que hay un segmento de mercado que necesita de la atención del plan de negocio propuesto, que brinda a nuestros comensales tacneños una experiencia nueva en platos selectos para una alimentación completa con el objetivo de mejorar su estilo de vida.

4.2. Recomendaciones

Realizar un muestreo de la población con más detalle para adecuar el producto a cliente correcto en el mercado

Ser más detallistas en el cálculo de costos unitarios del producto para tener una proyección de costos más específicos.

CONCLUSIONES

Se comprobó la hipótesis de la empresa, porque la encuestas y consultas presenciales y virtuales realizadas a personas. Nos dan como resulta que hay un segmento de mercado que requiere de una alimentación saludable.

La propuesta de valor, es adecuada y confiable para el cliente ya que el producto es de insumos naturales y además de ello elaborado con un especialista en nutrición.

Se determina la viabilidad del mercado, el negocio es totalmente viable tanto en el sentido que existe un público insatisfecho que busca día tras día mejorar su salud, cuerpo y mente, a la misma vez que es viable económicamente siendo un proyecto muy rentable además existe un alto nivel de aceptación por parte del público objetivo hacia la propuesta de negocio de alimentos saludables; de los encuestados, un 90% respondió favorablemente.

Se determina la Propuesta Técnica Operativa, se logró percibir la importancia que tiene contar con un personal competente que se encuentre capacitado permanentemente para brindar a los clientes una atención y producto de calidad. Asimismo, se considera que la idea de negocio de Q´umara Restaurante tiene gran potencial y los aportes realizados en el documento serán de gran ayuda, pues se define claramente cada cargo, sus funciones, alcance, jerarquía, procesos entre otros factores claves para el buen desempeño y funcionamiento del restaurante.

Se Determina la Propuesta Legal, es favorable ya que estamos acogidos al régimen tributario RER con un impuesto de 1.5% a la proyección de ventas,

está siendo una muy adecuada para el plan de negocio propuesto. Además, el negocio tiene contratos a tiempo parcial que reducen nuestros gastos en personal.

Se determina la propuesta económica, porque resultado de la evaluación financiera, demostró que el negocio es viable para un horizonte del proyecto de 5 años, ya que se obtuvo un VAN de S/ 59,363.88 y un TIR de 48%

BIBLIOGRAFÍA

Brown, T. (2020). *Diseñar el Cambio.* Lima: Ediciones Urano Perú.

Camus, D. (2017). *Recetas Saludables para gente ocupada.* Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana .

Carrera, A. C. (28 de 01 de 2021). *¡Cuidado! la obesidad aumenta el riesgo de muerte y complicaciones en pacientes con covid-19*. Obtenido de https://elperuano.pe/noticia/114272-cuidado-la-obesidad-aumenta-el-riesgo-de-muerte-y-complicaciones-en-pacientes-con-covid-19

Maydana, P. G. (18 de octubre de 2019). *Seguro Social de Salud*. Obtenido de http://www.essalud.gob.pe/essalud-tacna-promueve-lucha-contra-la-obesidad/

Ministerio de salud. (01 de 01 de 2021). *Estadistica poblacional*. Obtenido de https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp

Mullin, D. G. (2016). *La biblia de la salud intestinal.* Pennsylvania: Penguin Random House Grupo Editorial.

Osterwalder, A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor.* Barcelona: Grupo Planeta.

ANEXOS

Encuesta hecha por “Q’UMARA S.A.C.” Somos estudiantes del Instituto Superior John Von Neumann de la carrera de Administración de Negocios Internacionales y queremos introducir en el mercado un restaurante de comida saludable para la ciudad de Tacna. Se trata de la elaboración de platos a base de productos con alto valor nutricional, saludables, de buen sabor y con insumos que son cultivados en la región tacneña.

POR FAVOR CONTESTE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

1. Género:
   ( ) Masculino ( ) Femenino

2. Rango de edad :
   ( ) 15-19 ( ) 20-24 ( )25-29
   ( ) 30 -34
   ( ) 35-39
   ( ) 40 a más

3. Distrito: ¿En qué distrito vive?
   ( ) Gregorio Albarracín
   ( ) Alto de la Alianza
   ( ) Cercado de Tacna
   ( ) Natividad
   ( ) Pocollay

4. ¿Le gusta la comida saludable?
   ( ) Sí
   ( ) No

Si su respuesta es negativa, agradecemos mucho su atención.

5. ¿Por qué motivo consumiría alimentos saludables?
   ( ) Cuidar el peso
   ( ) No me interesa
   ( ) Por salud
   ( ) Otros

6. ¿Con qué frecuencia lo compraría?
   ( ) Diario
   ( ) Una vez a la semana

( ) Una vez al mes
( ) Otros

7. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?
( ) Precio
( ) Buena atención
( ) Buena sazón

8. ¿Le gustaría una comida que combine distintos productos saludables?
( ) Sí
( ) No

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de plato grande de comida saludable?
( ) s/10.00 a s/ 11.00
( ) s/11.00 a s/ 12.00
( ) s/12.00 a s/13.00

10. ¿A qué hora preferiría comerlo?
( ) En la mañana
( ) A mediodía
( ) En la tarde

11. ¿En dónde le gustaría encontrarlo?
( ) Cafeterías
( ) Local propio de la empresa
( ) Centro comercial
( ) En un mercadillo

12. ¿Estaría dispuesto a visitar nuestro restaurante Q´umara que ofrezca alimentos saludables?
( ) No
( ) Si

Cuadros de Estudio Económico Q'umara

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Cocina Bosch Pro 425 IX 4 Hornillas - Acero	1	S/ 800.00	S/ 800.00
2	Refrigerador Frost Top Mount Electrolux 400 Litros Silver - ERT25G2HNI	1	S/ 1,600.05	S/ 1,600.05
3	Mesa de Trabajo de uso comercial - 60 x 36, Cubierta de Madera comprimida	2	S/ 180.00	S/ 360.00
4	Sillas de madera	3	S/ 50.00	S/ 150.00
5	Licuadora Oster 1.25 Litros 4655 Plateado	1	S/ 300.00	S/ 300.00
6	Campana Extractora Mabe CMU6020PIO 60cm	1	S/ 100.00	S/ 100.00
	Microondas Samsung estándar	1	S/ 400.00	S/ 400.00
7	Set de Ollas Suprema Clásica Acero Inoxidable 14PC	5	S/ 45.00	S/ 225.00
8	Sartén Antiadherente 26cm Rojo	1	S/ 40.00	S/ 40.00
9	tabla para picar 35x24	1	S/ 15.00	S/ 15.00
10	Utensilios de cocina	1	S/ 100.00	S/ 100.00
	Repostero e melamina pequeño	11	S/ 600.00	S/ 6,600.00
11	Boles para mezclar	1	S/ 25.00	S/ 25.00
12	Uslero o palo de amzar	1	S/ 20.00	S/ 20.00
13	Pesa o balanza de cocina	1	S/ 45.00	S/ 45.00
14	Vestimenta (gorras, mandiles, polos)	3	S/ 100.00	S/ 300.00
15	Decoración (pintado, arreglos, modificaciones)	1	S/ 700.00	S/ 700.00
	Coladores	1	S/ 30.00	S/ 30.00
16	cucharas medidoras	1	S/ 15.00	S/ 15.00
	Saleros	1	S/ 15.00	S/ 15.00
16	Ensaladeras	1	S/ 20.00	S/ 20.00
			Total	**S/ 11,860.05**

Cuadro 11 Inversión en Activos Producción

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	LAPTOP LENOVO IDEAPAD S340 INTEL CORE I5 - 1035G4 8GB DDR4 512GB SSD 14"	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
2	Celular Samsung Samsung Galaxy A22 128GB	1	S/ 700.00	S/ 700.00
3	Escritorio de melamina	1	S/ 300.00	S/ 300.00
4	Silla oficina giratoria	1	S/ 180.00	S/ 180.00
5	Decoración (pintado, arreglos modificaciones)	1	S/ 500.00	S/ 500.00
			Total	**S/ 4,180.00**

Cuadro 12 Inversión en Activos Administrativos

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Moto linial Ronco patron 150R	1	5700	5,700.00
2	Mochila Delivery Caja Térmica	1	213	213.00
4	Combustible para la moto	1	200	200.00
5	Publicidad (instagram, facebook y radio)	1	300	300.00
4	Gastos en reclutamiento de personal y capacitacion	1	150	150.00
5				-
			Total	**6,563.00**

Cuadro 13 Inversión en Activos de comercialización

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Búsqueda y reserva de nombre (SUNARP)	1	22	22.00
2	Elaboración de la minuta	1	200	200.00
3	Ingreso a Registros Públicos (SUNARP)	1	90	90.00
4	Escritura publica	1	200	200.00
5	Libros contables de registro de venta y compras	2	20	40.00
	Legalización de Libros contables	2	25	50.00
	Licencia de funcionamiento	1	170	170.00
	Carnet de Sanidad	1	50	50.00
6	Otros gastos	1	100	100.00
			Total	**922.00**

Cuadro 14 Trámites legales

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Menú Ejecutivo Q'umara	3,450	4,150	4,668	6,009	6,330
Menú Protéico Q'umara	2,850	3,550	3,999	4,668	4,701
Menú Especial Q'umara	2,250	2,950	3,331	3,999	3,798
Total	**8,550**	**10,650**	**11,998**	**14,676**	**14,829**

Cuadro 15 Proyección de ingresos en unidades

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Menú Ejecutivo Q'umara	200	200	250.00	300	300	300	300	300	300	300	350	350	**3450**
Menú Protéico Q'umara	150	150	200.00	250	250	250	250	250	250	250	300	300	**2850**
Menú Especial Q'umara	100	100	150.00	200	200	200	200	200	200	200	250	250	**2250**
Total	**450**	**450**	**600**	**750**	**750**	**750**	**750**	**750**	**750**	**750**	**900**	**900**	**8550**

Cuadro 16 Proyección de ingresos en unidades -Año 1

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Menú Ejecutivo Q'umara	250	250	300	300	400	400	400	400	350	350	350	400	**4150**
Menú Protéico Q'umara	200	200	250	250	350	350	350	350	300	300	300	350	**3550**
Menú Especial Q'umara	150	150	200	200	300	300	300	300	250	250	250	300	**2950**
Total	**600**	**600**	**750**	**750**	**1050**	**1050**	**1050**	**1050**	**900**	**900**	**900**	**1050**	**10650**

Cuadro 17 Proyección de ingresos en unidades - Año 2

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Menú Ejecutivo Q'umara	350	357	364	371	378	385	392	399	406	414	422	430	**4668.00**
Menú Protéico Q'umara	300	306	312	318	324	330	336	342	348	354	361	368	**3999.00**
Menú Especial Q'umara	250	255	260	265	270	275	280	285	290	295	300	306	**3331.00**
Total	**900**	**918**	**936**	**954**	**972**	**990**	**1008**	**1026**	**1044**	**1063**	**1083**	**1104**	**11998**

Cuadro 18 Proyección de ingresos en unidades - Año 3

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Menú Ejecutivo Q'umara	450	459	468	477	486	495	504	514	524	534	544	554	**6009**
Menú Protéico Q'umara	350	357	364	371	378	385	392	399	406	414	422	430	**4668**
Menú Especial Q'umara	300	306	312	318	324	330	336	342	348	354	361	368	**3999**
Total	**1100**	**1122**	**1144**	**1166**	**1188**	**1210**	**1232**	**1255**	**1278**	**1302**	**1327**	**1352**	**14676**

Cuadro 19 Proyección de ingresos en unidades - Año 4

Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
Menú Ejecutivo Q'umara	500	505	510	515	520	525	530	535	540	545	550	555	**6330**
Menú Protéico Q'umara	375	378	381	384	387	390	393	396	399	402	406	410	**4701**
Menú Especial Q'umara	300	303	306	309	312	315	318	321	324	327	330	333	**3798**
Total	**1175**	**1186**	**1197**	**1208**	**1219**	**1230**	**1241**	**1252**	**1263**	**1274**	**1286**	**1298**	**14829**

Cuadro 20 Proyección de ingresos en unidades - Año 5

Item		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas				**S/ 3.49**
	1.1	Quinua	0.06	5	**S/ 0.30**
	1.2	Gambones crudos pelados o ya cocidos	0.075	6	**S/ 0.45**
	1.3	Aguacate	1	1.5	**S/ 1.50**
	1.4	Tomate	0.05	5	**S/ 0.25**
	1.5	Chile en copos (1/4 cucharadita) opcional	0.001	7	**S/ 0.01**
	1.6	Zumo de lima	0.02	5	**S/ 0.10**
	1.7	Salsa de soja	0.007	5	**S/ 0.04**
	1.8	Sirope de arce o de ágave o miel	0.015	23	**S/ 0.35**
	1.9	Canónigos	0.05	10	**S/ 0.50**
	2				
2	Costos Indirectos				**S/ 0.52**
	2.1	Táper biodegradable		0.4	**S/ 0.40**
	2.2	Bolsas de embalaje de papel		0.1	**S/ 0.10**
	2.3	Cubiertos		0.02	**S/ 0.02**
3	Mermas (10%)				**S/ 0.35**
				Total	**S/ 4.36**

Cuadro 21 Costo Unitario Producto Menú Qumara Ejecutivo

Item		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
1	Materias Primas				S/	4.05
	1.1	Zanahoria	0.05	1	S/	0.05
	1.2	Frijoles	0.09	5	S/	0.45
	1.3	Arroz	0.20	3	S/	0.60
	1.4	Tomate	0.07	5	S/	0.35
	1.5	Lechuga	0.05	1	S/	0.05
	1.6	Brócoli	0.10	3	S/	0.30
	1.7	pepinillo	0.09	3	S/	0.27
	1.8	Pastel de carne	0.14	12	S/	1.68
	1.9				S/	-
	2	Bebida del menú	0.30	1	S/	0.30
2	Costos Indirectos				S/	0.52
	2.1	Táper biodegradable		0.4	S/	0.40
	2.2	Bolsas de embalaje de papel		0.1	S/	0.10
	2.3	Cubiertos		0.02	S/	0.02
3	Mermas (10%)				S/	0.41
				Total	S/	4.98

Cuadro 22 Costo Unitario Producto Menú Qumara Proteico

Item		Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
1	Materias Primas				S/	3.88
	1.1	Papa	0.12	1.8	S/	0.22
	1.2	Carne	0.14	12	S/	1.68
	1.3	Arroz	0.2	3	S/	0.60
	1.4	Frejoles	0.09	5	S/	0.45
	1.5	lechuga	0.001	1	S/	0.00
	1.6	Tomate	0.07	5	S/	0.35
	1.7	Cebolla	0.015	1	S/	0.02
	1.8	Brócoli	0.09	3	S/	0.27
	1.9				S/	-
	2	Bebida del menú	0.3	1	S/	0.30
2	Costos Indirectos				S/	0.52
	2.1	Táper biodegradable		0.4	S/	0.40
	2.2	Bolsas de embalaje de papel		0.1	S/	0.10
	2.3	Cubiertos		0.02	S/	0.02
3	Mermas (10%)				S/	0.39
				Total	S/	4.79

Cuadro 23 Costo Unitario Producto Menú Qumara especial

	Inversión	Sueldo		
Cocinero			S/ 1,000.00	S/ 12,180.00
Ayudante de cocina			S/ 475.00	S/ 5,880.00
Alquiler			S/ 500.00	S/ 6,000.00
Gas			S/ 80.00	S/ 960.00
luz y agua			S/ 60.00	S/ 720.00
Otros			S/ 100.00	S/ 1,200.00
COSTOS FIJOS	S/ 26,940.00			

Cuadro 24 Costos Fijos